

vor einem Jahr

in Werbung

Sicherheit für kommerzielle Kommunikation: Diversa nutzt freiwilligen Werbe-Check

(ddp direct) BERLIN, (zaw) – Die Diversa Spezialitäten GmbH, die gemeinsame Vertriebsgesellschaft der Spirituosenhäuser Underberg und Rémy Cointreau, nutzt seit Juli 2010 das vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) angebotene System der gutachterlichen Vorbewertung von Werbemaßnahmen. Das Unternehmen reiht sich damit in die stetig wachsende Allianz besonders verantwortungsbewusster werbender Firmen der Alkoholwirtschaft ein:

Sie lassen als assoziierte Mitglieder des ZAW ihre jeweiligen Projekte der Markt-Kommunikation vor Veröffentlichung in den Medien von Experten des Dachverbands auf rechtliche Vorschriften, freiwillige Verhaltensregeln des Deutschen Werberats sowie auf gesellschaftliche Akzeptanz analysieren und sich im Einzelfall Korrektorempfehlungen geben.

"Wir begrüßen es außerordentlich, dass die DIVERSA Spezialitäten GmbH - ein Joint Venture der Firmen Underberg und Rémy Cointreau mit seinem breiten Portfolio von mehr als 40 Spirituosen-Marken, darunter zum Beispiel Underberg, Rémy Martin, Asbach, Cointreau, Metaxa, Averna, Glenfiddich, Bushmills, Pitú, Amarula, Piper-Heidsieck, Moskovskaya, Stolichnaya, Grasovka, Hendrick's und XuXu an der Vorprüfung teilnimmt", so ZAW-Geschäftsführer Dr. Bernd Nauen in Berlin. Durch eine Vorprüfung können nicht nur Werbekritik und Regelverstöße und damit das Risiko kostenintensiver Folgen niedrig gehalten werden". Auch der Staat zieht Nutzen aus der weiterentwickelten Werbeselbstdisziplin der deutschen Wirtschaft: "Sie ist nicht nur kostengünstiger und flexibler, sondern auch empathischer und effektiver als ein bürokratischer Apparat", so Nauen.

Für das neue ZAW-Mitglied ist die freiwillige Vorprüfung von kommerzieller Werbung praktizierter Verbraucherschutz. "Je mehr Unternehmen sich dem effektiven Verfahren der Vorprüfung anschließen, desto nachhaltiger ist ihr Effekt der Verhinderung von Werbung, die den vielgestaltigen Anforderungen normengetreuer Wirtschaftskommunikation widerspricht", sagte Tim Nentwig, Marketing Director der Diversa Spezialitäten GmbH in Rheinberg. Übergreifend und für das gesamte Markensortiment setze man sich bei der Diversa für verantwortungsvolle Kommunikation ein. "Die ZAW-Vorprüfung ist in diesem Zusammenhang eine effiziente Maßnahme zur Erreichung dieses Ziels."

Pressekontakt

Herr Volker Nickel

Zentralverband der deutschen
Werbewirtschaft e.v. (ZAW)

Email: [Kontakt aufnehmen](#)

Website: <http://www.zaw.de>

Telefon: +49 30 590099-715

Mobil: 0172-25 177 82

Fax: +49 30 590099-722

Schlagworte



Permanenter Link

<http://www.themenportal.de/werbung/sicherheit-kommerzielle-kommunikation-diversa-nutzt-freiwilligen-werbe-check-27955>