



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Steirischer Kren g.g.A.- Bub und Mädchen

Die Beschwerde für sexistische Werbung bezieht sich auf ein Sujet des Produktes „Steirischer Kren g.g.A.“ - bezeichnet mit dem Wortspiel als „schärfster Steirer“. Die Abbildung zeigt einen Buben und ein Mädchen in Alltags-Tracht. Der Bub hält die Reibe mit einem verschmitzten Gesichtsausdruck woran das Mädchen eine große phallusartige Kren-Wurzn dranhält.

Diese Art von Darstellung entspricht nicht dem normalen Küchen-Gebrauch, da man weiß, dass Krenreiben ziemlich viel Kraft erfordert und das Zusammenspiel von zwei Personen dabei nicht hilfreich ist, den Druck auf die Reibe zu bekommen.

Die Darstellung und der Gesamtkontext haben ein erotisches Augenzwinkern, das nicht zum - geschätzten - Alter von ca. 8 Jahren der Kinder passt. Die gesamte Inszenierung lässt keinen Spielraum für eine neutrale Betrachtung zu.

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

Präambel

In der Vergangenheit hat sich das Wissen um Geschlechterverhältnisse sowie das Selbstverständnis und Selbstbild von Menschen stark verändert. Diese Veränderung hatte auch entsprechende Auswirkungen auf Menschen- und Geschlechterbilder in der Gesellschaft. Da Werbung nicht nur ein Spiegelbild gesellschaftlicher Einstellungen ist, sondern Auswirkungen auf die Gesellschaft hat, insbesondere darauf, welche Bilder und

Vorstellungen von Erwachsenen, Kinder im Rahmen der Sozialisation erwerben, ist Werbung,

die die Würde von Menschen verletzt, als Diskriminierung zu unterlassen. Den dafür zur Beurteilung anzuwendenden Referenzrahmen bilden die Menschenrechte; im Fall von Frauendiskriminierung die Menschenrechte von Frauen.

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

2.2. KINDER UND JUGENDLICHE

2.2.1.3. Werbung mit Kindern als DarstellerInnen: a) Werbung mit Kindern darf nicht geschlechterdiskriminierend sein. b) Kinder dürfen nicht in erotisierender oder sexualisierter Weise dargestellt werden bzw. darf die Darstellung von Kindern nicht darauf abzielen, sexuelles Begehren zu wecken.

Auch der Versuch, diese Darstellung sachlicher zu interpretieren und eine Abbildung des Produktnutzens zu finden, bleibt am „schärfsten Steirer“ hängen. Die Abbildung ist nicht harmlos und sollte gestoppt werden.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle des beanstandeten Werbesujets (Print) der Steirischen Kren g.g.A. die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. zum sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Die große Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sehen im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet von der Steirischen Kren g.g.A. eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.2. Kinder und Jugendliche, 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung und 1.1. Allgemeine Werbegrundsätze.

Das Printsujet zeigt ein Mädchen und einen Jungen, die dabei sind eine Krenwurze zu reiben. Die Positionierung der Reibe und des Krens, in den Händen der Kinder, lässt auf eine erotisierende Darstellung schließen, welche durch die unnatürliche und praxisferne Handhabung der Gegenstände und der aufeinander zugerichteten Blicke der Kinder nochmals verstärkt wird.

Die Aussage bzw. der vermerkte Slogan auf dem Sujet „der schärfste Steirer“, hebt diesen Umstand und den Bezug zu einer sexualisierenden Bildsprache wiederholt hervor.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich daher, für **einen sofortigen Stopp der Kampagne aus**, da die Darstellung von Kindern in der Werbung, keine sexuellen Assoziationen erwecken / hervorrufen darf.

Die Werberäte und Werberätinnen sehen einen Verstoß gegen die nachfolgend angeführten Punkte des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft:

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.

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.

2.2. Kinder und Jugendliche

2.2.1. KINDER

2.2.1.3.) Werbung mit Kindern als DarstellerInnen

a) Werbung mit Kindern darf nicht geschlechterdiskriminierend sein.

b) Kinder dürfen nicht in erotisierender oder sexualisierter Weise dargestellt werden bzw. darf die Darstellung von Kindern nicht darauf abzielen, sexuelles Begehren zu wecken.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3422>