



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde „Penny Werbung Facebook“

Das beanstandete Sujet ist in eine medien-übergreifende Kampagne eingebettet, die neben der angesprochenen Facebook-Werbung auch einen TV-Spot beinhaltet. Der TV-Spot erzählt die „peinliche“ Geschichte, dass eine Freundin beim Einkauf bei Penny ertappt wird und versucht, sich damit herauszureden, dass sie bei Penny nur wegen der regionalen Früchte einkauft. Dabei erwischt sie zur Illustration aus ihrem übervollen Einkaufswagen eben die Bananen. Jeder weiß, dass Bananen nicht regional sind – was darauf schließen lässt, dass diese Freundin nur wegen der günstigen Preise da ist. Das jedoch scheint in diesem dargestellten Freundeskreis peinlich zu sein.

Den Hinweis auf die Banane kann man in diesem Kontext (regionale Produkte) als augenzwinkernden Gag verstehen, was bei Facebook ohne TV-Kennntnis aber offensichtlich nicht rüberkommt. Ein sexistischer Zusammenhang zwischen Kathi und Banane ist aufgrund der Kenntnis des gesamten Story-Aufbaus nicht zu erkennen.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Internet) der Penny GmbH **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die eindeutige Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte betrachtet das Sujet im Hinblick auf den Ethik-Kodex der Werbewirtschaft als unproblematisch und entscheidet deshalb für **keinen Grund zum Einschreiten**. Im Vordergrund steht das Angebot zu günstigen Preisen sowie die Regionalität der Produkte. Die Verwendung einer Banane seitens der Protagonistin spielt dabei mit einem Augenzwinkern in humoristischer Weise darauf an, dass die Banane kein regionales Obst darstellt. Der inkriminierte sexuelle Kontext durch den/die Beschwerdeführer/in konnte dabei nicht erkannt werden.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2862>