

DEUTSCHER WERBERAT

DEUTSCHER WERBERAT ZUR REIFENWERBUNG

(Verlautbarung vom November 1974)

Die Werbung der Reifenhersteller für solche Autoreifen, die für die nasse, kalte und schneereiche Jahreszeit angeboten werden, hat der Deutsche Werberat im Zusammenhang mit einer ihm vorgelegten Beanstandung überprüft.

Als unzulässig sieht der Werberat folgende Anzeigen-Schlagzeile an: "Auf den Anti-Aquaplaning-Radials von X sind Sie so sicher wie ein Fisch im Wasser."

Der Deutsche Werberat teilt die Bedenken, die die Vereinigung der Technischen Überwachungsvereine publiziert hat. Nach TÜV-Auffassung gibt es eine Reihe von Anzeigen, die die Autofahrer zur fahrlässigen Fahrweise verleiten. Folgende Anzeigen-Slogans sehen die TÜV's für bedenklich an:

"Sichere Fahrzeugbeherrschung auf Schnee- und Eisglätte wird garantiert."

"Wirkungsvoller Schutz gegen die gefürchtete Wasserglätte (Aquaplaning) wird zugesichert."

"Bisher nie gekannte Haftkraft auf Eis und Greifsicherheit im Tiefschnee."

"Unsere Reifen sind die Unfallbremse."

"Unser Reifen ist ein Regenreifen."

Nach Auffassung des Deutschen Werberats sollen die positiven Eigenschaften von Weiterentwicklungen bei Autoreifen durchaus hervorgehoben werden, jedoch nicht so, dass der Autofahrer dazu verleitet wird, alle diejenigen Fahreigenschaften zu vergessen, die bei Regen, Nebel, Schnee oder Glätte allein Sicherheit versprechen.

