

Pressemitteilung

Braunschweig, den 09.04.2010

RFMZ bemängelt Gebührenverschwendung und Schleichwerbung

Braunschweig, den 09.04.2010 – Die „Rundfunkgebührenzahler.Deutschland“ (RFMZ.DE) mahnen den maßvollen Umgang der Rundfunkgebühren für Werbezwecke an. So sei zunehmende Plakatwerbung für die unterschiedlichsten Programme der öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehprogramme feststellbar. Dabei würde jedoch nicht auf die von diesen Sendern propagierte Qualität hingewiesen. Vielmehr stünden Vorabendserien oder Frühstückskomödien im Radio im Vordergrund. Diese entsprächen inhaltlich und in ihrer Qualität den zeitgleichen Programmen der Privatsender, die jedoch nicht mit Gebührengeldern beworben werden.

Besonders fragwürdig sei die Werbung des Radiosenders NDR 2, der seine Frühstückskomödie „Frühstück bei Stefanie“ mit einem vorurteilsbehafteten Comic-Bild bewerbe. Die Protagonisten der werktäglichen Sendung sind Dauergäste in einem Bistro. «Die intelligent inszenierten zwei Minuten beziehen ihren Witz und Nutzen für die Werbewirtschaft aus den mangelhaften kulturellen und geistigen Kompetenzen der Figuren», erläutert Norbert Simon, Mediensprecher der RFGZ. «Wie witzig es ist, dass das Bildungsniveau in Deutschland dramatisch sinkt, ist ein eigenes Thema. Dass das angeblich niveauvollere Programm des NDR 2 das zur Bespaßung seines Publikums verwendet, zumindest fragwürdig».

Besonders auffällig sei allerdings, dass sich die Themen der Sendungen zunehmend um Produkte drehen, die namentlich mehr oder minder beiläufig in die Dialoge eingebettet seien. Es dränge sich der Verdacht auf, dass die hohen Werbemaßnahmen für das Programm als flankierende Maßnahmen für die eigentlichen Botschaften gedacht seien: Der Förderung der besprochenen Produkte. Das geschehe nicht mehr beiläufig. «Schleichwerbung kann man es nicht mehr nennen, wenn ein Produktname gleich mehrfach hintereinander wiederholt wird», führt Simon aus.

Die RFGZ haben auf ihrer Webseite über einen aktuellen Zeitraum die Sendungen des NDR dokumentiert, in denen Produktnamen und Firmen namentlich erwähnt werden. Eine allgemeinere, produktneutrale Formulierung wäre dabei jederzeit möglich gewesen. Die hohe Dichte der Produktnennungen legt den von den RFGZ geäußerten Verdacht der Schleichwerbung für Unternehmen zumindest nah. Nach Angaben der RFGZ wurde eine Anfrage an den NDR gestartet, um eine Stellungnahme zu erhalten. Simon fasste seine Auffassung zusammen: «Die Rundfunkgebühren sind nicht für Schleichwerbung in einer Prekariats-Komödie gedacht, für die auch noch Plakatwände zugekleistert werden. Der NDR 2 soll uns das bitte erklären.»