

WERBUNG OHNE TABU? Pro und Contra zur Benetton-Werbung; door Johannes Gawert/Reinhard Mittel. Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik/Ton- und Bildstelle, Evangelisches Medienzentrale, Frankfurt am Main, 1994. 62 p., + 21 dia's. f 49,50, ISBN 3-921766-72-9.

De discussie over ethiek in de reclame is momenteel zeer actueel. De reclamecodecommissie krijgt jaarlijks vele klachten, waarover een uitspraak wordt gevraagd. Vorig jaar nog werd de commissie overstelpt met een record aantal reacties op de kerst-reclamecampagne van modeconcern HIJ. Ook kledingfabrikant Benetton deed de afgelopen jaren veel stof opwaaien met een aantal spraakmakende reclameposters (kussende non, met bloed besmeurd T-shirt, stervende aids-patiënt enzovoort). Al deze reclamecampagnes concentreren zich merendeels op extreme levenssituaties of spelen op geraffineerde wijze in op intieme of sacrale momenten van het leven, in een poging religieuze taboes te doorbreken.

Blijkbaar zijn de posters stuk voor stuk zeer gewilde collectorsitems, want er is heel moeilijk aan te komen. Totdat de najaarscatalogus van Docete melding maakte van het Duitse audiovisueel pakket *Werbung ohne Tabu?* In dit pakket zijn 17 beelden van de Benetton-campagne opgenomen; de overige vier dia's zijn afkomstig van communicatie-acties van kerkelijke instanties. Elk beeld wordt van kort commentaar voorzien en gaat vergezeld van een tekstfragment waarin een aantal discussievragen is opgenomen of dat een aanzet voor gesprek levert. Voorafgaand hieraan is het eerste deel gewijd aan 'reclame tussen commercie en ethiek', terwijl in deel drie een aantal stellingen pro en contra de Benetton-campagne worden voorgelegd. De brochure wordt afgesloten met enkele didactische en methodische suggesties voor het gebruik van de diaserie. Modeconcern Benetton stak tijdens deze reclamecampagnes nooit onder stoelen of banken, dat het met deze beelden de inhoudelijke discussie over deze problemen wilde bevorderen. En juist hier begon al de discussie: zijn de gebruikte beelden daarvoor ethisch toelaatbaar en overschrijdt Benetton hiermee niet een grens? Hoe dan ook: het modeconcern heeft - zonder zich met de inhoud van het begeleidende tekstmateriaal te bemoeien - de uitgave van dit audiovisueel pakket mogelijk gemaakt door bij te dragen in de productiekosten ervan en het verlenen van het beeldrecht. Het materiaal - dat (helaas) uitsluitend in het Duits verkrijgbaar is - biedt goede mogelijkheden om de discussie over het voor en tegen van dergelijke reclame-acties op gang te brengen.

Het pakket is verkrijgbaar bij Docete (postbus 8471, 3503 RL Utrecht) of theologische uitgeverij Narratio (postbus 1006, 4200 CA Gorinchem).