

## Branchenreport

*Werbung und damit verbundene Kreativleistungen*

Rumänien



## 1 DER MEDIENMARKT

### 1.1 Marktdaten

Der rumänische Medienmarkt hat in den letzten Jahren eine starke, dynamische Entwicklung vorzuweisen.

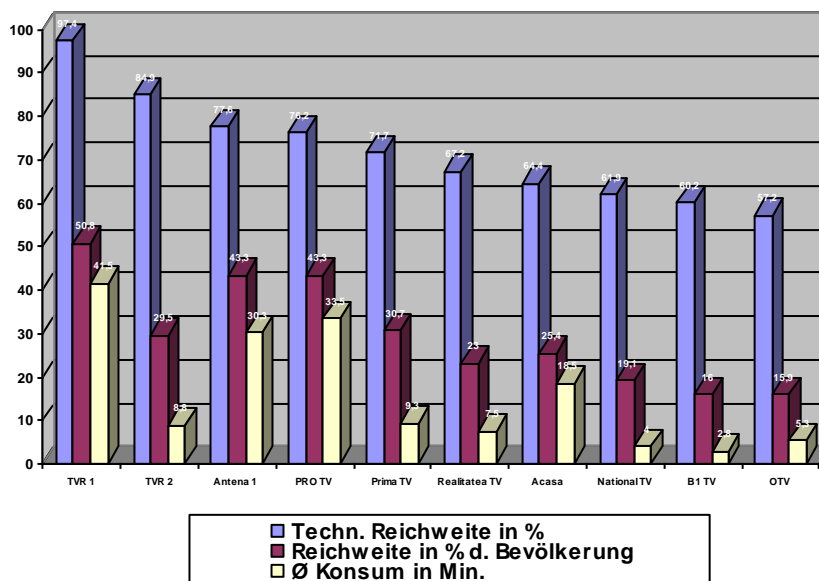
Vor allem die Werbeausgaben unterliegen einem starken Wachstum. Die Ausgaben der Unternehmen sind in den letzten Jahren jeweils um mehrere hundert Millionen Euro gestiegen und wurden dabei bevorzugt in das Medium Fernsehen investiert. Die sonstigen Medien wie Print, Radio oder vor allem Kino und Internet 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.

Bereits im Jahr 2004 hat Rumänien Österreich im Bereich der Gesamtausgaben überholt. Wurden damals in Österreich rund € 2,135 Mrd. für Werbung ausgegeben, waren es in Rumänien bereits rund € 2,189 Mrd.. Es folgte ein Anstieg um ca. 26% im Jahr 2005 und um weitere 14% im Jahr 2006 auf insgesamt € 3,152 Mrd.. Die Ausgaben haben sich somit in nur drei Jahren um knapp € 1 Mrd. erhöht.

### 1.2 Werbeträger

#### Fernsehen

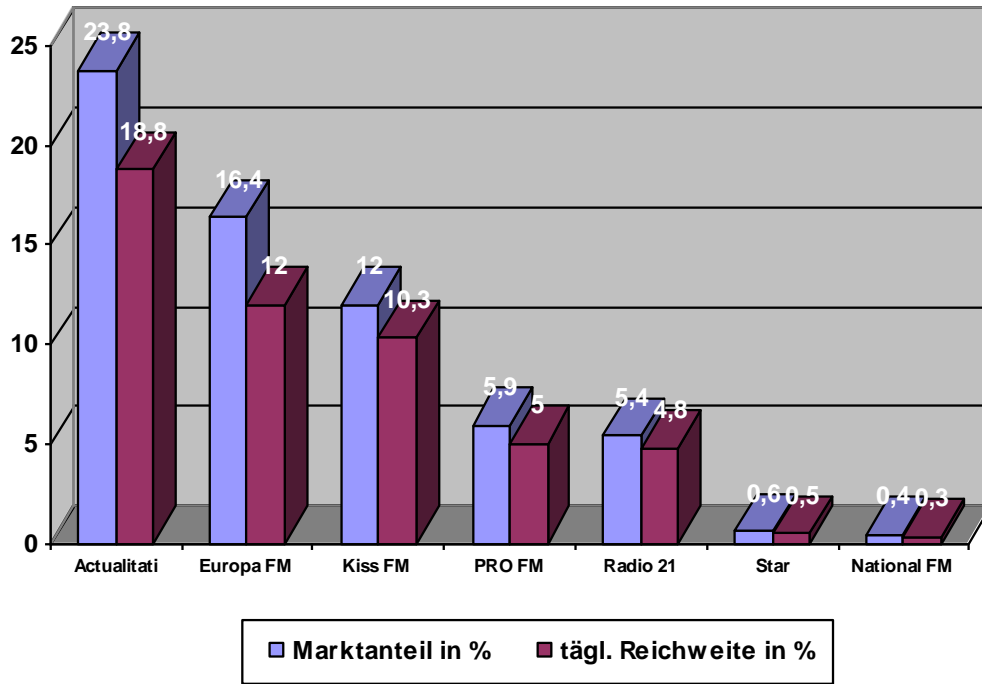
Die wichtigsten TV Anstalten in Rumänien (Stand 2006)



Auffallend ist die relativ hohe Zahl an überregionalen TV Sendeanstalten. Zu den „klassischen“ Sendern mit gemischtem Inhalt ist ein vermehrtes Auftreten von Special Interest Anstalten zu beobachten. Besonders im Bereich der Nachrichten und Wirtschaftsnachrichten wurden in den letzten Jahren Neugründungen verzeichnet. Als letzte bedeutendere Gründung sei an dieser Stelle „The Money Channel“, ein auf wirtschaftliche Belange spezialisierter Sender, erwähnt. Auch kamen in den letzten Jahren einige Musik TV-Sender dazu.

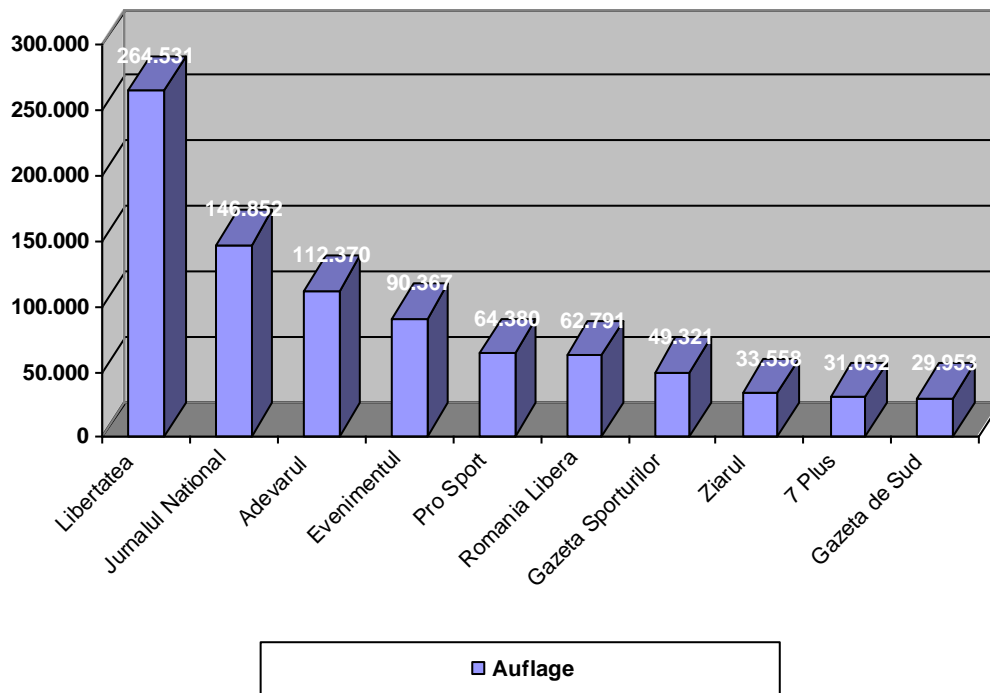
#### Radio

Die wichtigsten Radiosender in Rumänien (Stand 2006)



### Tageszeitungen und Magazine

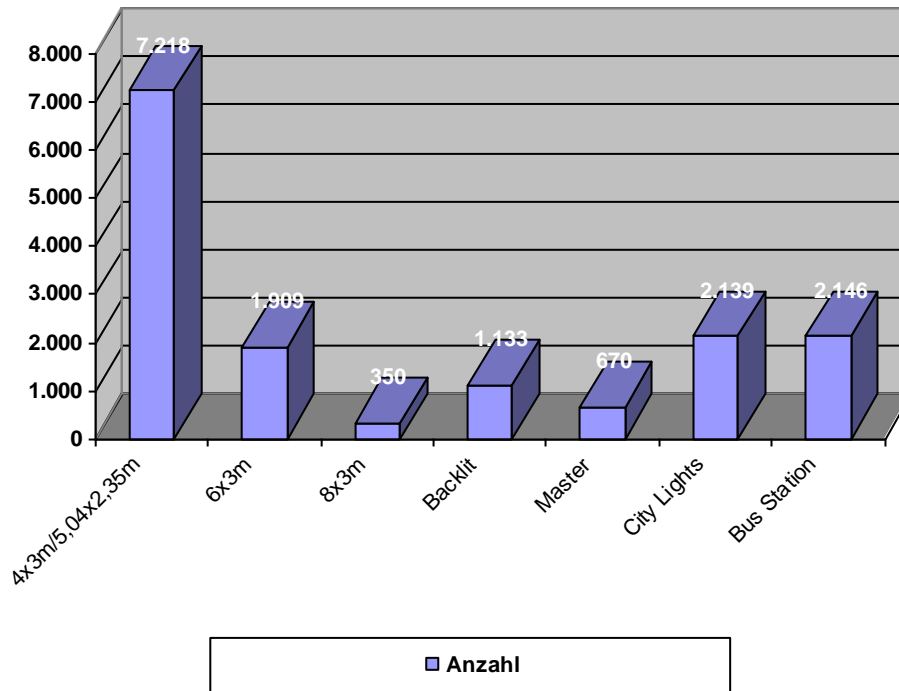
Die wichtigsten Tageszeitungen in Rumänien (Stand 2006)



An der Spitze der Printmedien steht sowohl im Bereich der Tageszeitungen als auch im Bereich der Magazine der „Libertatea“ Verlag. Bei den Tageszeitungen zeigt sich eine deutlichere Führung der „Libertatea“ als im Magazinbereich. Besonders bei den Tageszeitungen liegen ab dem zweiten Platz die Auflagenzahlen dicht beieinander. Bedenkt man die Gesamtbevölkerungszahl Rumäniens sind daher laufende Verschiebungen in den Platzierungen sicherlich zu erwarten.

## Outdoor

Anzahl und Art der Outdoor Standplätze in Rumänien (Stand 2006)



Outdoor ist in Rumänien unterproportional entwickelt. Alleine durch die Größe des Landes bedingt, ist ein starkes Wachstum in diesem Bereich zu erwarten. Legt man hier österreichische Maßstäbe an, so müsste die Zahl der Standplätze zumindest um das 10-fache steigen. Zum Vergleich: in Österreich besteht ein Standplatz pro 133 Einwohner. In Rumänien sind es 1375 Einwohner pro Standplatz.

## 2 RECHTSGRUNDLAGEN

### 2.1 Werbegesetz

Das rumänische Werbegesetz mit der Nr. 148/2000 beinhaltet und reglementiert wesentliche Aspekte der Werbetätigkeiten für gedruckte- und audiovisuelle Medien. Das Gesetz definiert zunächst Grundbegriffe wie Werbung, Schleichwerbung, irreführende Werbung, etc.

Kapitel 1 legt weiters die allgemeinen Rahmenbedingungen für Werbetätigkeiten fest: Werbung soll prinzipiell dezent, korrekt und im Geiste sozialer Verantwortung stehen

Verboten ist Werbung, die:

- gegen die öffentliche Moral verstößt
- politische oder religiöse Überzeugungen verletzt
- die Ehre, das Ansehen und das Privatleben einer Person verletzt
- Ängste, Vorurteile oder die Leichtgläubigkeit von Personen ausnützt
- Gewalt provozieren oder die Sicherheit von Personen beeinträchtigen kann
- zu Handlungen animiert, die der Umwelt Schaden beifügen können
- verbotene Dienstleistungen oder Produkte bewirbt
- Diskriminierende Werbung (bezieht sich auf die Bereiche Geschlecht, Sprache, Rasse, Nationalität, soziale Herkunft, ethnische Identität)
- Schleichwerbung
- Irreführende Werbung

## 2.2 Werbeverbote und -beschränkungen

Verboten ist die Werbung für:

- Waffen und Munition, soweit sie außerhalb der dafür vorgesehenen Verkaufsräumlichkeiten stattfindet. Ausgenommen hiervon sind Jagd- und Sportwaffen.
- Drogen und Rauschgift
- Rezeptpflichtige Medikamente (Achtung: die Bewerbung freier Medikamente ist gestattet; die dafür eingesetzten Werbematerialien müssen jedoch vorher von der Nationalen Arzneimittelagentur bewilligt werden)
- Tabakprodukte - seit kurzem besteht ein umfassendes Werbeverbot für alle Arten von Tabakwaren. Ausgenommen von diesem Verbot ist dagegen die Werbung in Verkaufslökalen für Tabakwaren (z.B. Trafiken bzw. spezielle Verkaufsbereiche in Supermärkten) und in abgetrennten Raucherzonen.
- Die Werbung für alkoholische Getränke und für Produkte bzw. Dienstleistungen die an Minderjährige gerichtet sind unterstehen zum Teil strengen Beschränkungen.
- So ist es im Umkreis von 200m von Schulen oder medizinischer Einrichtungen verboten, alkoholische Getränke zu bewerben. Ebenso dürfen Spirituosen ausschließlich in TV-, Radio-, und Printmedien (kein Outdoor!) beworben und in keinsten Weise mit dem Lenken eines Fahrzeugs in Verbindung gebracht werden.
- Die Bewerbung von Produkten und Dienstleistungen, die für Minderjährige gedacht sind, unterliegt relativ starken Einschränkungen: sie darf keine Elemente enthalten, die Jugendliche psychisch, physisch, moralisch oder intellektuell beeinträchtigen könnten. Ebenso dürfen Jugendliche nicht unter Ausnützung ihrer Leichtgläubigkeit und ihrer fehlenden Erfahrung zum Kauf von Produkten verleitet werden und in für sie gefährlichen Situationen gezeigt werden. Darüber hinaus verbietet der Gesetzgeber die Beeinträchtigung der „speziellen“ Beziehungen der Jugendlichen zu ihren Eltern, zu Lehrern und zu Gleichaltrigen.

## 2.3 Drehgenehmigungen

Für das (kommerzielle) Drehen bzw. Fotografieren auf öffentlichen Plätzen ist prinzipiell keine Drehgenehmigung einzuholen. Voraussetzung ist jedoch, dass das Film- bzw. Fotografenteam über eine entsprechende Gewerbeberechtigung (kein freies Gewerbe!) verfügt. Es gibt allerdings einige genehmigungspflichtige Ausnahmen.

Das Filmen oder Fotografieren gewisser Gebäude (wie z.B. Botschaften, einige Regierungsgebäude, etc.) oder von Objekten mit strategischer Bedeutung (Armeeeinrichtungen, Grenzposten, etc.) ist prinzipiell untersagt. Sollen derartige Einrichtungen gefilmt werden, so ist ein Antrag an das „Oficiul Registrului National al Informatiilor Secrete de Stat (ORNISS)“ zu stellen. Das „Nationale Amt für Geheime Staatsinformationen“ prüft in weiterer Folge den Antrag und stellt, sofern keinerlei Einwände vorliegen, eine entsprechende Genehmigung aus.

Stellen die Dreharbeiten eine Behinderung des öffentlichen Lebens dar (z.B. durch das Absperren von Geh- oder Verkehrswegen), so ist zuvor eine Genehmigung bei der Gemeinde und bei der zuständigen Polizeidienststelle einzuholen. In manchen Gemeinden gelten individuelle Vorschriften. So ist z.B. in der Gemeinde Sighisoara für professionelle Filmaufnahmen immer ein Antrag zu stellen, der von einer Kommission geprüft und genehmigt werden muss.

## 2.4 Wettbewerbsrecht

Die für den Bereich Werbung und Kommunikation relevanten Aspekte des Wettbewerbsrechts, wie die Regelungen zu vergleichender und irreführender Werbung, werden in Kapitel 2 des rumänischen Werbegesetzes festgehalten.

Für die Festlegung, ob eine Werbemitteilung irreführende Angaben über ein Produkt macht, legt das Gesetz sehr genau jene Produkteigenschaften fest, die als Vergleichskenngrößen herangezogen werden, wie z.B. Art, Zusammensetzung, Menge, Preis, Funktionalität, etc.

Vergleichende Werbung ist prinzipiell unter Einhaltung der im Gesetz vorgeschriebenen Richtlinien erlaubt. So ist vergleichende Werbung nur dann erlaubt, wenn die verglichenen Produkte dem gleichen Bestimmungszweck dienen und eine oder mehrere relevante und überprüfbare Produkteigenschaften verglichen werden. Vergleichende Werbung ist dann verboten, wenn dadurch Verwechslungsgefahr zwischen dem beworbenen Produkt und bereits auf dem Markt etablierten Produkten (z.B. Markenname) entsteht.

Aufgrund der komplexen und interpretierbaren Richtlinien dieser Norm ist es anzuraten, im Zweifelsfall entsprechende Experten (Agentur und/oder Rechtsanwalt) zu Rate zu ziehen.

## 2.5 Gewerberecht

Grundsätzlich gilt in Rumänien Gewerbefreiheit. Die Ausübung eines Gewerbes unterliegt der Erlaubnispflicht. Zuständig für die Ausstellung von Genehmigungen sind gewöhnlich die lokalen Rathäuser oder Kreisräte.

Die Aufnahme einer gewerblichen Handelstätigkeit bedarf einer lokalen Genehmigung. Die Urkunden und Unterlagen, die dem Genehmigungsantrag beigelegt werden müssen, werden festgelegt. Liquidations- und Schlussverkäufe müssen beim zuständigen Rathaus angemeldet werden. Missbräuchliche Handelsusancen wie „Pyramidenverkauf“ und „Schneeballverkauf“ sind verboten. Der Verkauf eines Produktes darf ohne einen treffenden Grund nicht verweigert werden. Die Etiketten müssen Preis und Quantität (Inhalt oder Gewicht) pro Produkt angeben. Verstöße gegen Bestimmungen der Verordnung werden mit Geldstrafen zwischen € 30,- und 1.000,- geahndet.

Mit der Anerkennung von aus dem Ausland stammenden Gewerbeberechtigungen privater Personen ist das Arbeitsministerium MINISTERUL MUNCII, SOLIDARITATII SOCIALE SI FAMILIEI über die Abteilung Directia politici forta de munca (Anschrift: Str. Dem. I. Dobrescu nr. 2B, sectorul 1, Bucuresti, Tel./Fax: +40-21-314.84.22, Internet: [www.mmssf.ro](http://www.mmssf.ro)) beauftragt. Es werden Gewerbeberechtigungen für Tätigkeiten gemäß Anhang A der Richtlinie 1999/42/EC anerkannt. Nachfolgende Unterlagen müssen eingereicht werden:

- Ansuchen in rumänischer Sprache (mit der Anschrift und der Telefonnummer des Ansuchenden)
- Kopie des Personalausweises/Passes
- Kopie der Geburtsurkunde in rumänischer Sprache und beglaubigt
- Kopie der Gewerbeurkunde in rumänischer Sprache und beglaubigt sowie das Original
- Kopie der Anerkennung der Gewerbeurkunde (in Rumänisch übersetzt und beglaubigt) für Länder der EU, die das Hagener Abkommen nicht unterschrieben haben.

Das "Centrul National de Recunoastere si Echivalare a Diplomelor" des rum. Unterrichtsministeriums hat die Aufgabe, im Ausland ausgestellte Qualifikationen automatisch anzuerkennen und ein Anerkennungszeugnis innerhalb von 30 Tagen auszustellen. Einzureichen sind:

- ein Ansuchen;
- Kopie des Personalausweises/Passes;
- Geburtsschein - übersetzt und beglaubigt;
- Kopie der Qualifikationsurkunde - übersetzt und beglaubigt - sowie das Original;
- eine Kopie der Anerkennung der Qualifikationsurkunde seitens eines zuständigen Amtes im Heimatland ist dann notwendig, wenn beispielsweise beim zuständigen Rathaus ein Freiberuflerausweis beantragt wird sowie bei der Erlangung einer Arbeitsbewilligung.

## 2.6 Patent-, Marken- und Musterrecht

Für Eintragungen bzw. Anmeldungen sowie Schutz von Erfindungen, Patenten, Fabriks- und Handelsmarken ist das Büro für Auslandspatente und Erfindungen bei der Handels- und Industriekammer Rumäniens, Rominvent, E-Mail: [office@rominvent.ro](mailto:office@rominvent.ro) zuständig, das einen 20-jährigen Schutz geistigen Eigentums gewährt. Fabrik-, Handels- und Dienstmarken fallen in die Zuständigkeit des Marken- und Patentamtes OSIM (E-Mail: [office@osim.ro](mailto:office@osim.ro), Internet: <http://www.osim.ro/>).

## 2.7 Steuerliche Bestimmungen

Rumänien ist seit der Einführung der Flat Tax von 16% per 1.1.2005 auf alle Einkommen und Gewinne ein Steuerparadies. Der Hintergedanke ist, auf diese Weise den großen Anteil der Schattenwirtschaft in Rumänien (bis zu 40% des BIP) zu reduzieren.

Die Einkommens- und Gewinnsteuer ist für in- und ausländische Einkommen rumänischer juristischer Personen und Einkommen ausländischer, natürlicher und juristischer Personen in Rumänien zu entrichten. Der Steuersatz beträgt ab 1.1.2005 16%. Ab 1. Mai 2005 unterliegen sämtliche Kapitalgewinne, die aus der Übertragung von hierzulande befindlichen Immobilien oder von an einer rumänischen, juristischen Person besessenen Anteilen dem einheitlichen Steuersatz von 16%. Die aus der Übertragung von Immobilien erzielten Einkommen natürlicher Personen werden ebenfalls mit 16% besteuert.

Ein Ansuchen auf Rückerstattung der Mehrwertsteuer kann direkt von der interessierten österreichischen Firma gestellt werden. Eine genaue Beschreibung ist im AWO-Bereichsfachreport „Vorsteuererstattung in der EU, im EWR und in der Schweiz“ im Internet unter <http://wko.at/awo/ro>) abrufbar. Die Rückerstattung der Vorsteuer kann erfahrungsgemäß einen längeren Zeitraum in Anspruch nehmen.

Für zahlreiche Produkte muss der Hersteller oder Importeur Verbrauchssteuern abführen. Die Verbrauchssteuern werden auf den Einstandspreis der Waren geschlagen. Die Verbrauchssteuer wird auf Alkoholika einschließlich Bier, Tabakwaren, Mineralöle, Kaffee, PKW, Konfektionen aus Pelz, Parfümerieprodukte, gewisse elektrische Geräte, Erdöl und Erdgas angewandt. Die Höhe des Verbrauchssteuersatzes kann bei der Außenhandelsstelle erfragt werden.

Natürliche ausländische Personen, die in Rumänien keinen Wohnsitz haben und im Land eine Tätigkeit entfalten, unterliegen den Bestimmungen des Gesetzes über die allgemeine Einkommenssteuer. Sollte sich ein Ausländer länger als 183 Tage innerhalb einer Dauer von zwölf Monaten in Rumänien aufhalten, werden seine Einnahmen aus Gehältern beginnend mit dem ersten Ankunftstag in Rumänien besteuert.

Österreicher, deren Aufenthalt in Rumänien 183 Tage nicht überschreitet, unterliegen der Einkommensbesteuerung aus Gehältern in Österreich, falls alle nachstehenden Bedingungen erfüllt sind:

- das Gehalt wird von einem Arbeitgeber entrichtet, der nicht in Rumänien ansässig ist
- der Arbeitgeber verfügt über keinen ständigen Sitz oder feste Einrichtung in Rumänien

Diese Steuerzahler sind verpflichtet, innerhalb von 15 Tagen ab Beginn ihrer Tätigkeit beim Finanzamt ihres Wohnsitzes in Rumänien die nachfolgenden Unterlagen einzureichen:

- Ansuchen
- Kopie des Arbeitsvertrages
- Zertifikat mit der fiskalen Residenz ausgestellt vom Steueramt ihres Heimatlandes.

## 2.8 Spezielle Abgaben für Werbung und Kommunikation

Wie in Österreich, gibt es auch in Rumänien Werbeabgaben, die je nach Fall zu entrichten sind:

- Abgabe für Werbedienstleistungen („Taxa pentru serviciile de reclamă și publicitate“). Hierbei handelt es sich um eine, vom Auftraggeber zu entrichtende, Kommunalsteuer, die von den einzelnen Gemeinden individuell zwischen 1% und 3% der Bemessungsgrundlage festgelegt werden kann. Als Bemessungsgrundlage für die Steuer gilt der Auftragswert exkl. Umsatzsteuer und exkl. der Kosten, die im Namen des Auftraggebers durch den Dienstleister bezahlt werden (Fremdkosten). Ausgenommen von dieser Abgabe sind Dienstleistungen, die sich gedruckter und/oder audiovisueller Massenkommunikationsmedien bedienen.
- Abgabe für die Anbringung von Werbeplakaten/Werbetafeln („Taxa pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate“)  
Diese Abgabe wird ebenfalls von der Gemeinde individuell festgelegt und wird abhängig von der plakatierten Fläche und der Dauer der Plakatierung eingehoben. Sie kann bis zu 23 RON/m<sup>2</sup>/Jahr betragen (Stand 2008).
- Werbeaktivitäten für alkoholhaltige Getränke (bis vor kurzem auch für Tabakwaren - siehe Werbeverbote) werden mit einer zusätzlichen Abgabe - der sogenannten „Gesundheitssteuer“ - in Höhe von 12% belegt. Diese Steuer kommt dem Gesundheitsministerium zugute.

### 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

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 Mitgliedsunternehmungen 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.