



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde Die Weisse / Spaß im Mund

Auf einer schwarzen Bierflasche im historischen Look mit Bügelverschluss reitet ein Mädels im offenherzigen Dirndl mit nackten Füßen und einem koketten Lächeln. Die schwarze Bierflasche trägt zusätzlich eine weiße Scherenschnitt-Illustration von einem klassisch kleinen Mädchen im Kleidchen. Ohne weitere Erklärung wird als eine Art Sprechblase der reitenden „Magd“ der Satz .. „MACHT SPASS IM MUND“ in den Mund gelegt.

Die Pin up-Darstellung der Frau mit dem „Spaß im Mund“ und der Bierflasche, die normalerweise bei dieser klassischen Öffnung mit Überschäumen reagiert, ist eindeutig sexualisiert und soll gestoppt werden. Alles an dieser Werbung ist sexualisiert und entspricht nicht den Werberegeln. Auch das kleine stilisierte Mädchen im Kleidchen passt nicht mehr auf eine Bierflasche. Die Doppeldeutigkeit der Aussage ist bereits mehr als eindeutig und unterstreicht alles, was man mit der Werbung sexuell assoziiert. Es ist in keiner Weise erkennbar, dass es sich um das Gasthaus „Die Weisse“ in Salzburg handelt, was einen zusätzlichen Kommunikationsfehler aufzeigt.

Es liegen klare Verstöße gegen folgende Werberegeln vor:

#### **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**

*b) Geschlecht: Werbung darf niemanden (mittelbar oder unmittelbar) aufgrund seines Geschlechtes diskriminieren. Männer und Frauen sind stets als vollkommen gleichwertig zu betrachten und zu behandeln.*

##### **2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN**

##### **2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):**

*2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren.*

*2.1.6. sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext.*

ent  
scheidung

österreichischer  
werberat

**Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemittel der Abmann Gastronomie GmbH & Co KG, konkret der Restaurantkette „Die Weisse“, eine **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

### **Begründung:**

Die eindeutige Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung. Das beanstandete Sujet zeigt eine Frau in einem Dirndl, die auf einer mit der Unternehmensmarke versehenen Bierflasche sitzt. Die Sitzposition der Frau erinnert an den Reitsport und erweckt den Anschein, die Frau würde auf der Flasche reiten. Das Kleid ist bis knapp unter die Hüfte hochgerutscht, sodass die nackten Beine zu sehen sind. Das Sujet ist mit dem Slogan „... macht Spaß im Mund!“ versehen. Kritisiert wird einerseits die Tatsache, dass jenes Sujet bereits 2018 beim Österreichischen Werberat einging (Ergebnis: Aufforderung zur Sensibilisierung) und das Unternehmen seitdem keinerlei Änderungen vornahm. Die Werberäte und Werberätinnen geben außerdem an, dass es sich beim vorliegenden Sujet um eine geschlechterdiskriminierende Werbung handelt. Das Sujet ist in vielerlei Hinsicht stark sexualisierend aufgeladen: Die Flasche erweckt demnach den Anschein als Symbol für einen erigierten Penis zu stehen. Auch die Frau selbst ist aufgrund des hochgerutschten Kleides sowie der gespreizten Beine als Sexualobjekt porträtiert. In Kombination mit dem zweideutigen Slogan wird sie im Gesamterscheinungsbild stark sexualisiert und gilt als Blickfang. Dies wurde auch damit begründet, dass kein Zusammenhang zwischen dem Produkt und der sexualisierten Darstellung erkennbar sei.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich in dieser Hinsicht für einen **sofortigen Stopp der Kampagne bzw, zum sofortigen Sujetwechsel** aus. **Ein Verstoß des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft konnte in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt werden:**

#### **1.2. Ethik und Moral**

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

#### **2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung)**

*2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren. Wesentlich dabei ist die Betrachtung der Werbemaßnahme im Gesamtkontext. Zu berücksichtigen sind insbesondere die verwendete Bild-Text-Sprache, Darstellungsweise (Ästhetik, künstlerische Gestaltungselemente), Zielgruppenausrichtung und damit einhergehend, in welchem Umfeld die Werbemaßnahme platziert ist.*

*Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor,*

*2.1.3. wenn die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird.*

*2.1.6. wenn sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext.*

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3909>