

Huber Trikot : Werbung unter der Gürtellinie

Letzte Aktualisierung Mittwoch, 7. Mai 2008

Der Blog von Ed Wohlfahrt - den man auch sonst sowohl als Marketinger als auch als Socialblogger "heimsuchen" darf - beschäftigt sich mit der Huber-Trikot-Werbung und der Europameisterschaft der Fußballer. "Plump, unwitzig, undurchdacht, derb, offensichtlich, unsubtil, drittklassig" nennt er den Huber-Euro-Anpfiff.

:::Freiklick:::> Ed Wohlfahrt Blog - Huber Trikot: Werbung unter der Gürtellinie

Wörtlich. "...Die derzeit affichierten Plakate sprechen eine andere Sprache wobei mir nicht gänzlich klar ist, ob diese Sujets jetzt einfach "passiert" sind, wie in Unternehmen halt immer wieder mal was passiert oder ob das einfach nur bitterer Ernst ist, was mir da vorgesetzt wird. Ich meine Die Fußballvokabel "an die Latte", "Strafraum", "Freistoß", etc. auf derart plumpe, unwitzige, undurchdachte, derbe, offensichtliche, unsubtile, drittklassige Art umzusetzen, finde ich einfach nur noch peinlich. Sagt uns diese Firma nicht eigentlich ganz was anderes? "Kauft unsere Unterwäsche ihr schwanzgesteuerten Primaten. Ach ja und verpasst euren geistig unterbelichteten und stets willigen Frauen ruhig noch ein paar Freistöße wenn sie aus dem Laden mit der richtigen Unterhose heimkommen. ..."

:::Freiklick:::> Huber Trkot Werbung An die Latte - Freistoss - Handspiel - Heimvorteil - Strafraum

Diskriminierungsverdächtiger Sexismus. Passend dazu auch das unsensibel und dsikriminierungsverdächtige EM Gewinnspiel - "NUR FÜR FRAUEN !": "Was finden Frauen an Fußball erotisch? Aber offensichtlich legt es Huber Trikot gerade darauf an, denn schon 2005 musste sich der Werberat mit einer Huber Kampagne beschäftigen. Die damalige Rüge, von der der Werberat Huber allerdings umgehend "freisprach": "Die neue "geniale" Werbekampagne der Firma Huber Trikot für Damenwäsche ist purer Sexismus. Die Plakate, die eigentlich für Wäsche werben, zeigen einen nackten Frauentorso/wahlweise einen nackten Frauenhintern OHNE die beworbene Wäsche. Die Darstellung ist schlicht sexistisch, weil sie den nackten "bloßgestellten" Körper einer Frau als zentrale Werbeaussage darbietet. Wie lange werden wir Frauen es im 21. Jahrhundert noch erdulden müssen, als rein Körper gesehen zu werden und als solcher veröffentlicht und damit zum Allgemeingut zu werden?"