

## Branchenreport

*Werbung und damit verbundene Kreativleistungen*

Serbien



## **SERBIEN\_Kurzfassung**

### **ALLGEMEINER ÜBERBLICK**

#### **Gewerberecht**

In Serbien gibt es kein Gewerberecht im österreichischen Sinn. Es gibt Einzelvorschriften für Teilbereiche, welche oft in Form von Verordnungen erlassen werden.

Bei Interesse an einem bestimmten Gewerbe empfehlen wir die AHSt. Belgrad direkt zu kontaktieren. Eine Auflistung der einzelnen Bestimmungen ist in dieser Publikation nicht möglich.

#### **Drehgenehmigungen**

Ausländer und ausländische Unternehmen benötigen bei Dreharbeiten eine Genehmigung. Der Antrag wird dem Innenministerium unterbreitet, welches dann darüber entscheidet. Das Innenministerium wendet sich an das Kulturministerium und ersucht eine Meinung darüber. Danach wird, sofern es keine Einwände gibt, eine Genehmigung ausgestellt.

#### **Durchführung von Veranstaltungen**

Alle Veranstaltungen müssen angekündigt werden. Wenn die Genehmigung bei der Gemeinde angesucht wird, wird diese an das Verkehrssekretariat weitergeleitet, welches die endgültige Entscheidung trifft.

### **STEUERLICHE BESTIMMUNGEN**

#### **Mehrwertsteuer**

Die Mehrwertsteuer wurde in Serbien am 1. Jänner 2005 eingeführt (Amtsblatt der Republik Serbien Nr. 84/2004). Besteuert werden Lieferungen von Gütern und Dienstleistungen gegen Entgelt in der Republik Serbien, sowie Importe. Der allgemeine MwSt.-Satz beträgt 18 Prozent

#### **Doppelbesteuerungsabkommen**

Bis zu diesem Zeitpunkt wurde zwischen Serbien und Österreich kein Doppelbesteuerungsabkommen unterzeichnet, obwohl Verhandlungen schon eine gewisse Zeit dauern. Serbien hat z.B. ein Doppelbesteuerungsabkommen mit Deutschland und der Schweiz unterzeichnet.

#### **Einkommenssteuer**

Die Novelle zum Einkommenssteuergesetz trat mit 1. Jänner 2005 in Kraft. Die Steuersätze für Einkommen aus der Land- und Forstwirtschaft sowie auf Einkommen aus der selbstständigen Erwerbstätigkeit betragen 12 Prozent. Neu ist die Einführung von Steuererleichterungen für Arbeitgeber, die neue Arbeitnehmer unbefristet im Zeitraum vom 01.01. - 31.12.2005 anstellen - sie werden von der Steuer für das Einkommen der neu angestellten Arbeitnehmer ein Jahr lang befreit. Reformiert wurde auch die Einkommenssteuer auf Urheber- und ähnliche Rechte sowie gewerbliche Schutzrechte.

#### **Grunderwerbsteuer/Vermögenstransfersteuer**

Beim Erwerb von absoluten bzw. dinglichen Rechten an Liegenschaften, Rechten aus intellektuellem Eigentum, Beteiligungen an juristischen Personen und Wertpapieren ist eine Vermögenstransfersteuer fällig. Der Steuersatz liegt zwischen 0,3% bis 5% und hängt von der Art des übertragenen Gegenstandes ab.

## **Unternehmensrecht**

### **Firmengründung und Registrierung beim Finanzamt**

Im Rahmen der einschneidenden Reformen im Bereich des Gesellschaftsrechts wurde auch eine zentrale Agentur für Handelsregister (Firmenbuch) eingerichtet.

## **WIRTSCHAFTS- UND WERBERECHT**

### **Medienrecht**

Das Gesetz über die Information der Öffentlichkeit (Informationsgesetz) wurde vom Parlament im Jahr 2003 verabschiedet (Amtsblatt 43/03). Laut neuem Gesetz ist vorgesehen, dass falls eine Person, die in den Medien erwähnt wird und die sich in ihren Rechten verletzt fühlt, das Recht hat, vom Redakteur des Mediums eine offizielle Entschuldigung zu verlangen, ohne gerichtlichen Prozess. Auch hat der Staat das Recht, die Distribution von Informationen zu verbieten, die seiner Meinung nach, schädliche Folgen haben könnten.

### **Werbegesetz**

Das Gesetz wurde am 14. September 2005 vom serbischen Parlament verabschiedet. Es basiert auf zwei Entwürfen: einem Expertenentwurf aus dem Jahr 2001 und dem Entwurf der Regierung aus dem Jahr 2004, welcher noch vor der Verabschiedung geändert wurde. Das Gesetz besteht aus elf Kapiteln. Im 2. Artikel werden die elementaren Begriffe definiert (Werbung, Werbenachricht, Werbefläche usw.)

Im 3. Artikel wird die Freiheit der Werbung erwähnt, unter anderem auch, dass alle ausländischen Rechts-, sowie Privatpersonen die gleichen Rechte und Pflichten wie serbische Staatsbürger haben.

Im Artikel 9 wird unter anderem angeführt, dass es untersagt ist, Werbung mittels Telefax, telefonischen Anrufen oder elektronischen Nachrichten an Personen, ohne deren Einwilligung zu betreiben.

Artikel 15 betrifft TV Werbung. Nach diesem Artikel darf die Zeit für TV Werbung und TV Verkauf bei kommerziellen Sendern, nicht länger als 20% der Sendezeit betragen. TV Werbung bei kommerziellen Sendern allein darf nicht mehr als 15% der gesamten Sendezeit einnehmen. In einer Stunde darf die Werbezeit nicht länger als 12 Minuten dauern.

TV Verkaufssendungen bei kommerziellen Sendern müssen mindestens 15 Minuten ohne Unterbrechung ausgestrahlt werden. Tagsüber dürfen maximal 6 Sendungen gesendet werden, deren Dauer nicht 3 Stunden übersteigt.

Eine Ausnahme bilden nur Programme, die ausschließlich für den Verkauf vorgesehen sind.

Bei öffentlichen Sendern darf Werbung 10% der Sendezeit einnehmen. In einer Stunde kann 6 Minuten Werbung gesendet werden. Verkaufssendungen dürfen nur zwischen 00:00 - 06:00 ausgestrahlt werden.

### **Verbote und Beschränkungen**

Verbot von Werbung für medizinische Alternativmethoden (Artikel 61) und deren Resultate bei Verwendung.

Verbot für Werbung von Drogen (Artikel 62), Gewehre und Munition (Artikel 63) mit Ausnahme von Sport- und Jagdgewehren.

Verbot von Werbung für Tabak und Tabakprodukten (Artikel 64-67)

Verbot von Werbung für Alkoholprodukte (Artikel 68-69) außer Wein und Bier. Einzige Beschränkung für Wein und Bier ist die Werbung bei Medien und Standorten, die von

Kindern (Spielplätze, Kinos, Theatervorstellungen vor 20:00) und Fahrern (Sendungen) benutzt werden.

Bei Kinderwerbung (Kindernahrung und Arzneimittel)

### **Sponsoring**

Hersteller von Tabakwaren: Für Tabakwarenhersteller ist das Sponsoring von Medien, Sportlern, Sportclubs und Wettbewerben untersagt.

Für Tabak- und Alkoholhersteller ist das Sponsoring von Minderjährigen oder Aktivitäten, die meist von Minderjährigen, getätigt werden, untersagt.

Hersteller von Alkohol: Alkoholherstellern, außer Bierproduzenten, ist es nicht gestattet, Sportler oder Sportclubs zu sponsern.

### **Wettbewerbsrecht**

Grundsätzlich richtet sich das Gesetz nach dem EU Kartellrecht. Seitens der Juristen werden vor allem die Regeln für die Genehmigungspflicht kritisiert. So sind alle Übernahmen genehmigungspflichtig, bei denen der Umsatz der beteiligten Unternehmen 10 Mio. Euro übersteigt. Der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung eines Unternehmens ist untersagt. Das bedeutet, dass bei einem Marktanteil von 40% auf dem relevanten Markt, lediglich der Verdacht einer marktbeherrschenden Stellung besteht.

### **Arbeitsrecht**

Das neue Arbeitsgesetz ist am 23. März 2005 in Kraft getreten. Die Rechte und Pflichten des Arbeitsverhältnisses werden im Gesetz, vom Kollektivvertrag und dem Arbeitsvertrag geregelt. Falls es keinen Kollektivvertrag gibt, ist der Arbeitgeber verpflichtet, eine Arbeitsordnung zu erlassen.

### **Arbeitszeit**

Die Regelarbeitszeit darf höchstens 40 Stunden bei Zugrundelegung einer Fünftagewoche betragen. Überstunden dürfen nur ausnahmsweise angeordnet werden, z.B. bei höherer Gewalt, unerwartet gesteigertem Arbeitsumfang und der Verrichtung von Tätigkeiten, die nicht innerhalb einer bestimmten Frist zu planen waren.

### **Urlaub**

Jeder Arbeitnehmer, der mindestens sechs Monate ununterbrochen gearbeitet hat, hat Anspruch auf einen Jahresurlaub von mindestens 20 Werktagen.

### **Durchschnittslöhne**

Das durchschnittliche Netto-Einkommen in Belgrad betrug im Monat September 2007 ca. EUR 447,00 für Rest-Serbien ca. EUR 361,00 (Sekretärinnen EUR 300-400, Sachbearbeiter EUR 400-600, Direktoren EUR 900-2.000).

## **VERBRINGEN UND EINSATZ VON ÖSTERREICHISCHEN EQUIPMENT, TECHNIK UND KNOW HOW**

### **Aufenthaltsgenehmigung**

Ausländer benötigen eine Aufenthaltserlaubnis gemäß Ausländeraufenthaltsgesetz (1980), wofür das Innenministerium in Belgrad zuständig ist.

## Arbeitsgenehmigung

Ausländer benötigen eine Arbeitsbewilligung gemäß Arbeitsbewilligungsgesetz (1978). Zuständig für die Gewährung von Arbeitsgenehmigungen ist das nationale serbische Arbeitsamt.

## VERTRAGSRECHT, GEWÄHRLEISTUNG UND RECHTLICHE KONSEQUENZEN

### Gestaltung eines Werkvertrages

Die Gestaltung eines Werkvertrages ist im serbischen Recht nicht strikt angegeben.

### Lizenzen

Lizenzen sind im serbischen Recht im Gesetz über Außenhandelsgeschäftstätigkeiten geregelt. Der Lizenzvertrag unterliegt der Schriftform und der Anmeldung bei der zuständigen Behörde zwecks Eintragung in das entsprechende Register. Mit dem Vertrag können alle gewerblichen Rechte oder Teile dieser Rechte erworben werden.

### Steuerrechtliche Aspekte

Gemäß Art. 5 Absatz 3 des Mehrwertsteuergesetzes wird die Übertragung und Abtretung der Urheberrechte, Patente, Lizenzen, Schutzmarken und anderer Rechte des geistigen Eigentums als Dienstleistungsverkehr angesehen und unterliegt als Besteuerungsgegenstand der Mehrwertsteuer.

### Gestaltung von Lizenzverträgen

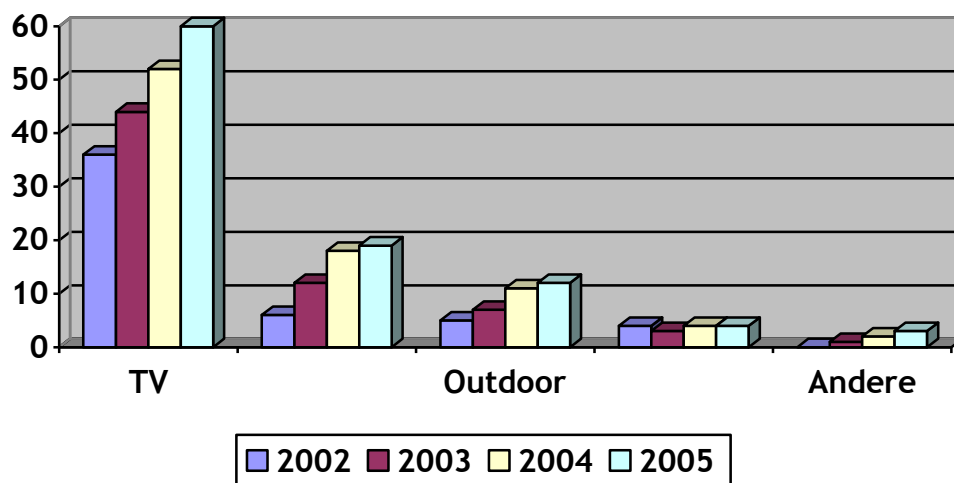
Hinsichtlich der Gestaltung von Lizenzverträgen empfiehlt die AHSt. Belgrad sich direkt mit einem Anwalt in Verbindung zu setzen.

## MARKTINFORMATION

### Die wichtigsten Informationsquellen

Laut diversen Forschungsergebnissen ist das meist genutzte Medium das Fernsehen. Laut Umfragen sehen 90% der Befragten täglich fern, 55% hören täglich Radio, 30% lesen jeden Tag Zeitungen, 6% lesen täglich Magazine und nur 4% benutzten täglich das Internet. Marktuntersuchungen zufolge verbringt die Bevölkerung in Serbien und in Kroatien, europaweit gemessen, die meiste Zeit vor dem Fernseher (477 Minuten). Das erklärt auch den gewaltigen Unterschied in den Ausgaben für Werbung, wie in der nachstehenden Medientabelle ersichtlich.

Ausgaben für Medien



### **Informationsquellen für Mediendaten**

Die Medienagentur „Strategic Marketing“ ([www.smmri.co.yu](http://www.smmri.co.yu)) ist die führende Agentur, wenn es um Daten bez. Medien geht. Für den Fernsehsektor hat die Agentur im Jahr 2005 eine Joint-Venture (AGB Nielsen) gegründet und arbeitet nach der „peoplemeter“ Methodologie“.

Für Druckmedien stellt die Agentur jedes Jahr den so genannten „PrintAdex“, einen Bericht über alle Kategorien von Druckmedien, mit graphischer Datenangabe. „PrintAdex“ für das Jahr 2006 ist unter diesen Link verfügbar: <http://www.smmri.co.yu/code/navigate.asp?id=66>

Auch die österreichische „GfK“ ist sehr aktiv auf dem serbischen Markt und befasst sich vor allem mit Meinungsumfragen über verschiedene Produkte oder Leistungen.

### **Ausschreibungsregister und Publikationsorte öffentlicher Ausschreibungen**

Nach dem geltenden Gesetz für öffentliche Ausschreibungen sind in Serbien alle öffentlichen Unternehmen verpflichtet, sämtliche Beschaffungen öffentlich zu gestalten. Das bedeutet, dass jede Ausschreibung im **öffentlichen Amtsblatt** ([www.glasnik.com](http://www.glasnik.com)) und in einer Tageszeitung inseriert werden muss. Obwohl die Auswahl der Zeitung den Unternehmen frei steht, werden Ausschreibungen sehr oft in der Tageszeitung „Politika“ ([www.politika.co.yu](http://www.politika.co.yu)) veröffentlicht. Der wahrscheinlichste Grund für diese Wahl liegt darin, dass diese Zeitung eine Art „Regierungszeitung“ ist, was auch für Direktoren der öffentlichen Unternehmen gilt, die von der Regierung ausgewählt werden.

Die AHSt. Belgrad bietet allen Kammermitgliedern die Möglichkeit sie über Ausschreibungen zu benachrichtigen welche für betroffene Unternehmen von Interesse sind.

### **Informationen zur Rekrutierung von Mitarbeiter/innen**

Für eine Personalsuche werden grundsätzlich zwei Medien empfohlen. Erstens, Tageszeitungen, wo man in Form von Inseratschaltungen nach Fachkräften suchen kann. Jobinserate werden vor allem in den Zeitungen „Blic“ ([www.blic.co.yu](http://www.blic.co.yu)) und „Politika“ ([www.politika.co.yu](http://www.politika.co.yu)) geschaltet. Im Durchschnitt betragen die Kosten für eine Inseratschaltung ca. 450€.

Da in Serbien am Freitag die meisten Jobinserate geschaltet werden, ist dies der beste Termin für die Inseratschaltung.

Die zweite Möglichkeit ist, die Suche über Job-Portale im Internet zu tätigen. Das größte Job-Portal in Serbien ist Infostud ([www.infostud.com](http://www.infostud.com)):

### **Relevante Branchenverbände**

Društvo za odnose sa javnošću (DSOJ) - Verband der PR-Agenturen

URL: [www.pr.org.yu](http://www.pr.org.yu)

Udruženje Ekonomskih Propagandista Srbije - UEPS

URL: [www.ueps.org.yu](http://www.ueps.org.yu)

Registar nacionalnih internet domena Srbije (Nationales Internetdomainregister)

Fr. Mirjana TASIC, Direktor

URL: <http://www.rnids.rs/>

### **Wichtige Fachmessen**

4<sup>th</sup> Brand Fair, 7.2. - 9.2.2008, Belgrader Messe ([www.sajam.co.yu](http://www.sajam.co.yu))

6<sup>th</sup> Media Fair, 8.3. - 10.3.2007, Novi Sad Messe ([www.nsfair.co.yu](http://www.nsfair.co.yu))

## MARKTDATEN

### Medienmarkt in Serbien

Der Medienmarkt in Serbien folgte in den letzten 15 Jahren der Wirtschaft, das bedeutet, dass er unter der Isolation litt, in der sich das ganze Land befand.

Das Milosevic Regime kontrollierte die meisten Medien als auch die gesamte Wirtschaft.

Nach den Prinzip der Gehorsamkeit und Beziehungen zum Regime wurden die Ausgaben für das Sponsoring und Werbung verteilt. Da es fast keine ausländischen Unternehmen auf dem Markt gab und die lokalen Unternehmen einen kleinen Markt mit drastisch gesunkener Kaufkraft betreuten, waren auch die Medien davon betroffen.

Nach der Wende im Jahr 2000 hatte man angefangen die Medien zu reformieren, jedoch war dieser Prozess sehr langsam und untransparent.

### Generelle Daten über Serbien

Serbien ist mit 7,5 Mio. Einwohnern die größte Republik des ehem. Jugoslawiens. In Serbien lebt 56,6% der Bevölkerung in Städten. Hinsichtlich schulischer Ausbildung hat 14% der Bevölkerung einen Hochschulabschluss, über 40% hat die Mittelschule absolviert und ca. 32% der Bevölkerung hat einen Grundschulabschluss oder keinen Schulabschluss.

### Fernsehen

Fernsehen ist das populärste Medium und 91% der Leute sieht jeden Tag fern.

| Medium               | Fernsehen | Radio | Tageszeitungen | Magazine | Internet |
|----------------------|-----------|-------|----------------|----------|----------|
| Dauer(min.)          | 210       | 180   | 45             | 46       | 78       |
| Anzahl               | 1501      | 1394  | 1175           | 947      | 254      |
| Wird täglich benutzt | 91%       | 55%   | 30%            | 6%       | 4%       |

Nach längerer Zeit wurde im Jahr 2005 ein weiterer Schritt in Richtung Reformen durch das Mediengesetz unternommen. Wichtigste Maßnahme dieses Gesetzes war die Gründung einer Kommission, welche die serbischen Radio- und TV Sender überwachen und eine klare Situation schaffen sollte.

Eine weitere Aufgabe der Kommission war, eine übersehbare Situation im serbischen Äther zu schaffen. Vielen Fernsehstationen wurde die Frequenz entzogen. Es wurde ein Tender zwecks Zuteilung von nur 6 Lizenzen für die landesweite Übertragung des Fernsehprogramms erteilt.

Die Lizenzen wurden am Ende folgenden Sendern erteilt: RTS 1 und RTS 2 (öffentliches Fernsehen), TV Pink, B92, FOX Newscorp, TV Kosava/TV Happy und TV Avala.

In den letzten Jahren wurde, vor allem in Großstädten, Kabelfernsehen eingeführt. Einer Schätzung nach wird es von 30% der Bevölkerung genutzt.

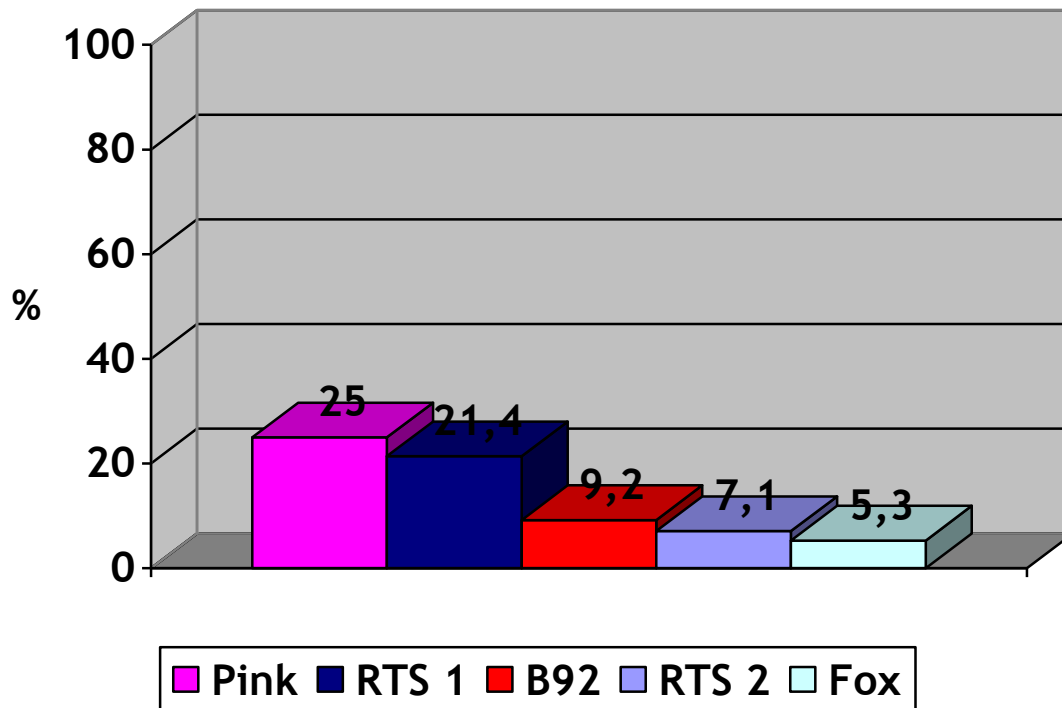
### Fernsehprogramme

Umfragen der „AGB Nilsen Media Search“ und der „Strategic Marketing“ haben ergeben, dass die Nachrichten auf dem Staatssender RTS 1 um 19.30 (Dnevnik 2) mit politisch-informativem Inhalt die höchste Einschaltquote in Land haben (1.365.000 Zuschauer). Diese Umfragen haben auch gezeigt, dass 45% der Zuschauer über 60 Jahre alt sind.

B92 hat die besten Zuwachsraten. Das Programm besteht aus politischen Sendungen, wobei die Nachrichten um 23.00 sehr gute Einschaltquoten haben. Der Sender erzielt den

enormen Zuwachs mit Quizsendungen (vor allem „Wer wird Millionär“-Sendung) und Reality- Shows (Big Brother). Der beliebteste Sender ist TV Pink. Der Sender ist vor allem durch seine „Turbofolk“- Musiksendungen populär, aber auch wegen des Serien- und Filmprogramms.

## Einschaltquoten



Pink weist außer in Serbien auch eine hohe Popularität in den Nachbarländern auf. In Bosnien (Pink BH) und Montenegro (Pink M) hat das Unternehmen eigene TV Sender. In Kroatien, Mazedonien und Slowenien, kann der Sender über Satellitenfernsehen empfangen werden (Pink Plus und Pink Extra). In Planung ist die Eröffnung von Sendern.

Das Unternehmen Pink betreibt außerdem, im Rahmen seiner Pink Media Group, auch eine Plattenfirma mit dem Studio - City Records ([www.cityrecords.com](http://www.cityrecords.com)), Produktions-Firma Media System ([www.mediasystem.co.yu](http://www.mediasystem.co.yu)) - die größte Anlage zur Replizierung von CDs und DVDs in Serbien Pink Digital System ([www.pinksystem.com](http://www.pinksystem.com)).

Im Jahr 2007 soll der Bau eines Filmstudios am Stadtrand von Belgrad beendet werden, das unter den Namen PFI Studios arbeiten soll ([www.pfistudios.com](http://www.pfistudios.com)).

### Radio

Bei Rundfunksendern sind vor allem die lokalen Radiosender in Städten gefragt. Laut Umfragen, hört 55% der Bevölkerung täglich Radio. Die Ausgaben betragen unter 10 Mio. Euro. Wie bei Fernsehsendern sind hier die Unternehmen B92, Pink und der staatliche Rundfunk vertreten (BG1, B202, BG2)

## **Plakat und Outdoor Werbung**

In Serbien wurden im Jahr 1994 die ersten Billboards in Belgrad eingeführt. Heute gibt es in Belgrad ca. 3.000 Billboards.

## **Megaboards**

Während der letzten beiden Jahre hat auch der Bereich der Außenwerbung mehr und mehr an Bedeutung gewonnen. Alle größeren Gebäude/Gerüste/etc. der Stadt sind mittlerweile mit großformatigen Werbungen verkleidet. Werbung, welche sich Kunden auch einiges Kosten lassen.

## **Kino**

Die Anzahl von Kinos ist in den letzten Jahren rapide gesunken. „Beogradfilm“ war einst der größte Kinobetreiber in Belgrad. Da die Besucherzahl in den letzten 15 Jahren ständig nach unten ging, wurden am Ende alle Kinohallen des Unternehmens geschlossen.

Das Unternehmen wurde in diesem Jahr privatisiert, jedoch wurde noch immer wenig unternommen, um die Kinos wieder neu zu beleben, obwohl der Käufer sich verpflichten musste, fünf Jahre den Tätigkeitsbereich des Unternehmens beizubehalten.

Die Gründe für die schlechte Besucherzahl sind:

- Schlechter Lebensstandard als Folge des Bürgerkriegs auf dem Balkan und der Sanktionen der UN
- Wachsende Piraterie, die trotz Maßnahmen seitens der Regierung noch immer sehr verbreitet ist
- die Kinohallen sind meist in einem schlechten Zustand

Nach dem neuen Gesetz für Kinematographie sollte das Filmzentrum Serbiens (Filmski centar Srbije) unter anderem die Aufgabe bekommen, ein Firmenregister für Unternehmen aus dem Bereich Kinematographie, als auch die Evidenzhaltung bez. Kinoeinnahmen, Importe und Exporte von Filmen zu führen.

## **Printmedien**

In Serbien gibt es eine große Auswahl an Tageszeitungen und Zeitschriften.

Das Pressevertriebsnetz ist eines der größten in Osteuropa mit 21 Grossisten, 75 Retailern und 11.100 so genannten Point of sale (POS).

## **Zeitungen**

Vor 15 Jahren gab es von den heutigen Zeitungen nur Politika, Vecernje Novosti und Dnevnik. Alle anderen Zeitungen wurden in den letzten 5-10 Jahren gegründet.

Die genaue Auflage der Zeitungen ist sehr schwer einzuschätzen, da keine offizielle Statistik geführt wird. Zeitungen mit der größten Auflage sind „Vecernje Novosti“, „Blic“ und „Kurir“ mit ca. 200.000 Exemplaren.

Die Werbebudgets bei Zeitungen betragen 2005 ca. 9 Mio.€

## **Zeitschriften**

In Serbien gibt es eine große Anzahl von Zeitschriften in allen Bereichen: Frauenzeitschriften, Männerzeitschriften, für Jugendliche, Klatschspalten, Hobbyzeitschriften, Computermagazine usw.

In den letzten Jahren werden auch viele internationale Magazine lokal veröffentlicht und zwar in allen Bereichen. Es sind folgende Magazine vertreten: Bravo, Burda, Auto Bild, National Geographic, Cosmopolitan, Men´s Health, Playboy usw.

Seit die ersten internationalen Zeitschriften erschienen sind, hat sich der Preis der Werbeflächen mehr als verdoppelt. Die Werbebudgets bei Zeitschriften betragen 2005 ca. 10 Mio.€

## **Anzeigeblätter**

Eine Gewohnheit der Serben ist das Sie beim Kauf von Geräten, Möbel und allen anderen Gegenständen des alltags zuerst in die Anzeigeblätter nachschauen. Das kommt auch davon dass es eine längere Zeit lang keine richtigen Warenhäuser gab. Ein Grund dafür war auch dass das größte Warenhausunternehmen „Robne Kuće“ seit 1996 in Krise geraten ist und es keine richtige Konkurrenz auf dem Markt gab. „Halo Oglasi“ wird überall in Belgrad vertrieben, über Zeitungskiosks, Zeitungsverkäufer(Callporter) usw.

Ähnliche Ausgaben aus diesem Bereich sind „Novosti Oglasi“ (5.000 Ex.) und „Krov Oglasi“.

## **Online Werbung**

Der Umsatz des Online Werbungsmarktes im Jahr 2005 betrug eine halbe Million Euro. Davon wurde der Großteil für Banner auf Web-Seiten ausgegeben. Die Ausgaben im Jahr 2006 hatten eine Zuwachsrate von 100%, d.h. Schätzungen zufolge, sollen die Ausgaben ca. 1 Million erreicht haben.

Das Hauptproblem für Werbung im Internet ist die geringe Anzahl von Internetbenutzern die Zugang zu schnellen Internetverbindungen haben, da sich noch immer die Mehrheit der Bevölkerung über Dial-up an das Internet anbindet.

Laut Umfrage aus dem Jahr 2006 besitzen 41% der Einwohner einen Computer (Belgrad 55%, Vojvodina 38% und Zentral-Serbien 36%), davon sind 51% Stadtbevölkerung und nur 28% auf dem Land. 24% der Bevölkerung hat einen Internetanschluss (Belgrad 42%, Vojvodina und Zentral-Serbien 20%), davon 33% Stadtbevölkerung und nur 12% auf dem Land. 31% der Internetbenutzer sind Männer und 17% Frauen. Die meisten Benutzer sind zwischen 15-29 Jahre alt (48,8%) auf die Gruppe von 50-64% entfallen nur 11%. 66% der Studenten und Schüler benutzen das Internet.

## **Dialogmarketing und Direct-mail**

Laut Artikel 9 des serbischen Werbegesetzes wird unter anderem angeführt, dass es untersagt ist, Werbung mittels Telefax, telefonischen Anrufen oder elektronischen Nachrichten an Personen, ohne deren Einwilligung zu betreiben.

In Serbien wird oft Werbung in Form von Briefen und Katalogen, die in Briefkästen gesteckt werden, betrieben.

## **Sponsoring**

Es gibt keine genauen Angaben, wie viel Geld durch Sponsoring in den serbischen Markt fließt. Was den serbischen Markt ausmacht, ist, dass ein großer Anteil von Sponsoring in Form von Tauschgeschäften abgewickelt wird. Mit anderen Worten, Unternehmen geben statt Geld, Waren oder Dienstleistungen an andere Unternehmen.

Ein Vorteil des Sponsorings kultureller Institutionen ist ein Steuernachlass von 1,5%. Österreichische Unternehmen sind durch Sponsoring am Markt stark vertreten. So sponsert

die Wiener Städtische den größten Fußballclub in Serbien „Roten Stern“ Belgrad. Uniqa Versicherung, Hypo-Alpe-Adria Bank und die Mobilkom sicherten sich berühmte serbische Sportler und Musiker um ihre Sichtbarkeit auf dem Markt vergrößern und vom positiven Image zu profitieren.

### **Public Relations**

PR-Agenturen sind in den letzten Jahren sehr aktiv auf dem Markt. Das Wirtschaftswachstum hält in den letzten Jahren den Trend. Es kommen immer mehr Firmen nach Serbien, die Ihre Position auf dem Markt ausbauen wollen. Egal, ob es sich um die Planung einer Werbecampagne, Lobbying, Marktüberwachung, Promotionen oder Ausbau von Beziehungen zu Medien handelt, in Serbien sind Niederlassungen internationaler PR Agenturen oder PR Agenturen, die mit weltbekannten Agenturen kooperieren ansässig und tätig.

So ist z.B. das österreichische Unternehmen „Hochegger“([www.hochegger.com](http://www.hochegger.com)) auch auf dem Markt und hat vor kurzem eine Partnerschaft mit der berühmten „Burson Marsteller“ für den osteuropäischen Markt angekündigt. „Hochegger“-Kunden in Serbien sind „VIP Mobile“, „Dr. Oetker“, „Bayer“, die „Merkur Versicherung“ und viele andere.

Die PR Agentur „Logos PR“([www.logospr.co.yu](http://www.logospr.co.yu)) hat ein Kooperationsabkommen mit der Agentur „Ecker & Partner“ unterzeichnet. Stark positioniert am Markt sind auch „McCann Erickson“([www.mccannpr.co.yu](http://www.mccannpr.co.yu)), „Ogilvy & Mother“([www.ogilvy.co.yu](http://www.ogilvy.co.yu)), „Hauska & Partner“([www.hauska.com](http://www.hauska.com)) usw.

### **Below the Line**

Das so genannte „Below the line marketing“ findet in Serbien sehr oft Anwendung, vor allem bei Nahrungs- und Kosmetikprodukten. In Supermarktketten, wo über das Wochenende viele Shoppen gehen, ist es eine gute Gelegenheit seine Produkte vorzustellen. Oft werden Aktionen veranstaltet, wo die Käufer beim Kauf eines Produktes der Firma, Werbeartikel (Mützen, T-Shirts usw.) oder ein anderes Produkt umsonst dazu bekommen.

### **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](mailto:werbung@wko.at)  
H [www.fachverbandwerbung.at](http://www.fachverbandwerbung.at)

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

Für den Inhalt verantwortlich:

Diese Publikation ist eine Zusammenfassung des entsprechenden AWO-Branchenreports „Werbung und damit verbundene Kreativleistungen“. Diese Zusammenfassung finden Sie auch auf [www.fachverbandwerbung.at](http://www.fachverbandwerbung.at). Die Langfassung kann per E-Mail von Mitgliedsunternehmen kostenlos unter [werbung@wko.at](mailto: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](mailto: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.