



international advertising association
A 1060 Wien
Gumpendorfer Straße 19 - 21
M + 43 664 45 19 19 9
IAA-austria.at

PRESSEAUSSENDUNG **Wien, 4. Mai 2021**

Neue IAA Jahreskampagne startet **Klares NEIN zu drohenden Werbeverboten!**

Die IAA (International Advertising Association) Austria tritt in ihrem Verständnis, als Kompass und Sprachrohr der MARCOM-Industrie zu wirken, für die gesamte Kommunikationsindustrie ein und stellt sich mit ihrer Jahreskampagne hinter alle Werbetreibenden. Die im Gesetz der Bundesregierung zur Umsetzung der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) enthaltene Referenz auf nationale Ernährungsleitlinien, die einem unverändert gültigen Draft der NEK (Nationale Ernährungscommission) zufolge drastische Werbebeschränkungen vorsehen bzw. verlangen, käme bei einer Reihe von Lebensmittelkategorien faktisch einem Werbeverbot gleich und brächte dreistellige Millionenverluste für die österreichische Werbewirtschaft. Die eingängige Kampagne von WE LOVE\TBWA führt in schnell rezipierbaren Botschaften vor Augen, welche weitreichenden Folgen dieses Gesetz für die Branche haben kann.

Walter Zinggl: „Die IAA setzt sich national und international für faire Markt- und Wettbewerbsbedingungen ein und sieht hier einen drohenden Wettbewerbsnachteil für alle Werbetreibenden, egal ob auf Unternehmer-, Agentur- oder Medienseite. Daher fokussiert die IAA Jahreskampagne genau auf dieses Thema und gibt ein klares Statement gegen unfaire, folgeschwere Werbeverbote ab.“

Die stark solidarisierende Kampagne wurde auf pro bono-Basis von WE LOVE\TBWA konzipiert. CEO Irene Sagmeister: „Marken, die nicht mehr beworben werden dürfen, verlieren schön langsam an Bekanntheit, werden vom Konsumenten nicht mehr nachgefragt, vom Handel nicht mehr eingelistet und verschwinden so aus dem Markt. Aus dem Auge. Aus dem Sinn. Das ist die Perspektive für viele österreichische Genussmarken, wenn der Gesetzesentwurf wie geplant zur Anwendung kommt. Unsere Kampagne zitiert die bekannten „Platzhalter“ zum Verkauf von Werbeflächen und zeigt ganz direkt auf, dass hier vieles leer bleiben würde. Denn mit den Marken gehen dem heimischen Markt Innovationskraft und Wertschöpfung verloren. Dem wollen wir nicht tatenlos zusehen.“

„Weder Nährwertprofile noch Werbeverbote sind in der zugrunde liegenden EU-Richtlinie vorgesehen, Ziel ist eigentlich ‚unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation auf Kinder‘ wirkungsvoll zu verringern. Dafür gibt es jedoch in Österreich seit zehn Jahren ein Selbstregulierungssystem, das tadellos funktioniert.“, ergänzt Günter Thumser, GF des Österr. Verbandes der Markenartikelindustrie, „die Kampagne macht eindringlich darauf

aufmerksam, was passiert, wenn in vorseilendem Gehorsam weit über das Ziel hinausgeschossen wird.“

Die IAA dankt WE LOVE\TBWA und den Partnern (in alphabetischer Reihenfolge: Corvis, Digi-Net, GEWISTA, Goldbach, GroupM, IP Österreich, Manstein Verlag, medianet, ProSiebenSat.1PULS4, ORF Enterprise, RMS, VÖZ, VRM, uvm.) für die Unterstützung dieser Kampagne.



Walter Zinggl, Präsident IAA Austrian Chapter, GF IP Österreich
Fotocredits: Katharina Schiffli/IAA



Irene Sagmeister, CEO WE LOVE\TBWA
Fotocredits: Georg Wilke



Günter Thumser, GF Österr. Verband der Markenartikelindustrie
Fotocredits: Katharina Schiffli/IAA



international advertising association
A 1060 Wien
Gumpendorfer Straße 19 - 21
M + 43 664 45 19 19 9
IAA-austria.at

Rückfragehinweis:

Mag. Michaela Asteriou
0664 4519199

<http://www.iaa-austria.at>
michaela.asteriou@iaa-austria.at

IAA: Ein einzigartiges globales Netzwerk.

4.000 Mitglieder. Mehr als 30 Chapter. Alle Kontinente.

Die International Advertising Association (IAA) mit Hauptsitz in New York wurde vor mehr als 80 Jahren gegründet und ist mit ihren mehr als 30 Chaptern auf allen Kontinenten eine einzigartige globale Partnerschaft, deren Mitglieder sich aus Werbetreibenden, Medien, Werbeagenturen, Medienunternehmen sowie Akademien zusammensetzen. Das IAA Austrian Chapter ist mit rund 300 Mitgliedern sowie rund 150 Mitgliedern der IAA Young Professionals das größte weltweit und seit mehr als 50 Jahren in Österreich erfolgreich tätig. Die IAA setzt sich für die verantwortungsvolle Gestaltung von Werbekommunikation ein und sieht sich als richtungsgebender Kompass der gesamten Kommunikationsindustrie. Die Hauptziele der IAA sind proaktives Eintreten für die Interessen der Marktkommunikation, Schutz der Freiheit und Liberalisierung der Branche, Eintreten für Ethik in der Marktkommunikation, Forcierung der Aus- und Weiterbildung der IAA-Mitglieder, Förderung des Nachwuchsmanagements und den Werbestandort Österreich stärken. Weitere Informationen auf <http://www.iaa-austria.at> sowie <http://www.iaaglobal.org>.