

IRREFÜHRUNG: iPhone-Werbespot in Großbritannien verboten

iPhone
3G

Das iPhone, auf das Sie gewartet haben.



In Großbritannien ist ein TV-Werbespot für das neue iPhone von Apple von der zuständigen Kontrollbehörde Advertising Standards Authority (ASA) <http://www.asa.org.uk> vom Markt genommen worden. Ausschlaggebendes Argument für das Verbot ist laut ASA die Tatsache, dass Apple in dem betreffenden Clip den Konsumenten falsche Tatsachen vorgaukelte, was die Internetfähigkeiten des Smartphones betrifft. Wie der Guardian berichtet, zeigt der Werbespot den Internet-Navigationsprozess des iPhones, wobei konkret eine Wettervorhersage für die südafrikanische Stadt Kapstadt und eine Landkarte, die dem Nutzer den Weg zum Londoner Heathrow Airport erläutert, demonstriert werden. Eine Stimme verkündet dabei, dass "das gesamte Internet" auf dem iPhone verfügbar sei. Aufgrund zweier Beschwerden aus der Bevölkerung habe die ASA festgestellt, dass diese Werbebotschaft eine Irreführung des Konsumenten darstelle, da das Apple-Gerät die für die gezeigten Anwendungen notwendigen Flash- und Java-Programme gar nicht unterstützen würde.

"Der vorliegende Werbespot gibt einen irreführenden Eindruck der Internetfähigkeiten des iPhone wieder und darf daher in seiner gegenwärtigen Form nicht mehr in der Öffentlichkeit verbreitet werden", stellt ASA-Sprecherin Olivia Campbell gegenüber der BBC fest. Laut Auffassung der britischen Kontrollbehörde würde Apple in dem Clip andeuten, dass User mit dem Gerät Zugriff auf alle Webseiten des Internets hätten und dieses damit in seiner Gesamtheit nutzen könnten. "Weil aber das iPhone kein Flash oder Java unterstützt - zwei Programme, die für die Nutzung vieler Webseiten unerlässlich sind - kann damit das Internet gar nicht in seiner vollen Pracht wahrgenommen werden", betont Campbell. Die aufgestellten Behauptungen von Apple würden daher nicht den realen Tatsachen entsprechen und dürften nicht weiter verbreitet werden.

"Derartige schadhafte Werbung ist in Deutschland ein absolutes Randphänomen und kommt so gut wie nie vor", erklärt Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbandes der Deutschen Werbewirtschaft <http://www.zaw.de>, im Gespräch mit priesetext. Aus rechtlicher Sicht sei in punkto irreführender Werbung vor allem das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ausschlaggebend. "Wer wissentlich falsche Angaben macht, kann demnach zu einer Gefängnisstrafe von bis zu zwei Jahren verurteilt werden", schildert Nickel. Um solch unangenehme Konsequenzen zu vermeiden, würden die Werbeunternehmen ihre Botschaften

deshalb bereits im Vorfeld einer Veröffentlichung ganz genau prüfen. "Dass das Apple in Großbritannien widerfährt, ist eine Panne, die so eigentlich nicht passieren darf. Für mich ist das ein eindeutiger Fehler des Managements", meint Nickel.

"Die Kontrollsysteme in Großbritannien und Deutschland sind aber grundlegend verschieden. Während bei uns der Richter über eine derartige Grenzverletzung entscheidet, kann in Großbritannien die ASA ein konkretes Verbot aussprechen", merkt Nickel an. Der Werberat in Deutschland habe keine entsprechende Befugnis. "Wenn ein Verbraucher beispielsweise eine Beschwerde an den Werberat übermittelt, wird diese an die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs weitergeleitet. Erst diese ist dann dazu befugt, weitere rechtliche Schritte einzuleiten", so Nickel abschließend. (pte/red)