

Branchenreport

Werbung und damit verbundene Kreativleistungen

Moldau



1 DER MEDIENMARKT

Wirtschaftskennzahlen 2007:

BIP: € 3,2 Mrd.; BIP pro Kopf: € 895,-; BIP-Wachstum: 3,0 %;
 Inflation: 12,3%; Arbeitslosigkeit: 5,4%; Wechselkurs (EUR) Oktober 2008: 14,00 MDL
 Handelsbilanz: -2. 348 Mio. USD

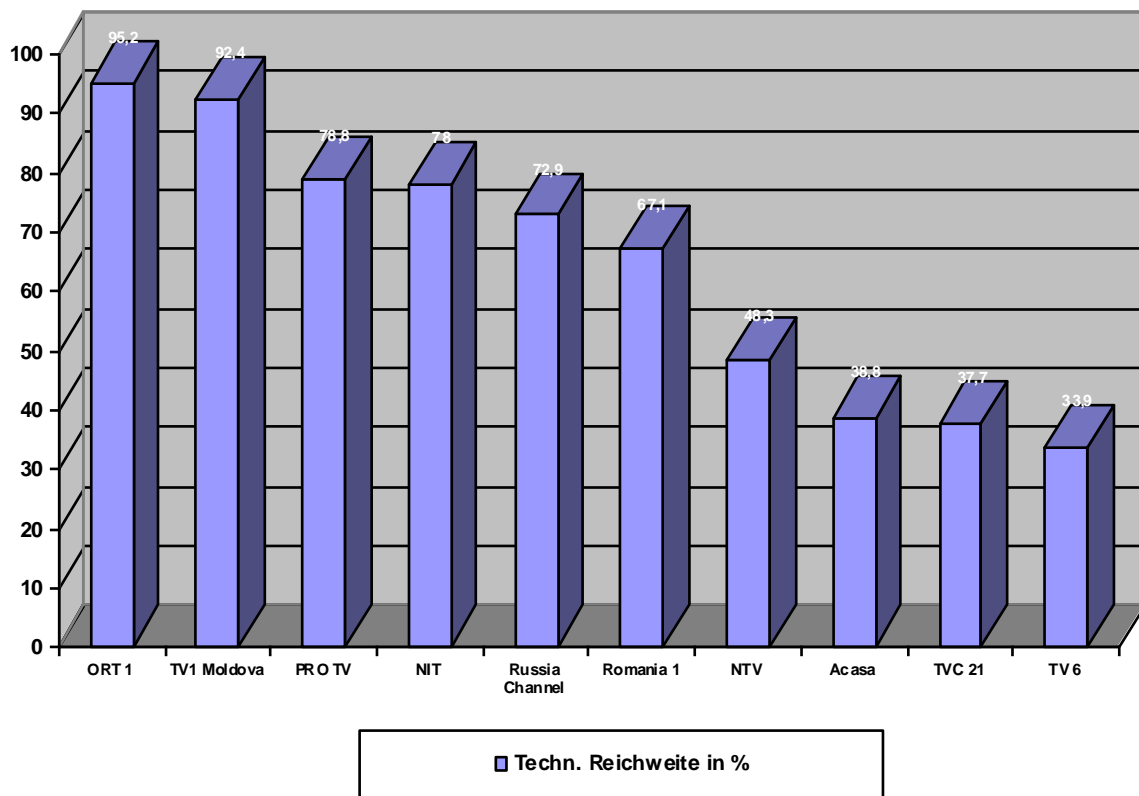
1.1 Marktdaten

Der moldauische Medienmarkt hat in den letzten Jahren eine starke, dynamische Entwicklung vorzuweisen. Vor allem die Werbeausgaben unterliegen einem starken Wachstum. Die Ausgaben der Unternehmen sind in den letzten Jahren jeweils um mehrere hundert Millionen Euro gestiegen und wurden dabei bevorzugt in das Medium Fernsehen investiert. Die sonstigen Medien wie Print, Radio oder vor allem Kino und Internet liegen deutlich dahinter. Im Bereich Online Werbung könnte es in den nächsten Jahren zu einem Anstieg der Ausgaben kommen. Ausschlaggebender Faktor wird hier vor allem der flächendeckende Zugang der Bevölkerung zum Internet sein.

1.2 Werbeträger

Fernsehen

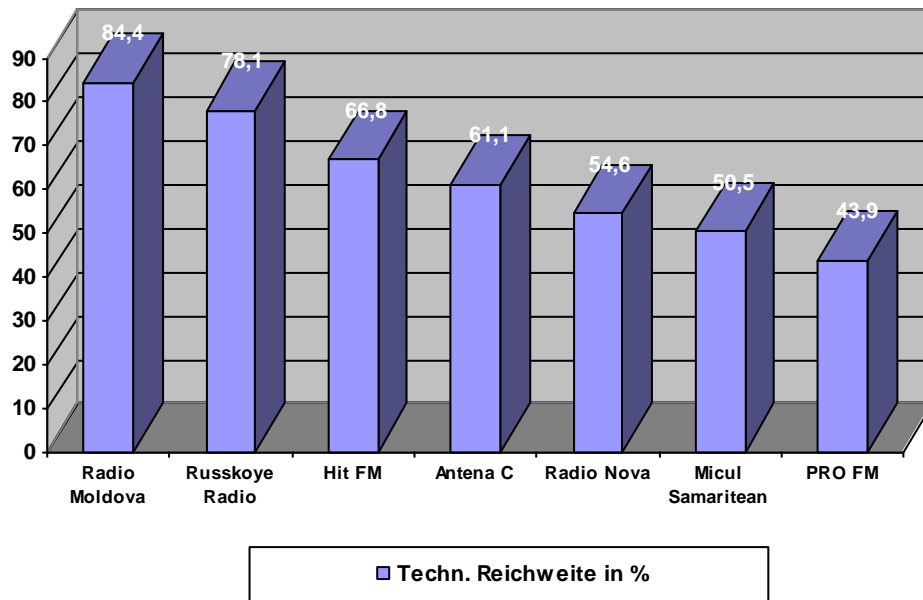
Die Top 10 TV Anstalten in der Moldau (Stand 2003)



Trotz der relativ kleinen Bevölkerungszahl verfügt die Moldau über eine durchaus hohe Zahl an TV Sendeanstalten, wobei nur zwei Anstalten flächendeckend empfangbar sind.

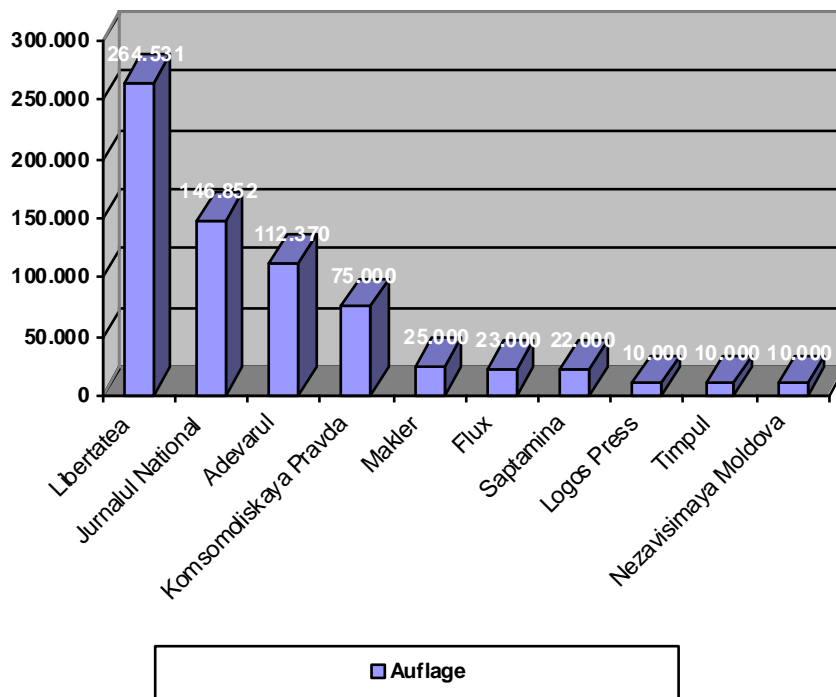
Radio

Die größten Radiosender in der Moldau (Stand 2003)



Zeitungen

Die wichtigsten Zeitungen in der Moldau (Stand 2002)



2 RECHTSGRUNDLAGEN

2.1 Werbegesetz

Im Gesetz Nr. 1227/97 wurden die Richtlinien zu Werbe- und Sponsoringaktivitäten festgelegt. Es werden zunächst Grundbegriffe wie Werbung, Werbetreibende, Agenturen, etc. definiert.

2.2 Werbeverbote und -beschränkungen

Das moldauische Gesetz verbietet unter anderem Werbung, die:

- gegen die Interessen des Staates verstößt
- zu Handlungen animiert, die gegen das Umweltschutzgesetz verstoßen
- unwahre Behauptungen enthält
- Panik oder Gewalt provozieren oder die Sicherheit von Personen beeinträchtigen kann
- unbefugt staatliche Symbole oder Hoheitszeichen enthält
- unbefugt Firmenbezeichnungen bzw. deren Abkürzungen enthält (gemeint ist hier die Nennung einer anderen als der werbetreibenden Firma - z.B. in vergleichender Werbung)
- genehmigungspflichtige/lizenzpflichtige Waren oder Dienstleistungen bewirbt, für deren Produktion oder Vertrieb der Werbetreibende keine entsprechende Berechtigung hat
- gegen allgemein anerkannte moralische und humanistische Werte gerichtet ist (bezieht sich z.B. auf die Bereiche Geschlecht, Sprache, Rasse, Nationalität, soziale Herkunft)

Ebenso verboten sind Schleichwerbung, irreführende Werbung, unterschwellige Werbung, Werbung für Glücksspiele und Casinos, und seit 2007 zudem auch die Werbung für Tabakwaren.

Eine interessante Eigenheit des moldauischen Werbegesetzes ist auch folgendes Verbot (eher eine Beschränkung): innerhalb einer (Sende-) Stunde darf auf einem TV oder Radiokanal für ein und dasselbe Produkt eines Werbetreibenden nicht mehr als zwei Mal und in einem Gesamtausmaß von nicht länger als zwei Minuten geworben werden.

2.3 Pflichten der Werbeagenturen

Das moldauische Werbegesetz sieht eine Reihe von Verpflichtungen für Werbeagenturen („Werbeagenten“) vor. Als Beispiel seien erwähnt:

- Aufbewahrungspflicht für Werbematerialien: Agenturen sind verpflichtet, alle Werbematerialien (inkl. Korrekturen und Änderungen) für die Dauer von einem Jahr (audiovisuelle Werbemitteilungen ein Monat) nach der letztmaligen Veröffentlichung aufzubewahren.
- Agenturen und Medienanstalten sind gesetzlich verpflichtet sicherzustellen, dass der Werbetreibende über eine entsprechende Gewerbeberechtigung verfügt, sollte es sich bei dem beworbenen Artikel um ein Produkt aus einem genehmigungspflichtigen Gewerbe handeln.
- Die Agentur ist verpflichtet den Werbetreibenden rechtzeitig darüber zu informieren, sollte die geplante Werbemaßnahme gegen das geltende Werbegesetz verstoßen.

2.4 Konsequenzen

Mögliche Sanktionen bei Verstößen gegen das Werbegesetz sind z.B.:

- Veröffentlichungsverbot der betroffenen Kommunikationsmaßnahme
- Verpflichtung zur Veröffentlichung einer oder mehrerer Richtigstellung/en auf Kosten des Werbetreibenden, wobei die Richtigstellung die gleichen Charakteristika (Sendezeit, Größe, ...) vorzuweisen hat wie die ursprüngliche Werbemitteilung.
- Werbemaßnahmen, die den „essentiellen“ Interessen des Staates schaden, oder die die Rechte der Staatsbürger verletzen, werden nach dem Strafgesetzbuch geahndet. (!!)

2.5 Wettbewerbsrecht

Die für den Bereich Werbung und Kommunikation relevanten Aspekte des Wettbewerbsrechts, wie die Regelungen zu vergleichender, irreführender und unlauterer Werbung, werden unter anderem in Artikel 9 des moldauischen Werbegesetzes festgehalten.

2.6 Gewerberecht

Grundsätzlich gilt in der Moldau Gewerbefreiheit. Die Ausübung eines Gewerbes unterliegt der Erlaubnispflicht. Zuständig für die Ausstellung von Genehmigungen sind gewöhnlich jeweils die lokalen Behörden.

2.7 Sponsoring

In der Republik Moldau wird Sponsoring der Werbung gleichgestellt. Somit gelten alle in diesem Bereich getätigten Ausgaben als Werbeausgaben und sind steuerlich absetzbar.

2.8 Spezielle Abgaben für Werbung und Kommunikation

In der Republik Moldau fallen für Werbedienstleistungen folgende Abgaben an:

- Allgemeine Werbeabgabe auf Werbedienstleistungen (mit Ausnahme der Outdoor Werbung)
- Für das Publizieren von Werbemitteilungen über Medien wie Kino, Video, Telefon, Telefax, o.ä. fällt eine Kommunalsteuer in Höhe von 5% der verrechneten Dienstleistung an.
- Abgabe für die Anbringung von Werbeplakaten/Werbetafeln (Outdoor)
- Diese Abgabe kommt ebenfalls der jeweiligen Gemeinde zugute und wurde für das laufende Jahr auf 500 Lei/m²/Jahr festgelegt (Stand 2008).

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.