



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Tena

Die Beschwerde bezieht sich darauf, dass Tena Inkontinenz-Produkte nur mit Frauen und für Frauen beworben werden. Und dass dabei die stetig wachsende Anzahl der Männer, die ebenfalls von Inkontinenz betroffen sind, außer Acht gelassen werden. Die Beschwerde meint, dass diese als „peinlich“ erlebte gesundheitliche Situation der Inkontinenz in der Werbung nur mit Frauen verbunden wird und damit die Frauen diskriminiert werden. Auch wird das Thema ausschließlich im Zusammenhang mit dem Alter dargestellt, also ältere Frauen als inkontinent gezeigt.

Der Tena-Spot hat einen großen Werbedruck, also eine große Anzahl von Schaltungen in den Reichweiten-starken Werbezeiten. Es gibt im TV keinen eigenen „Männer-Spot“ wohingegen das Unternehmen das Thema „Inkontinenz“ auf seiner Website mit speziellen Farben und Stylings für Männer- und Frauenprodukte sehr wohl als gleichwertig behandelt.

Durch diese einseitige Kommunikation des „Problems“ Inkontinenz im TV-Spot wird zwar nicht die Würde des Menschen verletzt, weil junggebliebene, tanzende und Sport-treibende lebensfrohe Frauen dargestellt werden. Aber die Werbung muss sich der Auswirkung auf die Gesellschaft bewusst sein, weil sie soziale Verantwortung trägt. Ältere Frauen sollten nicht gleichzeitig als inkontinent gesehen und damit diskriminiert werden.

Trotz der unterschiedlich starken Verbreitung bei Mann und Frau verstößt die alleinige Zuordnung zu älteren Frauen gegen das Diskriminierungsverbot in 1.2. Ethik und Moral 1.2.

Diversitätskerndimensionen a) Alter und b) Geschlecht. In Anbetracht des großen Werbedrucks sollte das Unternehmen ein zweites Sujet für Männer anteilmäßig nach Verbreitung schalten und/oder sich für die Auswirkung auf das gesellschaftliche Bild der älteren Frau sensibilisieren.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (TV) der Firma TENA **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Das beanstandete Sujet zeigt die Protagonistin beim Training in einem Fitness Studio. Sie scheint an Inkontinenz zu leiden und macht sich offenbar Gedanken darüber, ob ihre Blasenschwäche bei gewissen Übungen sichtbar werden könnte. Da sie jedoch eine Tena Slip Einlage verwendet, ist dies nicht der Fall. Die Protagonistin bewegt sich entspannt, glücklich und selbstbewusst durch den Trainingsraum. Der Vorhalt, dass es sich hierbei um geschlechterdiskriminierende Werbung handelt und die Protagonistin auf eine abwertende Weise dargestellt wird, kann von der Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen nicht nachvollzogen werden. Der Großteil der Werberäte und Werberätinnen betrachtet die Werbemaßnahme deshalb als unproblematisch und spricht sich für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2960>