

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 51 – September 2008

Heinz Mayonnaise hinterlässt ärgerliche Spuren



Ein TV-Spot der Ketchupmarke Heinz sorgte in Großbritannien für großen Wirbel. Das Unternehmen zog einen erst vor kurzem veröffentlichten Werbespot zurück, in dem ein küssendes schwules Paar zu sehen ist. In dem Clip schmiert ein homosexueller Hausmann für seine Kinder, die ihn liebevoll „Mum“ nennen, Butterbrote mit Heinz Mayonnaise und küsst zum Abschied seinen Mann, bevor dieser zur Arbeit geht.

Was ist das Problem bei einem Kuss zwischen zwei Männern, die sich lieben? Offenbar gibt es ein gewaltiges Problem mit der Kampagne, wie Heinz jetzt feststellen musste. Mehr als 200 Zuschauerbeschwerden gingen nach Ausstrahlung des TV-Spots ein. Sie kritisierten, dass die Werbung „unangemessen“ und „ungeeignet für Kinder“ sei. Daraufhin zog Heinz den TV-Spot zurück. Dies wiederum zum Ärger verschiedener Schwulenrechtsorganisationen. Die britische Organisation Stonewall rief zum Boykott von sämtlichen Heinz-Produkten auf und forderte das Unternehmen auf, den Werbespot wieder zu zeigen. Der Vorsitzende Ben Summerskill zeigte sich enttäuscht, dass Heinz nicht zu dem von AMV BBDO produzierten Werbeclip steht. Entscheiden Sie selbst, was Sie von dem TV-Spot halten. Sie können sich diesen [hier](#) anschauen.