

Branchen-Info-Spezial

www.fachverbandwerbung.at

Zielgruppe:

Mitglieder

Stand:

Juli 2010 / TR

Titel	Positionspapiere
Untertitel	Selbstregulierung: Interessenpolitische Positionierung des FVWM
Info	<p>Was ist Selbstregulierung? In Österreich existiert ein duales System zur Beschränkung der Werbung und Marktkommunikation, das sich sowohl aus gesetzlichen Regelungen als auch aus einem System freiwilliger Selbstbeschränkungsrichtlinien der Werbewirtschaft zusammensetzt. Auftraggebende Wirtschaft, Medien und Werbebranche bekennen sich freiwillig zu ihrer Verantwortung in der Werbung und Marktkommunikation und einigen sich auf einen Kodex, dem sie sich freiwillig „unterwerfen“.</p> <p>Die Selbstbeschränkungskodizes Ihrer verantwortungsvollen Rolle sind sich die österreichischen Unternehmer aus der Werbung und Marktkommunikation bewusst. Die Kommunikationsbranche nimmt gesellschaftliche Verantwortung in hohem Maße wahr. Sie bekennen sich daher zu einer Reihe von Selbstbeschränkungsmaßnahmen und Grundsätzen. Grundlagen dafür sind, je nach Berufsbild und Tätigkeitsfeld, verschiedene Kodizes (Athener Code, ICC Code, etc.).</p> <p>Branchen übergreifend und für alle Medien gelten die selbstdisziplinär festgelegten Grundregeln des „Selbstbeschränkungskodex der österreichischen Werbewirtschaft“ des Trägervereines „Gesellschaft zur Selbstkontrolle der Werbewirtschaft“. Für einige besonders sensibel einzustufende Bereiche hat die Werbewirtschaft weitere Leitlinien entwickelt und den bisherigen Selbstbeschränkungskodex entsprechend ergänzt. So darf beispielsweise an Kinder gerichtete TV-Lebensmittelwerbung keine direkten Aufforderungen zum Kauf oder Konsum enthalten und nicht einem gesunden, aktiven Lebensstil entgegenwirken.</p> <p>Interessenpolitische Position des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation spielen eine essenzielle Rolle in allen wirtschaftlichen Marktnischen. Sie stimulieren Wachstum und Innovation, beleben den Wettbewerb und ermöglichen dadurch eine umfangreichere Auswahl für die Konsumenten. Werbung und Marktkommunikation sind wichtige Elemente für bestehende oder wachsende Märkte bei der Einführung neuer Produkte oder bei Verbesserungen von Existierenden.</p> <p>Um dieser signifikant wichtigen Aufgabe nach zu kommen, braucht Werbung und Marktkommunikation eine hohe Akzeptanz und besonderes Vertrauen von Seiten der Konsumenten. Es ist daher wichtig, dass sie legal, anständig, ehrlich und wahrheitsgetreu ist.</p> <p>Die qualitative Selbstregulierung stellt sicher, dass (Werbe-)Botschaften im Hinblick auf die öffentliche Wahrnehmung mit der gebotenen Sensibilität und Sorgfalt kommuniziert werden. Zugleich wird jedoch jede unnötige Einschränkung der Kreativität verhindert. Denn Selbstregulierung bedeutet Freiheit, die verantwortungsbewusst gelebt wird.</p>

	<p>Ziel der Selbstbeschränkung ist es, verantwortungsbewusstes Handeln im Bereich der kommerziellen Kommunikation zu fördern sowie Missstände festzustellen und zu beseitigen. Es ist eines der interessenpolitischen Kernanliegen der österreichischen Werbewirtschaft, das hohe Niveau der Selbstregulierung nach ethischen und moralischen Kriterien bei zu behalten und in den Bereichen, wo es notwendig ist, nachhaltig weiter zu entwickeln.</p> <p>Für die Werbe- und Kommunikationswirtschaft spielt das für die jeweilige Tätigkeit geltende Regelungsumfeld die entscheidende Rolle. Überregulierung und Überbürokratisierung sind Fesseln des Kreativgeistes und wirken hemmend auf die unternehmerische Innovation.</p> <p>Nationale und europäische Regelwerke werden durch funktionierende Selbstregulierungssysteme reduziert und vereinfacht. Damit wird der Weg für Investitionen und unternehmerische Innovation frei.</p> <p>Die österreichische Selbstregulierung, kontrolliert vom Österreichischen Werberat, zeichnet sich vor allem auch durch ein schnelles und unbürokratisches Verfahren bei Beschwerden aus. Das System der Selbstkontrolle bietet den Vorteil, kurzfristig auf aktuelle Entwicklungen im Werbemarkt reagieren zu können.</p> <p>Selbstregulierung trägt außerdem dazu bei, den Rechtsbestand zu entbürokratisieren, bekämpft Überregulierung und unterstützt die notwendige Modernisierung nationaler und europäischer Vorschriften. Selbstregulierung führt dazu, dass bereits in einem möglichst frühen Stadium alternative Konsumenteninteressen wirtschaftspolitische Optionen geprüft werden. Gerade eine frühzeitige, umfassende Einbindung aller wesentlichen Wirtschaftsvertreter und transparente Systeme erhöhen die Akzeptanz neuer Regelwerke und erleichtern in der Folge auch deren Umsetzung.</p> <p>Zusammengefasst</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werbung und Marktkommunikation spielen eine essenzielle Rolle in allen wirtschaftlichen Marktnischen. Es ist daher wichtig, dass sie legal, anständig, ehrlich und wahrheitsgetreu sind. • Alle Stakeholder (Auftraggeber, Medien und Werber) einigen sich auf einen Kodex, dem sie sich freiwillig „unterwerfen“. • Selbstregulierung nimmt genau darauf Rücksicht. • Selbstregulierung bedeutet Freiheit, die verantwortungsbewusst gelebt wird • Interessenpolitisches Kernanliegen ist das hohe Niveau der Selbstregulierung nach ethischen und moralischen Kriterien bei zu behalten und in den Bereichen, wo es notwendig ist, nachhaltig weiter zu entwickeln • Überregulierung und Überbürokratisierung sind Fesseln des Kreativgeistes und wirken hemmend auf die unternehmerische Innovation • Verantwortungsvolle Selbstverpflichtungen fördern Wachstum und Beschäftigung • Ein schnelles und unbürokratisches Verfahren bei Beschwerden wird ermöglicht • Auf aktuelle Entwicklungen im Werbemarkt kann kurzfristig reagiert werden
<p>Lesen Sie mehr!</p>	<p>Der Überblick über die Kodizes der Selbstregulierung http://www.fachverbandwerbung.at/de-service-code_of_ethics.shtml</p> <p>Der Österreichische Selbstbeschränkungskodex http://www.werberat.at/layout/neuer%20Kodex_7_12_09.pdf</p>

Kontakt	Fachverband Werbung und Marktkommunikation Wirtschaftskammer Österreich 1040 Wien, Wiedner Hauptstraße 73 T 05 90 900-3503 F 05 90 900-285 E werbung@wko.at H www.fachverbandwerbung.at
---------	--