

## PRESSEMITTEILUNG

Vermarktung:

### **Studie belegt: Werbezeitenreduzierung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk von NRW schädigt Werbe- und Radiobranche erheblich**

**Köln, 30. April 2014.** Eine Reduzierung der Werbezeiten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk von Nordrhein-Westfalen bringt erheblichen Schaden mit sich – sowohl für die Werbewirtschaft auf regionaler und nationaler Ebene als auch für die Gattung Radio als Werbeträger insgesamt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie von Bellieno Consulting im Auftrag der WDR mediagroup. Hintergrund ist die aktuelle politische Forderung, die tägliche Werbung beim WDR analog zur Situation im Gebiet des NDR von jetzt drei auf eine Hörfunkwelle und von jetzt 90 auf 60 Minuten zu begrenzen.

Die Studie nähert sich der Thematik anhand von 12 zentralen Fragestellungen, die auf Basis vorliegender Daten, z.B. aus der Media-Analyse, und anhand von Beispielen realer Mediaplanungen beantwortet werden. Dabei wird unter anderem deutlich, dass im NDR-Gebiet bereits jetzt bestimmte konsumstarke Zielgruppen nicht in erforderlicher Frequenz via Hörfunk erreichbar sind. Bei einer Ausweitung dieser Lage auf NRW, das bevölkerungsreichste und wirtschaftlich stärkste Bundesland, kann die Werbewirtschaft insgesamt bis zu 40 Prozent der deutschen Bevölkerung nicht mehr kampagnentauglich übers Radio ansprechen, wodurch die Gattung im intermedialen Wettbewerb an Bedeutung und damit an Nachfrage und Umsatz verliert.

Auf regionaler Ebene führt eine Begrenzung der öffentlich-rechtlichen Werbeumfelder zwangsläufig dazu, dass die Nachfrage nach Werbepätzen das Angebot übersteigt. Die privaten Radioanbieter in NRW, deren nachfragestarke Zeiten schon jetzt ausgebucht sind, erhalten eine dominierende Marktstellung, die sich zwangsläufig auf eine höhere Preisgestaltung auswirkt. Das erhöht ebenfalls die Wahrscheinlichkeit, dass sich regionale Mittelständler ebenso wie große, nationale Werbungtreibende aus dem Radio zurückziehen und ihre Budgets in andere Gattungen wie Online investieren. So profitieren am Ende nicht deutsche Medienanbieter von der Werbezeitenreduzierung beim WDR, sondern vor allem internationale Unternehmen wie Google.

**Die komplette Studie steht zum Download bereit unter <http://www.wdr-mediagroup.com/unternehmen/presse/aktuelles>.**

#### **Kontakt:**

Claudia Scheibel  
Stabsstellenleiterin Unternehmenskommunikation  
Telefon +49(0)221 2035-127  
[claudia.scheibel@wdr-mediagroup.com](mailto:claudia.scheibel@wdr-mediagroup.com)

WDR mediagroup GmbH  
Ludwigstraße 11 50667 Köln  
[www.wdr-mediagroup.com](http://www.wdr-mediagroup.com)