



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Billa („Willkommen in der Tupper-Class“)

Ein Schaufenster-Aufkleber der Firma BILLA bewirbt eine Treuepunkt-Aktion für Tupperware.

Normalerweise wird Tupperware mit Einladung über Strukturvertrieb verkauft, daher ist es etwas Besonderes, wenn der LEH die Produkte ebenfalls anbieten kann. Die Headline dieses Aufklebers lautet „Willkommen in der Tupper-Class“ und zeigt nackte bloßfüßige Frauenbeine auf einer Picknick-Decke. Ein Bein ist ausgestreckt, das andere hat das Knie abgewinkelt und den Knöchel unter das Knie des ersten Beins gelegt.

Auf der Decke liegen ein Strohhut mit Sonnenbrille und diverse Tupperware-Behälter, die ein vorangegangenes appetitliches Picknick vermuten lassen. Die Beine haben einen kurzen Rock an, der Körper ist oberhalb der Hüfte abgeschnitten. Durch das abgewinkelte Bein entsteht der Eindruck, dass man im Vorbeigehen unter den Rock sehen könnte. Das Bild macht jedoch einen sehr entspannten sicheren Eindruck.

Die Beschwerde bezieht sich auf die Frage warum die Beine einer Frau im Minirock gezeigt werden und nicht die behaarten Beine eines Mannes in Shorts.

Die Betrachtung im Gesamtkontext zeigt, dass die folgenden Regeln für diese Abbildung und die Botschaft zu hart sind:

2. Spezielle Verhaltensregeln

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt vor, wenn:

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

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

Tatsächlich sagt diese Werbung mehr über die Zielgruppen-Ansprache und -Identifikation (weibliche Tupperware-Kundin) sowie über das klassische Kaufverhalten im LEH aus. Die Entspanntheit der Situation kann sogar positiv zeigen, dass Frauen nicht immer gleich wegräumen müssen und sich auch einmal so richtig entspannen können.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme „Tupperware bei Billa“ von Billa **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Das Sujet zeigt eine Picknick-Szene und bewirbt damit einen möglichen Einsatzspielraum von Tupperware. Das Sujet ist zielgruppengerecht gewählt und zeigt die Unterschenkel einer auf der Decke liegenden Dame umgeben von diversen Speisen in Tupperware. Die Dame trägt offenbar ein Kleid, der Oberkörper ist aus dem Bild gerückt. Die Szenerie wirkt sehr entspannt und relaxt und stellt eine typische Situation eines Picknicks dar. Die Darstellung der Beine erfolgt in keiner sexualisiert-blickfangartigen Weise (weder in Wort noch in Bild).

Die absolute Mehrheit der WerberätInnen betrachtet deshalb die beanstandete Werbemaßnahme als unproblematisch und sieht keinen **Grund zum Einschreiten**.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3321>