



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Hubertus-Bräu „Kellerstiege“

Im Mittelpunkt der Beschwerde steht das Etikette auf der Bierflasche der Marke Hubertus-Bräu, weil es den Spruch „Was sagt der Mann, wenn seine Frau die Kellertreppe runterfällt? Schatz, bring gleich ein Bier mit!“ enthält.

Auch wenn es sich hierbei um reine Etiketten-Werbung handelt, die sich nur an jene richtet, die das Bier bestellen, ist im Sinne von sich wandelnden Toleranzgrenzen eine Betrachtung nach den allgemeinen Grundsätzen des Österreichischen Werberats sinnvoll.

Die Website von Hubertus-Bräu aus Laa an der Thaya zeigt ein verantwortungsvolles, ernst zu nehmendes Unternehmen, das will, dass sich seine Konsumenten wohlfühlen und das Bier zu allen Gelegenheiten genießen können.

Es scheint sich hier also um einen Versuch zu handeln, die Stammtisch-Atmosphäre nach Hause zu bringen. Was im Stammtisch-Umfeld und Bierdunst als „lustig“ eingestuft wird, muss sich im „kalten“ Umfeld der Kritik stellen. Isoliert betrachtet handelt es sich hier um Frauen-Verachtung gepaart mit unterlassener Hilfeleistung/Gewalt und Zynismus. Es kommen folgende Grundsätze zur Anwendung:

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

1.1.5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch entwürdigende oder diskriminierende Darstellungen

1.2. ETHIK UND MORAL

1.2.2. Werbung hat die menschliche Würde und Unversehrtheit der Person zu achten und darf diese nicht verletzen.

1.2.3. Werbung darf niemanden mittelbar oder unmittelbar diskriminieren oder Diskriminierung fördern.

b) Geschlecht: Werbung darf niemanden (mittelbar oder unmittelbar) aufgrund seines Geschlechtes diskriminieren. ...

1.3.1. Werbung darf keine gewalttätigen Darstellungen beinhalten.

b) Es dürfen keine Darstellungen und Aussagen erfolgen, die brutales, aggressives, asoziales oder gewalttätiges Verhalten abbilden oder zu solchen Verhaltensweisen ermutigen, diese fördern oder stillschweigend dulden...

h) Massive Gewalt darf nicht humoristisch abgebildet werden.

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren.

2.1.2. Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden;

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

2.1.4. Unterwerfung oder Ausbeutung dargestellt oder zu verstehen gegeben wird, dass Gewalt oder Dominanzgebaren tolerierbar seien;

Es ist ein Unterschied, ob die Zielgruppe in einer Ventil-Situation am Stammtisch Witze reißt, die so nicht mehr in die Welt passen oder diese Witze auf die Ebene von Werbung in die Markenwelt gehoben werden. Das Unternehmen sollte für diesen Schritt sensibilisiert werden.

Entscheidung:

Das Unternehmen hat nach der Kontaktaufnahme des Österreichischen Werberats sofort reagiert und das beanstandete Werbesujet zurückgezogen. In diesem Sinne wurden entsprechende Maßnahmen gesetzt und neue Etiketten bereits gedruckt, um sicherzustellen, dass keine Flaschen mit dem beanstandeten Sujet mehr in Umlauf kommen.

Das Beschwerdeverfahren sieht bei einer Rücknahme einer beanstandeten Werbemaßnahme durch das Unternehmen keine weitere Behandlung der Beschwerde vor. Das Beschwerdeverfahren ist hiermit abgeschlossen (siehe Verfahrensordnung). Der/die Beschwerdeführer/innen wurden davon in Kenntnis gesetzt.

Wir danken für die rasche Umsetzung und Kooperation.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3466>