

Branchenreport

Werbung und damit verbundene Kreativleistungen

Bosnien-Herzegowina



BOSNIEN_KURZFASSUNG

EINLEITUNG

Im Rahmen des Friedensabkommens von Dayton wurden 1995 zwei so genannte Entitäten geschaffen, die Föderation Bosnien-Herzegowina (FBiH) und die Republika Srpska (RS). Die Entitäten haben weitgehende Kompetenzen zur Gesetzgebung, die zentralstaatlichen Kompetenzen sind schwach ausgebildet. Dies hat unter anderem zur Folge, dass die FBiH und die RS zwar die gleichen unternehmerischen Rechtsformen kennen, die Voraussetzungen zur Registrierung von Unternehmen sich jedoch in einer Reihe von Punkten unterscheiden.

Die politische Einteilung stellt für wirtschaftliche Aktivitäten durchaus eine Barriere dar, da Bosnien-Herzegowina derzeit noch kein einheitlicher Wirtschaftsraum ist und behördliche Entscheidungen viel Zeit in Anspruch nehmen, weil die Kompetenzen zwischen dem Gesamtstaat und den Entitäten stellenweise unklar sind.

Der Markt für Werbung und damit verbundene Kreativleistungen ist relativ limitiert und überschaubar, das Volumen macht etwa ein Drittel jenes von Kroatien aus. Fünf Full-Service-Agenturen teilen sich den Markt auf und aufgrund der sprachlichen Gemeinsamkeiten sind auch Firmen aus Kroatien (vor allem in FBiH) und aus Serbien (in RS) in Bosnien-Herzegowina aktiv und im Medienbereich sind beachtliche Spill-over-Effekte aus diesen beiden Nachbarländern zu verzeichnen.

RECHTLICHE BESTIMMUNGEN

Gewerberecht

Zur Ausübung des Berufs als Werber oder kreativer Dienstleister werden keine speziellen Lizenzen, Konzessionen oder Berechtigungen benötigt. Prinzipiell leidet diese Branche an absoluter Ungeregeltheit und zu großer Offenheit, wie die Akteure der Branche beklagen.

Werberecht

Medienrechtliche Grundlagen sind:

- Kodex über die Ausstrahlung von Radio und Fernsehprogrammen (<http://www.rak.ba>) - Ein neuer Kodex befindet sich seit Anfang Oktober 2007 in parlamentarischer Begutachtung
- Kodex über Werbung und Sponsoring für Radio und Fernsehen (<http://www.rak.ba>)

Durch diese Gesetze ist die Werbung von Tabakwaren, Pornographie, sowie Arzneimitteln, für welche eine ärztliche Verschreibung notwendig ist, in elektronischen Medien verboten. Werbung für alkoholische Getränke ist unter bestimmten Voraussetzungen in den elektronischen Medien gestattet. Jede Diskriminierung ist strengstens verboten. Es muss besonderes auf den Einfluss von Werbung auf Kinder geachtet werden. Konkurrenzprodukte dürfen nicht diskreditiert werden.

In der Prime Time dürfen die TV-Sender zwischen sechs und acht Minuten Werbung ausstrahlen. Nur Sendungen, die länger als 30 Minuten dauern, dürfen durch Werbungen unterbrochen werden. Die gesamte Dauer von Werbung und Teleshopping-Sendungen darf nicht mehr als 20% der gesamten Ausstrahlungszeit bzw. drei Stunden pro Tag betragen. Es gibt auch gesetzliche Einschränkungen beim Sponsoring: Nachrichtensendungen dürfen unter keinen Umständen gesponsert werden.

Steuerrecht

Es gibt zwischen Bosnien-Herzegowina und Österreich derzeit noch kein gültiges Doppelbesteuerungsabkommen.

Mit 1.1.2006 wurde in Bosnien-Herzegowina ein EU-Konformes, einheitliches Mehrwertsteuersystem eingeführt, das im ganzen Land Geltung hat. Der generelle Mehrwertsteuersatz beträgt 17%. Spezielle Abgaben für Werbung und Kommunikation gibt es nicht.

Arbeits- und Sozialrecht

Ausländer müssen sich nach der Einreise bei der örtlichen polizeilichen Meldebehörde (MUP) anmelden, es besteht Meldepflicht.

Grundsätzlich wird die Aufenthaltsgenehmigung für 3 Monate erteilt. Eine längere Aufenthaltsgenehmigung (1 Jahr) ist nur unter folgenden Voraussetzungen erhältlich:

- Firmengründung,
- längerfristige Arbeit in einem Unternehmen auf Anforderung des Unternehmens,
- Verehelichung mit einem/r bosnischen Staatsbürger/in.

Verbringen und Einsatz österreichischer Waren und Dienstleistungen

Da in Bosnien-Herzegowina kein ATA-Carnet anwendbar ist, muss für die Einfuhr von Ausrüstung ein so genannter vorübergehender (temporärer) Import durchgeführt werden.

Für die Aufnahme eines TV- bzw. Werbe-Spots im Freien ist grundsätzlich keine besondere Erlaubnis notwendig, in bestimmten Fällen ist jedoch eine Genehmigung der betroffenen Gemeinde oder Stadt einzuholen. Die Dreharbeiten unterliegen dem Gesetz über die Organisation von Veranstaltungen. Nach der Notwendigkeit muss die Präsenz von Polizei, Personenschutzfirmen, Feuerwehr und Rettungshilfe gewährleistet sein.

MARKTINFORMATIONEN

Wichtigste Firmen

Derzeit sind in Bosnien-Herzegowina in der an Werbung gebundenen kreativen Wirtschaft ca. 50 Unternehmen tätig. In Bosnien-Herzegowina sind neben einheimischen Firmen seit Jahren auch die wichtigsten internationalen Werbefirmen aktiv. Die Top 5 in der Werbewirtschaft sind: **McCann Ericsson, Fabrika, Communis Bates d.o.o., Aquarius Ogilvy Advertising**

Informationsquellen für Mediadaten

Leider gibt es keine wirklich verlässliche Quelle, die Statistiken über diese Branche erhebt. Über die Marktforschungsagentur Mareco Index Bosnia sind einige, ausgewählte statistische Daten verfügbar, die ein wenig Überblick verschaffen helfen. Da es leider in Bosnien-Herzegowina auch kein zentrales Firmenregister gibt, ist es nahezu unmöglich, die genaue Anzahl von Unternehmen, die in der Branche aktiv sind, anzugeben.

Relevante Branchenverbände

Die Branchenverbände sind rein freiwillige Interessensverbände, die keine große Schlagkraft und Bedeutung haben. Es gibt zwei Verbände: International Advertising Association and Art Directors´ Club

Wichtige Fachmessen, Wettbewerbe, Kongresse

Es gibt in Bosnien-Herzegowina seit 2005 keine branchenspezifischen Veranstaltungen mehr. Damals wurde zum letzten Mal der „No limits“-Kongress in Sarajevo abgehalten.

Wichtige Veranstaltungen stellen für die Werbebranche die beiden, auch über die Grenzen des Landes und in der Region bekannten, Kulturfestivals in Sarajevo dar: Sarajevo Film Festival (jedes Jahr im August) und das Sarajevo Jazz Festival (jedes Jahr im November). Die Werbeaufträge werden traditionell von den unter Punkt 3.1 angeführten Firmen ausgeführt, wobei das Filmfestival in den letzten Jahren ausschließlich von McCann Ericsson betreut wurde.

MARKTDATEN

Nach Angaben des Mareco Index Bosnia (Mitglied der Gallup International-Gruppe) wurden im Jahr 2006 in Werbung in Medien (TV und Printmedien) insgesamt KM 285.025.478,50 (ca. EUR 145,7 Mio.) investiert. Auf die Fernsehwerbung entfallen davon etwa 90% (ca. EUR 132,6 Mio.), auf Zeitungen EUR 4,04 Mio. und auf Zeitschriften EUR 9,06 Mio.

Es wird geschätzt, dass die Produktions- und Dienstleistungen der Werbe- und kreativen Agenturen einen Nettojahreswert von EUR 50 Mio. betragen. In der nachfolgenden Tabelle sind die Werbeeinnahmen aus verschiedenen Bereichen aufgezeigt.

Printmedien

Bosnien-Herzegowina stellt wegen der im Grunde gleichen Sprache auch einen bedeutenden Markt für Printmedien aus den Nachbarländern (Kroatien, Serbien und Montenegro) dar. 17,6% aller Bosnier lesen täglich eine Tageszeitung, gegenüber 20,3%, die das nie oder 22,4% die das nur manchmal tun.

Nur 13,7% Bosnier lesen Zeitschriften regelmäßig, 22,4% tun es 2-3 mal wöchentlich, und 40,9% haben es nie getan.

Frauenzeitschriften (Gloria, Azra, Tena und Cosmopolitan) haben gemeinsam einen Anteil von insgesamt 39,5% am bosnisch-herzegowinischen Zeitschriftenmarkt.

Hörfunk

Derzeit gibt es in Bosnien-Herzegowina 147 Radiosender. Die meisten davon sind lokale Sender, deren Ausstrahlung sich auf das Gebiet einer Gemeinde erstrecken.

Öffentliche Radiosender unterliegen in ihrer Programmgestaltung den Vorschriften der Kommunikations-Aufsichtsbehörde. Private Sender senden in ihren Programmen hauptsächlich Unterhaltungssendungen und Pop- und Volksmusik. Es gibt keinen Sender, der sich nur auf eine Art von Musik spezialisiert bzw. dessen Zuhörer einer besonderen Gruppe angehören.

Fernsehen

Derzeit gibt es in Bosnien-Herzegowina 43 Fernsehsender, was gemessen an der Einwohnerzahl enorm ist. Gemäß statistischen Angaben schauen Bosnier durchschnittlich 320 Minuten pro Tag fern. Die Aufteilung sieht folgendermaßen aus: 22,7% öffentliche Sender, 40,3% lokale bzw. regionale Sender und 37% Satellitenprogramme.

Das Fernsehen finanziert sich aus Werbung, bezahlten Einschaltungen, Sponsoring und Fernsehgebühren. Die öffentlich-rechtlichen Sender werden zusätzlich aus öffentlichen Geldern gespeist. Private Sender bzw. die von ihnen beauftragten Produktionsfirmen suchen Sponsoren für Quiz- und Unterhaltungssendungen (Preise, Unterstützung der Produktion vor Ort). Die öffentlich-rechtlichen Sender leiden unter der Kürzung finanzieller Zuschüsse und kämpfen ums Überleben.

Unter den TOP 20-Unternehmen, die über Fernsehen werben, befinden sich lediglich zwei bosnisch-herzegowinische Unternehmen und zwar: BH Telecom und die Fleischindustrie Lijanovici.

Internetwerbung

Derzeit gibt es in Bosnien-Herzegowina 58 lizenzierte Internetprovider, davon sind 43 aktiv. Nach einer Studie der Kommunikations-Aufsichtsbehörde RAK liegt die Internetpenetration bei 24,5%. Es gibt in BiH 237.660 Internetanschlüsse. Es wird geschätzt dass es ca. 950.000 Internetnutzer in Bosnien-Herzegowina gibt (Stand 31.12.2006)

Die Internet-Provider erwirtschafteten im Jahr 2006 einen Gesamtumsatz von KM 31,562 Mio. (ca. EUR 16,137 Mio.). Marktführer sind die staatlichen Telekomunternehmen: BH Telecom mit einem 53,2%-igen Marktanteil, gefolgt von HT Mostar mit 16,6% und Telekom Srpske mit 13,1%. Der Rest verteilt sich auf private Anbieter.

Der Wert des Internetwerbemarkts in Bosnien-Herzegowina wird im Jahr 2007 auf ca. EUR 200.000,- geschätzt.

Plakat- und Außenwerbung

Der Bereich Außenwerbung ist in Bosnien-Herzegowina auf die beiden Entitäten aufgeteilt. Während in der Republika Srpska die Firma Metromedia (<http://www.metromedia.ba>) Marktführer ist, beherrscht in der Föderation Bosnien-Herzegowina der Konzern Europlakat (<http://www.europlakat.co.ba>) den Markt. Das Volumen des Plakat- und Außenwerbemarkts wird im Jahr 2007 auf ca. EUR 8 Mio. geschätzt.

CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN

Österreich und österreichische Firmen genießen in Bosnien-Herzegowina einen ausgezeichneten Ruf und Österreichern wird sehr wohlwollend begegnet. Internationales Know-how ist im Lande immer sehr willkommen. Sowohl bei Ausschreibungen als auch für Kooperationen mit lokalen Firmen ist es wesentlich, dass Ihr Unternehmen bereits mit einem renommierten lokalen Partner in BiH zusammenarbeitet oder durch ein eigenes Büro präsent ist. Gerade in der Werbebranche ist die Kenntnis der lokalen Gegebenheiten und Mentalität unumgänglich. Eine ernsthafte Marktbearbeitung kann nur durch Mitarbeiter vor Ort erfolgen, da sich viele Geschäftsmöglichkeiten überdies erst über persönliche Kontakte und Insiderwissen erschließen. An fachlicher Kompetenz und kreativem Potenzial mangelt es in Bosnien-Herzegowina sicherlich nicht. Die Außenhandelsstelle Sarajevo kann Sie jederzeit bei der Partner- oder Vertretersuche unterstützen.

Die größten Geschäftschancen liegen derzeit wahrscheinlich in der Betreuung der Werbebetriebe großer in BiH ansässiger Unternehmen. Meist fungieren die Werbeagenturen auch als Eventmanager dieser Firmen und führen die jährlichen Großveranstaltungen in Eigenregie durch.

Neues Potenzial bietet der Ausbau der Internetwerbung und der Aufbau von B2B- und B2C-Plattformen.

Impressum

Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich:

Fachverband Werbung und Marktkommunikation
Wirtschaftskammer Österreich
1040 Wien, Wiedner Hauptstraße 73
T +43 (0) 5 90 900 - 3541
F +43 (0) 5 90 900 - 285
E werbung@wko.at
H www.fachverbandwerbung.at

Obmann: Dr. Peter Drössler
Geschäftsführer: Mag. Markus Deutsch

Diese Publikation ist eine Zusammenfassung des entsprechenden AWO-Branchenreports „Werbung und damit verbundene Kreativleistungen“. Diese Zusammenfassung finden Sie auch auf www.fachverbandwerbung.at. Die Langfassung kann per E-Mail von Mitgliedsunternehmungen kostenlos unter werbung@wko.at unter Angabe Ihres WKO-Pin-Codes bestellt werden. Ebenso können Sie die Langfassung in der AWO-Redaktion Inland, Telefon: 05 90 900-4212, 4214, 4321, Telefax: 05 90 900-255, E-Mail: awo.publikationen@wko.at, Internet: <http://wko.at/awo> bestellen.

Der Fachverband Werbung und Marktkommunikation übernimmt trotz sorgfältiger Auswahl und Überprüfung sämtlicher Informationen keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit. Jede Haftung vom Herausgeber und Verfasser ist daher ausgeschlossen.