

Hörfunkwerbung der Firma Mediamarkt „Togo“

Sehr geehrte Frau XXXX,

wir nehmen Bezug auf Ihre Beschwerde vom 31. März 2006 und teilen Ihnen mit, dass die o.g. Angelegenheit bereits Gegenstand eines Beschwerdeverfahrens beim Deutschen Werberat war.

Nach Überprüfung der oben genannten Werbemaßnahme sehen wir unter Berücksichtigung der uns inzwischen zugegangenen Stellungnahme des Werbung Treibenden keinen Anlass für eine Beanstandung.

Der Spot greift ohne Zweifel ein gängiges Klischee der "europäischen" Sichtweise auf die Traditionen des afrikanischen Kontinents auf. Jedoch wird durch die überzeichnete Zuspitzung und Reduktion auf die zentralen Begriffe "Trommeln" und "Baströckchen" deutlich, dass es sich hierbei um eine karikaturhafte Übertreibung handelt, die mehr die Vorurteile des Hörers denn die Beschreibung eines tatsächlichen Zustands im Blick hat. Insoweit wird man auch unterstellen dürfen, dass der aufgeklärte Verbraucher als Adressat dieser Werbung um die Vielfalt und Bedeutung der afrikanischen Kultur weiß. Es ist daher nicht davon auszugehen, dass das Szenario des Spots ernsthaft als Diskriminierung aufgefasst wird. Auch andere "Nationalitäten" werden üblicherweise scherzhaft mit bestimmten Klischees in Verbindung gebracht, ohne dass man daran Anstoß nehmen würde. In diesem Zusammenhang ist auch von Bedeutung, dass es sich um eine ganze Werbekampagne der Firma handelt, die verbreitete Klischees in Deutschland über das Verhältnis zu anderen Ländern und Regionen aufgreift; auch dadurch wird der ironische Umgang mit der Thematik deutlich.

Wir hoffen auf Ihr Verständnis für den Standpunkt des Werberats und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Dr. Björn Knudsen