



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde – sexistische Werbung/Kalea

Die Beschwerde bezieht sich auf einen im Handel erhältlichen Vintage-artig anmutenden Blech-Behälter, der die Aufschrift „The Kalea Beer-Box“ trägt. Die beanstandete Gestaltung zeigt eine Frau im Pin up-Style des vorigen Jahrhunderts (Airbrush-Painting-Style) mit einem sehr offenherzigen Dekolleté und einem nach unten geneigten Kopf mit einem offenen Lächeln und Blick nach oben. Tatsächlich handelt es sich um ein Sujet aus einer Reihe von Verpackungen mit ähnlichen Illustrationen, die den Stil dieser Zeit haben, jedoch nicht alle so offenherzig sind.

Die Frau hält eine Bierflasche einfach in der Hand und die Unterschrift „Best served cold!“ lässt keinen Zweifel aufkommen, dass es sich dabei um das Bier handelt, das kalt serviert werden soll.

Insgesamt erscheint die Verpackung stimmig mit der beabsichtigten „kultigen“ Wirkung der Blechdose, da die Illustration ganz im Stil der Zeit gehalten ist.

Darum liegt eine Darstellung der Person in rein sexualisierter Funktion als Blickfang nach 2. Spezielle Verhaltensregeln - Menschen 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung 1.1.d) hier nicht vor.

Es gibt innerhalb der Produktpalette auch eine Beer-Box mit einer Frau und einem Mann - ganz im Stil der 50er Jahre gezeichnet, die gemeinsam mit Strohhalmen aus dem selben Glas trinken und eine nette Flirt-Situation darstellen. Auch eine Bad Santa-Ausgabe der Box kommt gänzlich ohne Sexualisierung aus. Insgesamt erscheint die Verpackungsgestaltung schlüssig in ihrem Vintage-Auftritt und ihrer gewollten Kunstform.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Verpackungsmaterial) der KALEA Österreich GmbH **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Auf der beanstandeten Kalea „Beer-Box“ ist eine gezeichnete Dame abgebildet, die ein tief ausgeschnittenes Kleid trägt und eine Flasche Bier in der Hand hält. Die Darstellerin ist freizügig gekleidet und ihre Oberweite wird dadurch in den Mittelpunkt der Werbemaßnahme gerückt. Die Werberäte und Werberätinnen weisen aber darauf hin, dass es sich hierbei nicht um eine diskriminierende Darstellung handelt, da das Sujet im klassischen „Americian Vintage Stil“ gestaltet ist und das abgebildete „Pin Up Girl“ lediglich gezeichnet ist. Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen erkennt die erotische Aufmachung des Sujets deutlich, betrachtet die Darstellung, unter Berücksichtigung dieses Umstandes, allerdings als unproblematisch und entscheidet deshalb für **keinen Grund zum Einschreiten**.

HINWEIS: Eine nicht unerhebliche Zahl der Werberäte und Werberätinnen spricht sich für die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen**. Kritisiert wird hierbei vor allem die Tatsache, dass das Dekolleté der Darstellerin als Blickfang dient und in keinem thematischen Zusammenhang mit dem beworbenen Produkt (Bier) steht.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2911>