



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Krammer Ist Ihre Alte feucht?

Die Beschwerde bezieht sich auf ein an der Straße aufgestelltes 24 Bogen Plakat mit den Bau-Themen Kellerabdichtungen, Schwarzdeckungen und Biotop, die von einer Firma Krammer als Bauwerksabdichter angeboten werden. Telefonnummer und Website sind am unteren Rand gut lesbar ersichtlich.

Grund der Beschwerde ist die Headline: „Ist Ihre Alte feucht? Rufen Sie uns an!“ Die Frage, ob sich „Ihre Alte“ auf Keller, Gemäuer oder Biotop beziehen könnte, stellt sich nicht, denn „Alte“ ist großgeschrieben als Hauptwort und wird nicht als Eigenschaftswort verwendet. Und „Ihre“ hat den Artikel „die“ in sich, es kann also kein das Haus, der Keller, das Biotop oder ähnliche Bauvorhaben bzw. Gemäuer gemeint sein.

Das Unternehmen lässt zum Thema „Ist Ihre Alte feucht?“ keine andere Deutung zu als die bodenständige Bezeichnung für Partnerin/Ehefrau und einen untergriffigen, abwertenden sexuellen Zusammenhang, um auf sich als Bauwerksabdichter aufmerksam zu machen.

Eine respekt- und geschmacklose „tiefe“ Kundenansprache im öffentlichen Raum, die zum sofortigen **Stopp** führen muss. Auch insbesondere deshalb, weil dieser Satz keinerlei andere Interpretation zulässt als die Herabwürdigung von Frauen und auch keinen Humor in sich trägt.

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

1.1.1. Werbung soll vom Grundsatz sozialer Verantwortung geprägt sein, insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen vor dem vollendeten 18. Lebensjahr.

1.1.4. Werbung darf nicht gegen die allgemein anerkannten guten Sitten verstoßen.

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

1.2. ETHIK UND MORAL

1.2.1. Werbung trägt soziale Verantwortung

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. Besonderen Schutz vor Diskriminierung bedürfen dabei die Diversitätskerndimensionen.

a) Alter: Werbung darf niemanden (mittelbar oder unmittelbar) aufgrund seines Alters oder seiner Generation diskriminieren. Bei älteren Menschen ist stets auf eine würdevolle Darstellung zu achten.

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.

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, wenn

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;

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 

Das Unternehmen hat nach der Kontaktaufnahme des Österreichischen Werberats sofort reagiert und das beanstandete Werbesujet zurückgezogen. Das beanstandete Werbesujet wird zukünftig nicht mehr verwendet.

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=3561>