

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Wagner und Tik Tok

19.09.2023

ent scheidung

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (TikTok Video) von Wagner Pizza, die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen oder einzelnen Sujets sensibler vorzugehen** aus.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sieht im Hinblick auf das beanstandete Video von Wagner Pizza den Ethik-Kodex der Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 1.1. „Allgemeine Werbegrundsätze“ **nicht ausreichend sensibel** umgesetzt.

Das TikTok Video bewirbt die Pizzen zum Aufbacken von Original Wagner. Mit der Frage „Was riecht denn hier so lecker?“ werden zwei Kinder vom Lesen abgelenkt. „Riecht ihr das auch?“, fragt ein weiteres Kind, welches in das Zimmer kommt. Mit dem Entschluss „Lasst mal gucken, wo das herkommt“ machen sich die Kinder auf, die Ursache für den guten Geruch im Haus ausfindig zu machen. Sofort entdecken sie Mama, die genüsslich am Couchsessel Pizza isst. „Heut ist doch gar kein Pizza-Tag!“ merken die Kinder empört an. „Ich bin doch schon groß, für mich ist immer Pizza-Tag“, rechtfertigt sich Mama. Auf das darauffolgende Jammern der Kinder und die Anmerkungen eines weiteren Kindes mit „und ich bin noch größer!“, entschließt sich Mama aber schließlich Pizza für alle zu machen.

Tag für Erwachsene bzw. „Große“ ist, könnte dann generell einen uneingeschränkten und legitimen Konsum von Pizza an Kinder und Jugendliche vermitteln.

Weiters bedarf Werbung mit Kindern und Jugendlichen als Darsteller einer besonders sensiblen Handhabung. So wird damit die direkte Ansprache dieser Zielgruppe jedenfalls verstärkt. Es ist die Art und Weise wie Kinder und Jugendliche Werbung wahrnehmen und auf Werbung reagieren, bei allen werblichen Maßnahmen zu berücksichtigen, besonders im Hinblick darauf, dass Kinder durch Nachahmung lernen.

Der Österreichische Werberat spricht sich deshalb beim TikTok-Video von Wagner Pizza für **eine Sensibilisierung aus – der Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen oder einzelnen Sujets sensibler vorzugehen.**

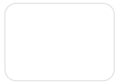
Im Detail wurde der Ethik-Kodex in den nachfolgenden Kriterien nicht ausreichend sensibel umgesetzt:

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

- 1.1.1. Werbung soll vom Grundsatz sozialer Verantwortung geprägt sein, insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen vor dem vollendeten 18. Lebensjahr.*

be
schwerde

Lieber Werberat, was ist denn mit den Videos auf TikTok von Wagner (<https://www.tiktok.com/@originalwagner>) los?? Seit wann ist es in Ordnung, Kinder und Jugendliche so für Fast-Food Werbung einzusetzen? Das sehe ich überhaupt nicht ein. Und, dass in diesem einen Video (<https://www.tiktok.com/@originalwagner/video/7230012402161487131>) dann auch noch die Mutter (als Vorbild!) genüsslich eine Pizza isst...schlimm! Meiner Meinung nach, sollte aus ethischen Gründen Werbung für ungesunde Fertiggerichte überhaupt nicht erlaubt sein und schon gar nicht mit Kindern und Jugendlichen! Bitte gehen Sie also dagegen vor! Vielen Dank.



**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

Beschwerde-E-Mail: beschwerde@werberat.at

www.werberat.at