

## **NEWS UNTERNEHMEN**

### **Studie: TV-Werbung vernachlässigt kulturelle Vielfalt**

**19. DEZEMBER 2002**

Die Fernsehwerbung spiegelt die bestehende Vielfalt in der Gesellschaft nur unzureichend wider. Zu diesem Schluss kommt eine Untersuchung der Kölner Agentur Mist Consulting. Für die Studie wurden 170 TV-Werbeblöcke mit 1947 Commercials ausgewertet. Danach werden nur in 8 Prozent der Werbespots ältere Menschen gezeigt - doch die über 50-Jährigen machen immerhin 35 Prozent der Gesellschaft aus. Dabei fokussierten die Darstellungen auf Schwäche, Krankheit und Abhängigkeit.

Weitere Resultate: In 4 Prozent der Werbespots werden "kulturell vielfältige" Menschen gezeigt, die jedoch 10 Prozent des Marktes bilden. Und in nur einem Werbespot werden homosexuelle Bilder oder Zitate verwendet - doch Schwule und Lesben bilden 7 Prozent des Gesamtmarktes. Besonders TV-Werbung halte, so die Autoren, in starkem Maße am Mainstream und an Rollenklischees fest. Es herrsche eine deutliche Diskrepanz zur Marktrealität; kulturelle Hintergründe würden vernachlässigt, stereotype Bilder führten zu Ausgrenzung zahlreicher Käufergruppen.

<http://www.horizont.net/unternehmen/news/pages/show.prl?params=keyword%3DMist%26alI%3D1%26type%3D5%26laufzeit%3D0&id=41628&currPage=1>