



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde – Mercedes

Im Radio-Spot wünscht sich eine Frau für ihren neuen Mercedes einen Kristallluster, Schokobrunnen und einen Formel1-Fahrer als Chauffeur. Damit stellt das Unternehmen die Frau als ahnungslos in Bezug auf die Sonderausstattung einer Auto-Neuanschaffung dar. Die Beschwerde bezieht sich darauf, dass die männliche Stimme die „dumme“ Frau dann aufklärt, dass bei frei gewählter Sonderausstattung für fast alle Sonderwünsche Platz ist... Diese Art der „naiven“ weiblich-kindlichen Wunschäußerung und des „nachsichtigen“ beruhigenden männlichen belächelnden Aufklärens bedient ein bekanntes nicht mehr zeitgemäßes Klischee: Frau interessiert nur die Farbe, Männer verstehen was von Autos. Dieser Radio-Spot ist liebevoll entwürdigend nach den 1. Grundsätzlichen Verhaltensregeln 1.1. Allgemeine Werbegrundsätze Abs. 5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch entwürdigende oder diskriminierende Darstellungen. Nach 1.2. Ethik und Moral 1.2. Diversitätskerndimensionen b) Geschlecht werden in diesem Radio-Spot Männer und Frauen nicht als vollkommen gleichwertig betrachtet und behandelt.

Im Allgemeinen antizipiert Werbung gesellschaftliche Entwicklungen und hat ein sensibles Ohr am Zeitgeist. Dieser Zugang wäre auch für diesen Radio-Spot der Marke Mercedes zu wünschen.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Das Unternehmen hat sofort nach unserer Kontaktaufnahme reagiert und das beanstandete Sujet zurückgezogen, es wird künftig auch nicht mehr zum Einsatz kommen.

Das ÖWR-Beschwerdeverfahren sieht bei einer **Sujetrücknahme** durch das Unternehmen **keine weitere Behandlung** der Beschwerde vor. Das Verfahren ist hiermit abgeschlossen. Der/die Beschwerdeführer/innen wurden davon in Kenntnis gesetzt.

Wir danken dem Unternehmen für die rasche Umsetzung und sehr gute Kooperation.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3059>