

Deutliches Plus an Beschwerden

Der Werberat zieht Bilanz für das Jahr 2022 und sieht das Vertrauen der Konsumenten in den ÖWR gefestigt.

WIEN. Das Jahr 2022 verzeichnet mit 503 eingegangenen Beschwerden ein deutliches Plus von 90 Fällen im Vergleich zum Vorjahr. Diese haben zu 264 Entscheidungen (im Vgl. 2021: 258) geführt. Trotz deutlicher Zunahme der Beschwerdeanzahl wurden seitens der Werberätinnen und Werberäte jedoch weniger Stopp-Entscheidungen (neun, im Vgl. 2021: elf) getroffen als im Vorjahr. In 15 Fällen kam es zu Sensibilisierungssprüchen (im Vergleich 2021: 19) und 33-mal wurde mit „Kein Grund zum Einschreiten“ (im Vergleich 2021: 31) bewertet.

Nicht alles ist „unethisch“

„Der neuerliche Rückgang von Stopp-Entscheidungen bei gleichzeitigem Anstieg von Beschwerden zeigt uns, dass nicht alle Werbemaßnahmen, die seitens von Konsumentinnen und Konsumenten als problematisch erachtet werden, auch tatsächlich einen Bruch mit dem Ethik-Kodex der Werbewirtschaft darstellen“, erklärt ÖWR-Präsident Michael Straberger.

„Nehmen jeden Zuruf ernst“

„Die hohe Anzahl an Beschwerden zeigt uns aber auch, dass wir zunehmend das Vertrauen der Konsumenten gewinnen konnten“, ergänzt Straberger, „umso mehr versuchen wir in unserer Sprachrohrfunktion bewusstseinsbildend zu wirken.“

Und, so Werberatspräsident Straberger: „Wir nehmen jeden Zuruf seitens der Konsumenten ernst, behandeln diesen entsprechend unserem Beschwerdemanagement und klären im Bedarfsfall über die Hintergründe von Entscheidungen des Werberats auf.“



© ÖWR/Katharina Schiffl

503

Bilanz

2022 langten insgesamt 503 Beschwerden ein, neun Mal sprach der Österreichische Werberat anschließend eine Aufforderung zum Stopp der Kampagne aus.

Der Beschwerdegrund „Ethik und Moral“ führt mit 146 Beschwerden (2021: 115) das Ranking an. Geschlechterdiskriminierende Werbung“ belegt mit 117 Beschwerden (2021: 106) den zweiten Platz im Beschwerdegrund-Ranking.

Steigerung bei „Gewalt“

Auf Platz 3 rangiert der Beschwerdegrund „Gewalt“ mit 73 Beschwerden – eine deutliche Steigerung zum Vorjahr (2021: zehn).

Somit sind die Top zwei der Beschwerdegründe in den letzten drei Jahren gleich geblieben. Die Beschwerdekategorie „Ethik und Moral“ übernahm wie im letzten Jahr die Spitze und löste somit die „Geschlechterdiskriminierende Werbung“ vom ersten Platz der Vorjahre ab. (red)

Werbemedien

Medium	Fälle
TV	77
Plakat/Citylight	49
Social Media	34
Website	23
Printanzeigen	18
Radio	18
Flyer/Prospekt	13
Verpackungsmaterial	10
Banner	8
Lkw-Werbung	6
Broschüre/E-Mail	2
U-Bahn-Werbung	2
Versandkatalog	1
Directmail	1

Quelle: ÖWR

Bilanz

ÖWR-Präsident Michael Straberger und Geschäftsführerin Andrea Stoidl.

Entscheidungen vs. Beschwerden

Thema	Entsch.	Fälle
Ethik & Moral	68	146
Geschlechterdiskriminierende Werbung	81	117
Gewalt	11	73
Irreführende Täuschung	51	63
Gefährdung von Kindern/Jugendlichen	16	38
Gesundheit	15	19
Werbung mit Kindern/Jugendlichen	2	16
Unlautere Werbung	6	6
Rassismus	4	6
Tierschutz	2	4
Diskriminierung älterer Menschen	2	4
Tabak- und Rauchwaren	1	3
Rechtswidriges Werbeumfeld	3	2
Sicherheit	1	2
Verletzung religiöser Gefühle	0	2
Alkohol	1	1
Umwelt	1	1

Quelle: ÖWR