



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Tattoo-Netzwerk „bist du schon drin?“

Die Beschwerde bezieht sich auf sexualisierende Videos, die gewaltvolle Übergriffe verharmlosen. Es geht um eine Werbung für ein Tattoo-Netzwerk, dessen Slogan lautet: „Bist du schon drin?“

Verantwortlich für das Tattoo Netzwerk ist ein Unternehmen namens amber marketing ges.m.b.H. Es bietet Tattoo-Künstler, Styles, Blogs und einen Shop. Das sehr professionell in Erscheinung tretende Netzwerk wirbt mit zwei Videos auf Youtube. Die Darsteller - ein Mann und eine Frau - nehmen darin wechselnde Rollen im Behandlungsstuhl ein. Auf dem Rücken liegend wird offensichtlich in Unterleibsnähe „gestochen“ - die Situation wirkt wie ein sexuelles Erlebnis auf dem Gynäkologenstuhl, der Kopf des anderen Protagonisten ist in den Schoss der „behandelten“ Person vertieft und legt nach längerem Klienten-Stöhnen das Gerät mit der Tattoo-Nadel beiseite. Das Stöhnen scheint zu einem Teil durch das „Stechen“ hervorgerufen zu werden, allerdings bekommt man den Eindruck, dass es um eine eindeutig sexuelle Handlung geht, unabhängig davon, ob man eine Frau oder ein Mann ist. Die Stimme aus dem OFF fragt - „Und - bist du schon drin?“ Bei Durchforstung der Verhaltensregeln scheinen folgende als anwendbar:

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

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

1.3. GEWALT

Präambel

.. Gewalt im Verständnis des Österreichischen Werberates umfasst jedenfalls physische, psychische und sexualisierte Gewalt.

1.3.1. Werbung darf keine gewalttätigen Darstellungen beinhalten. a) Werbung darf sich keiner gewalttätigen, Gewalt verharmlosenden, Gewalt ästhetisierenden oder Gewalt verherrlichenden Inhalte bedienen.

Die Betrachtung des Gesamt-Kontextes, der Tattoo-Community im allgemeinen und des Tattoo-Netzwerks, das als verantwortungsvoll und Szenen-gemäß präsentiert wird, sehe ich keinen Grund zum Einschreiten.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Werbespots) von Tattoo Netzwerk **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die klare Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen spricht sich in Bezug auf die Werbevideos von Tatoonetzwerk für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

In den Spots, gerichtet an KünstlerInnen und TätowiererInnen, wird für eine Mitgliedschaft des Tattoo Netzwerks geworben. Gezeigt wird ein Tattoo Studio und die darin stattfindende Tätigkeit des Tätowierens. In dieser Art der bildlichen Darstellung erkennen die Werberätinnen und Werberäte weder geschlechterdiskriminierende noch Gewalt verherrlichende Aspekte.

Im Slogan „Bist du schon drin?“ ist eine zweideutige Aussage zu erkennen. Da die Werbespots jedoch auf eine bestimmte Zielgruppe abgestimmt sind und am Ende der Spots eine humoristische Auflösung der wahrgenommenen Zweideutigkeit stattfindet, sehen die Werberäte und Werberätinnen auch hier keine Verletzung des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3423>