



© medianet/Katharina Schiffl

„Man muss die Leute nicht bevormunden“

DMB. und der Österreichische Werberat rücken jetzt den Wert und die Bedeutung des Selbstregulierungsorgans in den Vordergrund.

••• Von Dinko Fejzuli

Erstmal seit 40 Jahren tritt der Österreichische Werberat mit einer eigenen Werbekampagne an die Öffentlichkeit und hat sich für die strategische und aufmerksamkeitsstarke Umsetzung für die Agentur Demner, Merlicek & Bergmann/DMB. entschieden.

„Jetzt ist, aufgrund vieler Faktoren, der richtige Zeitpunkt gekommen, für die Selbstregulierung die Kraft der Werbung zum Einsatz zu bringen“, erklärt ÖWR-Präsident Michael Straberger.

„Gerade jetzt wollen wir die Freiheit und Selbstkontrolle der Kommunikation in den Vordergrund rücken und gleichzeitig auf die gelebte Eigenverantwortung der Werbewirtschaft in unter-

schiedlichen Facetten aufmerksam machen. Es geht darum, zu zeigen, dass Selbstregulierung funktioniert; in Richtung Fachwelt wollen wir die Wirkung des Werberats als das dafür richtige Organ noch stärker verankern.“

Devise: „Denkt wild“

Impactstarke Sujets aus der Kreativschmiede DMB. setzen dabei die Kernbotschaften eindrucksvoll in Szene.

Thematisiert werden die wichtigen Themen „Sexismus“, „Diskriminierung“, „Magermodels“ sowie übergreifende Themen wie „Werte und Nutzen von Werbung“.

Das Budget war mehr als knapp, für die Agentur gab es gerade mal die technischen Kosten und „mit Glück auch etwas Farbe“, wie Demner im Interview mit medianet mit einem leichten Schmunzeln anmerkt.