

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

## NÖM - Plakat

14.02.2024

---

### ent scheidung

#### Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens „NÖM“ die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung sensibler vorzugehen** aus.

#### Begründung:

Die Werberätinnen und Werberäte sehen im Hinblick auf die beanstandete Werbemaßnahme den Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem den Artikel 1.1. Allgemeine Werbegrundsätze, als **nicht ausreichend sensibel** umgesetzt. Auch der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, spricht sich für eine Sensibilisierung aus.

Das beanstandete Plakat zeigt in der oberen Hälfte eine Frau und ein Kind, die gerade dabei sind in der Küche zu backen. Auf der Theke sind zwei Produkte des Unternehmens zu sehen. In der oberen rechten Ecke wird der Hinweis „125 Jahre NÖM“ gezeigt. Die untere Hälfte des Sujets besteht aus einem hellblauen Balken, in welchem die Botschaft „Für Regionalität, Tierwohl und Klimaschutz.“ zu finden ist. Ebenso wird links unten ein QR-Code verlinkt zur Homepage und rechts ein Produkt der Marke abgebildet.

Die Werberäte und Werberätinnen geben zu bedenken, dass die auf der Homepage angegebenen Informationen durch eine:n durchschnittliche:n Konsument:in nicht problemlos überprüft werden können. Beispielsweise werden Aussagen wie „erste klimaneutral-produzierende Molkerei in

Um keinen irreführenden Eindruck hervorzurufen, spricht der Österreichische Werberat die Empfehlung aus, bei **zukünftiger Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen**.

**Eine nicht ausreichend sensible Umsetzung anhand des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft konnte in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt werden:**

## **1.1. Allgemeine Werbegrundsätze**

*1.1.6. Werbung darf nicht gegen den Grundsatz der Redlichkeit und Wahrhaftigkeit verstoßen.*

### **1.6. Umwelt**

#### **1.6.2.2. Belegbarkeit:**

*a) Bei umweltbezogenen werblichen Aussagen sollen klare Quellen angegeben sein, so dass die Aussagen wissenschaftlich bzw. technisch belegbar sind.*

#### **1.6.2.1. Spezifikation:**

*a) Der Bereich / die Kategorie / der Prozess, auf den sich die werbliche Kommunikation bezieht, soll angegeben und belegbar sein. Die Kommunikation soll nicht den Eindruck erwecken, dass sich unspezifische Maßnahmen ungerechtfertigt auf die gesamte Leistung / den gesamten (Produktions-)Prozess eines Unternehmens bezieht.*

#### **1.6.3.1. Sprache & Begrifflichkeiten allgemein:**

*Vage oder allgemeine Behauptungen (wie „klimafreundlich“, „gut für die Umwelt“, „der Umwelt zuliebe“) sollen nur verwendet werden, wenn sie*

*b) belegt werden können (nach 1.6.2. Wahre und belegbare Angaben)*

---

**be  
schwerde**

NÖM suggeriert mit der Werbung, dass man mit NÖM-Milchtrinken das Klima und Tiere schützen kann. Produkte aus Kuhhaltung sind extrem

die Irre geführt, die Aussagen werden nicht belegt. Das Trinken von Kuhmilch hilft dem Klima sicherlich nicht und schont auch keine Tiere.

---

## **DSGVO IMPRESSUM**

---



### **Verein Gesellschaft zur Selbstkontrolle der Werbewirtschaft**

Wiedner Hauptstraße 57 / III, 1040 Wien

**ZVR Zahl:** 693792629

#### **Bürozeiten:**

Montag bis Donnerstag von 9:00 bis 18:00 Uhr

Freitag von 9:00 bis 14:00 Uhr

**Tel:** +43 (0) 664 543 0136

**E-Mail:** [office@werberat.at](mailto:office@werberat.at)

**Beschwerde-E-Mail:** [beschwerde@werberat.at](mailto:beschwerde@werberat.at)

[www.werberat.at](http://www.werberat.at)