



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde - Bitte behandeln! (Ö3-Plakat work hard – play hard)

Die Beschwerde bezieht sich auf ein 24 Bogen-Plakat des österreichweiten Radiosenders Ö3, das optisch in 3 Teilen kommuniziert. Die gesamte Kampagne, die aus mehreren Sujets besteht, soll nach der Aussendung zum Werbestart in Mitte Mai, vor allem Lebensfreude und Spaß signalisieren für eine Zielgruppe, die oft kritisiert wird, „Vertreter der Spaßgesellschaft und Propagandist von Hedonismus und Konsum“ zu sein. In der optischen Umsetzung wird also in einer Sprache gesprochen (Zeichen, Wort und Bild), die sich in der ersten Nach-Corona-Zeit an die junge Zielgruppe wendet. Eine Sprache, die sich im Bild an Instagram, Comic-Effekte und Hashtag-Buzzwording orientiert. Diese Aussage gilt für alle Sujets im Rahmen der Kampagne.

Das eine beanstandete Sujet führt jedoch zu Missverständnissen außerhalb dieser Spaß-Zielgruppe und ruft offensichtlich durch die unbekümmerten Darstellungen sexualisierte Gewalt und männlich dominante Symbolik ab. Beobachtet werden, gepunzt zu werden und die Leichtigkeit des Fliegens / oder an der Leine gehalten zu werden führen hier auch zu einer anderen Interpretation.

Da Ö3 laut Senderchef ein Sender für alle Österreicher ist, dieses Sujet aber auf eine unbekümmerte Zielgruppe abzielt, das Plakat wiederum alle im öffentlichen Raum befindlichen Personen betrifft, zeigt wie missverständlich eine im Roggenfeld auf dem Bauch liegende nur mit einem kurzen Kleidchen bekleidet und dem Punch-Symbol aus den Comics versehene junge Frau gesehen werden kann.

In der Betrachtung zur Anwendung kommen folgende Verhaltensregeln:

1. Grundsätzliche Verhaltensregeln

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch entwürdigende und diskriminierende Darstellungen (weiblicher Schaufensterpuppen-Torso mit dem überwachenden Auge, chaotische junge Frau mit Jeans am Kopf, auf dem Bauch liegendes niedergeschlagenes Mädchen im Roggenfeld)

1.2. Ethik und Moral in der verantwortungsbewussten Gestaltung der Werbung und Verträglichkeit mit den ethisch-moralischen Werten der Gesellschaft

b) Männer und Frauen sind stets als vollkommen gleichwertig zu betrachten und zu behandeln.

1.3. Gewalt. In unserer Gesellschaft ist ein deutlicher Trend zu Gewaltbereitschaft und -tätigkeit erkennbar. Werbung ist aufgrund ihrer sozialen Verantwortung aufgerufen, hier entgegen zu wirken.

1.3.1.1. Werbung darf sich keiner gewalttätigen, Gewalt verharmlosenden, Gewalt ästhetisierenden oder Gewalt verherrlichenden Inhalte bedienen.

1.2.1.3. ...auch nicht die Darstellung psychischer und sexualisierter Gewalt beinhalten.

Zusammengefasst handelt es sich hier um eine – allen mobilen ÖsterreicherInnen im öffentlichen Raum zugänglich gemacht –Kampagne, die sich nur an eine schmale ego-zentrierte Zielgruppe wendet und in deren - für alle anderen missverständlichen - Bild-Sprache kommuniziert. Ö3 sollte sich bewusst machen, dass allen anderen die unterschwellige Botschaft als Projektionsfläche für sexualisierte Gewalt dienen könnte.

ent
scheidung

österreichischer
werberat 

Entscheidung:

Das Unternehmen hat sofort nach unserer Kontaktaufnahme reagiert und das beanstandete Sujet zurückgezogen, es wird künftig auch nicht mehr zum Einsatz kommen.

Das ÖWR-Beschwerdeverfahren sieht bei einer **Sujetrücknahme** durch das Unternehmen **keine weitere Behandlung** der Beschwerde vor. Das Verfahren ist hiermit abgeschlossen. Der/die Beschwerdeführer/innen wurden davon in Kenntnis gesetzt.

Wir danken dem Unternehmen für die rasche Umsetzung und sehr gute Kooperation.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3021>