



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Elements

Die Beschwerde bezieht sich auf eine LKW-Werbung für „den einfachsten Weg zum neuen Bad mit Elements“. Auf der Fläche der LKW-Plane ist eine in die Kamera lächelnde nackte Frau zu sehen, die sich in einer Sitzposition mit ausgestrecktem Bein an das Knie des zweiten angewinkelten Beins schmiegt. Die Beschwerde sieht dabei einen Unterschied zu einem Genussbad, in dem man mit sich allein ist und der hier vorliegenden Abbildung, die mit dem Betrachter kokettiert und lockt. Badezimmer und Nacktheit sind miteinander verbunden. Ein neues Bad ruft ein Wohlgefühl hervor, das grundsätzlich oft in der Werbung für Bad-Einrichtungen erzeugt wird oder werden soll. Durch die Zugewandtheit und freundlich-kokette Blickrichtung der nackten Dame in der Wanne entsteht jedoch eine Sexualisierung einer an sich als natürlich anzusehenden Nacktheit in einer Badewanne. Verstärkt wird dies noch durch die gläserne Seitenwand der Wanne, die den Blick auf die gesamte Figur der Frau frei gibt.

Auch wenn der Grad der Sexualisierung dieser Darstellung nicht allzu hoch ist, liegt hier eine geschlechterdiskriminierende Werbung nach

2. Spezielle Verhaltensregeln - Menschen

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

1.1. e) sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt vor.

In der Betrachtung im Gesamtkontext geht es nämlich hier nicht um die direkte Bewerbung der gläsernen Badewanne für zwei, was der Kontext für diese Art der Darstellung der nackten Frau wäre, sondern um die gesamte Einrichtung eines neuen Bades. Durch das Herausstreichen der koketten nackten Frau wird die LKW-Werbung zur Blickfang-Werbung und sollte geändert werden.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (LKW Werbung) der Firma Elements die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen** aus.

Begründung:

Das beanstandete Sujet zeigt eine nackte Frau, die in einer transparenten Badewanne badet.

Obwohl die WerberätInnen betonen, dass die Geschlechtsmerkmale der Protagonistin durch ihre Körperhaltung verdeckt werden und zudem ein Zusammenhang zwischen der Nacktheit und dem beworbenen Produkt (Badezimmer/Badewanne) besteht, spricht sich die Mehrheit dennoch für die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen** aus.

Die Werberäte und Werberätinnen beziehen sich dabei vor allem auf die Tatsache, dass die Protagonistin aufgrund der Gesamtinszenierung des Sujets – gläserne Badewanne, Nacktheit, Blick der Protagonistin – dennoch als Blickfang eingesetzt wird. Somit scheint die Fokussierung auf die nackte Protagonistin eindeutig beabsichtigt um eine Aufmerksamkeitssteigerung zu bewirken (Blickfangwerbung). Dadurch erfolgt eine Sexualisierung der Person.

HINWEIS: Eine nicht unerhebliche Zahl der Werberäte und Werberätinnen spricht sich hierbei für keinen Grund zum Einschreiten aus.

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die beanstandete Werbemaßnahme hinsichtlich des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft, konkret Artikel 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung, nicht ausreichend sensibel gestaltet wurde:

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung)

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

2.1.5. die Person auf ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird.

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird.

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.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3288>