Ã–sterreichische Werbegelder finanzieren gezielte Falschinformationen â€“ BILD/GRAFIK

ID: LCG21483 | 14.12.2021 | Kunde: Stop. Funding. Hate. Now! | Ressort: Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Während die Impfpflicht diskutiert wird, sollten Werbetreibende besonders achten, welche Portale sie mit ihren Digitalkampagnen finanzieren. A1 Telekom Austria, Bank Direkt, Checkfelix und Österreichische Post belegen Spitzenplätze im Ranking der Brand-Safety-Initiative Stop Funding Hate Now.

Grafiken und Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank

Wien (LCG) – Im werbeintensiven November kommen wieder zahlreiche österreichische Unternehmen zur zweifelhaften Ehre, die vorderen Plätze im Ranking von Stop Funding Hate Now zu belegen. Die Brand-Safety-Initiative analysiert monatlich programmatische Digitalkampagnen im Open-Business-Bereich, die durch mangelnde Überwachung und fehlende Kontrolle auf Portalen laufen, die Fake News verbreiten, Hasssprache, Rassismus oder Homophobie fördern beziehungsweise sowohl dem rechts- als auch linksextremistischen Bereich zuzuordnen sind. Durch die Ausspielung auf den fragwürdigen Seiten werden deren Macher und ihr gesellschaftspolitisch gefährliches Gedankengut direkt finanziert. Die markenschädliche Präsenz auf zweifelhaften Seiten wäre durch eine gewissenhafte Planung der Kampagnen und laufendes Monitoring leicht zu vermeiden. Einige Werbetreibende wie die Billig-Flug-Suchmaschine Checkfelix oder Bank Direkt, ein Finanzdienstleister der Raiffeisenlandesbank Oberösterreich, oder die Vermögensverwaltung Grüner Fisher Investments zeigen sich seit Monaten vom Umstand unberührt, dass ihr Geld direkt in die Kassen zwielichtiger Internetanbieter wandert. Im letzten halben Jahr hat Stop Funding Hate Now bereits 223 werbetreibende Unternehmen aus Österreich identifiziert, deren Werbung durch

vermeintlich günstige Kampagnen im programmatischen Open-Business-Sektor in einem bdenklichen Umfeld ausgespielt werden.

> „Wenn billig die oberste Prämisse in der Digitalwerbung ist, landen Kampagnen sehr schnell auf Seiten von Covid-19-Leugnern, im Umfeld von Verschwörungstheorien oder finanzieren die Lektüre von Extremistinnen und Extremisten jeder Art. Während die Debatte um die Impfpflicht das Land und die Gesellschaft spaltet, sollten es sich Marken nicht leisten, mit ihrer Werbung auf dubiosen Webseiten die Fronten weiter zu verhärten", betonen die Stop-Funding-Hate-Now-Gründer **Thomas Koch** und**Michael M. Maurantonio** .

Der Branchensplit im November 2021

Im Branchensplit gliedert Stop Funding Hate Now Werbung auf fragwürdigen Seiten nach Branchen auf.

- Finanzdienstleister (24 Prozent)
- E-Commerce (13 Prozent)
- Telekommunikation (elf Prozent)
- Bekleidung (neun Prozent)
- Tourismus (neun Prozent)

Die Rangliste im November 2021

Folgende Unternehmen schalteten aus Österreich die meiste Werbung auf fragwürdigen Seiten:

1. Amazon
2. Checkfelix
3. Grüner Fisher Investments
4. A1 Telekom Austria
5. Bank Driekt – Eine Marke der Raiffeisenlandesbank Oberösterreich
6. Österreichische Post AG

Die Auswertung des Scores für Österreich von Stop Funding Hate Now erfolgt seit Anfang Juni 2021 durch Analysen der Hot AG Business Development . Die Veröffentlichung erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Online-Vermarkterkreis .

Weitere Informationen auf stopfundinghate.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)