



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde „sexistische Pastetenwerbung“

Die beanstandete Werbung ist ganz (auch farblich) im Stil der 1950er Jahre gehalten und zeigt eine entzückt klatschende, stilistisch propere Frau, mit der großen Produktabbildung einer Teig-Pastete, die von der Gastwirtschaft eines Schlosses angeboten wird. Die Headline lautet „Heute schon eine Petra vernascht?“ Offensichtlich ist die Petra nicht die Dame, sondern der Name der Pastete, die wie folgt angeboten wird: „Petra ist saftig, heiß und knusprig, fleischig, vegetarisch oder süß – regional und saisonal zubereitet.“

Im Gesamtkontext ist bereits die Benennung einer Pastete mit einem Frauennamen interessant und wirkt beabsichtigt, sodass durch die Abbildung der Frau mit dem „Vernaschen“ gespielt werden kann. Die „saftige, heiße, knusprige, fleischige, vegetarische oder süße Petra“ als Pastete ist spätestens seit dem Kinofilm American Pie nicht mehr assoziationsfrei.

Daher ist auch die Beschwerde als Sexistische Pastetenwerbung im Sinne der 1. Grundsätzlichen Verhaltensregeln 1.2. Ethik und Moral nach den Diversitätskerndimensionen 1.2. b) Geschlecht: .. „Werbung darf niemanden aufgrund seines Geschlechtes diskriminieren. Männer und Frauen sind stets als vollkommen gleichwertig zu betrachten und zu behandeln.“ .. berechtigt. Zu beanstanden ist die Benennung der Pastete mit einem Frauennamen, die Verwendung des „Vernaschens“ im Zusammenhang mit einer „weiblichen“ Pastete sowie der Abbildung der Frau und die Herstellung des Kontextes zu den Produktmerkmalen wie saftig, heiß etc.

Die gesamte Werbung wirkt – nicht wegen des bildhaften Stils – vielmehr wegen des Gesamtzusammenhangs im Sinne der Diversitätskerndimensionen nicht mehr zeitgemäß und sollte überdacht werden.

---

ent  
scheidung

österreichischer  
werberat

### Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Printanzeige) des Produktes „Petra die Pastete“ die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen** aus.

### Begründung:

Auf dem beanstandeten Sujet ist eine Dame mit einer Pastete und der Aufschrift „Heute schon eine Petra vernascht?“ abgebildet. Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die Werbemaßnahme hinsichtlich des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft nicht sensibel genug gestaltet wurde. Kritisiert wird dabei vor allem die Tatsache, dass im Zusammenhang mit der Abbildung der Protagonistin und dem Frauennamen Petra der Begriff „vernaschen“ verwendet wird, der eine durchaus zweideutige Botschaft kommuniziert. Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich deshalb für die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen** aus.

Der Großteil der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die beanstandete Werbemaßnahme hinsichtlich des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft, konkret Artikel 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung, 1.1. Allgemeine Werbegrundsätze und 1.2. Ethik und Moral, nicht sensibel genug gestaltet wurde.

## **2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung**

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

*b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;*

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

*a) Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden;*

## **1.1 Allgemeine Werbegrundsätze**

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

## **1.2 Ethik und Moral**

*1.2. Werbung darf niemanden mittelbar oder unmittelbar diskriminieren oder Diskriminierung fördern. Besonderen Schutz vor Diskriminierung bedürfen dabei die Diversitätskerndimensionen*

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

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2948>