

Zurück zur Übersicht

Drucken

Revolut - TV-Spot

24.11.2023



Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens "Revolut" **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die eindeutige Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich bei dem beanstandeten Sujet unter dem Motto "Your Way In (Travel)" für keinen Grund zum Einschreiten aus.

Unter dem Titel "Your Way In (Travel)" bewirbt das Unternehmen mittels mehrerer Kampagnenvideos seine App. Das beanstandete Video zeigt einen jungen Herrn, der den Anschein erweckt auf rollschuhartigem Schuhwerk durch die Stadt zu gleiten. Zunächst durchbricht er eine Wand zu einem Café, zahlt mit der Handy-App, trinkt seinen Kaffee aus und wirft die Tasse anschließend hinter sich auf den Boden. Dasselbe Szenario wiederholt sich in den späteren Frames in einem Zugabteil und auf einem Food-Market, wobei die leere Tasse immer erneut auf den Boden geworfen wird.

Die Werberäte und Werberätinnen geben an, dass das beanstandete Sujet keine Grundsätze des Ethik-Kodex verletzt. Die Werbemaßnahme ist vor allem durch das Durchbrechen der Wände klar überzeichnet dargestellt.

Eine Verletzung des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft ist bei der Werbekampagne "Your Way In (Travel)" nicht erkennbar. Die Werberäte



be schwerde

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit bringe ich eine Beschwerde zur TV-Werbung der Online-Bank "Revolut" ein. Darin wird ein junger Mann gezeigt, der auf seinem Weg durch die Welt diverse Getränkeutensilien sorg- und achtlos wegwirft. Dies widerspricht jedem Umweltschutzgedanken und verführt zur Nachahmung.

Ich ersuche dringend um Unterbindung bzw. Absetzung.





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