



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde „Dulcosoft“

Im vorliegenden TV-Spot spricht eine Frau über die Problem-Lösung Dulcosoft bei hartem Stuhlgang. Die Frau wirkt berufstätig, „auf dem Sprung“ und wird in ihrer Energie als dynamisch und kompetent-lösungsorientiert inszeniert. Das Problem und die Lösung werden sehr offen angesprochen und stilistisch klar gezeigt.

Der gesamte Auftritt scheint sich nur an berufstätige Frauen als Zielgruppe des Produktes zu richten, wodurch aber keine Benachteiligung oder geschlechterspezifische Fixierung zu erkennen ist. In einer Sensibilisierung sollte die Zielgruppe dieser Werbung auch statistisch hervorgehoben werden.

Eine Anstandsverletzung im Sinne der Verletzung der Schicklichkeit liegt nicht vor.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Die eingebrachte Beschwerde wurde als offensichtlich unbegründet abgewiesen. Demnach stellt der ÖWR die Beschwerde ohne weiteres Verfahren ein (siehe auch Verfahrensordnung Artikel 9 (1), www.werberat.at/verfahrensordnung.aspx) .

Die Prüfung wurde von einem „Kleinen Senat“ (Artikel 9 (2)) durchgeführt und erfolgte auf Basis des Ethik Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2850>