

# DEUTSCHER WERBERAT

## VERLAUTBARUNG DES DEUTSCHEN WERBERATS ZUM VERANTWORTUNGSVOLLEN UMGANG MIT VERKEHRSGERÄUSCHEN IN DER HÖRFUNKWERBUNG

(vom September 2000)

In der Hörfunkwerbung werden gelegentlich akustische Signale eingesetzt und Situationen dargestellt, die realen Verkehrsgereuschen nachgebildet sind. Der Deutsche Werberat sieht die Einblendung von Aufmerksamkeit erzeugenden akustischen Signalen in der Hörfunkwerbung nicht schlechthin als verkehrsgefährdend an. Ihre Verwendung sollte jedoch dann unterbleiben, wenn aufgrund der technischen Gestaltung des Spots, seiner Gesamttonalität sowie seines Handlungszusammenhangs die Gefahr besteht, dass die Aufmerksamkeit beim Führen eines Kfz von der konkreten Fahrsituation abgelenkt und die Gefahr von Fehlreaktionen herbeigeführt wird.

Um die Bemühungen zur Unfallvermeidung im Straßenverkehr zu unterstützen, wendet sich deshalb der Deutsche Werberat an alle werbenden Unternehmen, Werbeagenturen sowie die Werbeträger, auf die Einblendung "kritischer" Geräusche in Hörfunkspots zu verzichten. Dazu zählen etwa

- heftige Bremsgeräusche, insbesondere quietschende Reifen
- Crash- und Unfallgeräusche, die auf einen Zusammenprall von Kraftfahrzeugen schließen lassen
- aggressive Hupgeräusche
- Einblendungen von Martinshörnern oder anderen vergleichbaren Tonsignalen.

