

MONATSBERICHT MAI 2009

ENTSCHEIDUNG DES ÖWR ZUM TV-WERBESPOT „ÖSTERREICH“ VON BILLA
--

abrufbarer TV-Spot-Link:

http://www.billa.at/Layouts/dd_bi_single.aspx?folderId=102105&pageId=1011245

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle des TV-Werbespots „Österreich“ der Firma Billa **keinen Grund zum Einschreiten.**

Begründung:

Bei dem beanstandeten TV-Werbespot konnte keine Verletzung des Selbstbeschränkungskodex erkannt werden. Der Aufruf in schlechten Zeiten zusammen zu halten, ist kein Verstoß gegen den Kodex.

<p>ENTSCHEIDUNG DES ÖWR ZUM TV-WERBESPOT „PASSION“ DER FA. HORNBAACH</p>

abrufbarer TV-Spot-Link:

http://www.hornbach.at/home/at/html/index.phtml?url=http://www.hornbach.at/download/at/html/cont_download_spots_passion_detail.phtml

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle des TV-Werbespots „Passion“ der Fa. Hornbach **keinen Grund zum Einschreiten.**

Begründung:

Der Österreichische Werberat sieht keinen Grund zum Einschreiten, da keine Verletzung des Selbstbeschränkungskodex vorliegt. Der TV-Werbepot „Passion“ ist ein Teil der Werbekampagne „Werde eins mit Deinem Projekt“. Auch, wenn die Hauptfigur in dem Werbespot seine Faszination mit Heimwerken auf eine etwas überzogene Art und Weise ausdrückt, verstößt das gewählte Werbesujet nicht gegen die Bestimmungen des Selbstbeschränkungskodex der österreichischen Werbewirtschaft.

ENTSCHEIDUNG DES ÖWR
ZUM WERBEPLAKAT der Autovermietung Sixt



Entscheidung:

Der Österreichische Werberat fordert im Falle des Werbeplakats der Autovermietung Fa. Sixt zur Sensibilisierung auf. Der Werberat empfiehlt, in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen oder einzelner Sujets sensibler vorzugehen.

Begründung:

Der Österreichische Werberat spricht sich sehr deutlich für eine rasche Umsetzung der Sensibilisierung bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen aus, da einige Verstöße gegen den Selbstbeschränkungskodex vorliegen.

Obwohl bei diesem Sujet versucht wurde, das Rollen-Klischee „Frauen und Autos“ in humorvoller Weise darzustellen, steht dieses Sujet in Widerspruch zu folgenden Passagen des Selbstbeschränkungskodex:

2. *Werbung soll nicht frauenfeindlich bzw. frauendiskriminierend sein.*
- 2.1 *Werbung soll keine Sujets verwenden, die die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage stellt.*
- 2.2 *Werbung soll keine Sujets verwenden, die dem modernen Rollenbild der Frau widersprechen.*

Insbesondere sind Darstellungen und Aussagen zu unterlassen, die den Eindruck erwecken, Frauen besäßen von Natur aus geringe Intelligenz, mangelndes Durchsetzungsvermögen, geringe analytische Fähigkeiten, seien ungebildet und übten vornehmlich dienende Funktionen aus.

ENTSCHEIDUNG DES ÖWR

ZUR WERBEKAMPAGNE „Günstigerer wegkommen, statt blöd verreisen“

abrufbarer TV-Spot-Link:

http://www.mediamarkt.at/werbung/?kat_id=38&sid=jh2dudgb22qen117h6tt8j2il4

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der Werbekampagne „Günstiger wegkommen, statt blöd verreisen“ **keinen Grund zum Einschreiten.**

Begründung:

Das gewählte Werbesujet verstößt in keiner Weise gegen die Bestimmungen des Selbstbeschränkungskodex der österreichischen Werbewirtschaft.