



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Claro „Jetzt noch größer!“

Claro wirbt auf Facebook für Geschirrspültabs mit einem nackten Mann, der auf einem Steg an einem See steht. Eine Frau in weißem Kittel hält vor seine Hüfte eine Packung Claro multi NEXT mit der Headline „Jetzt noch größer!“ Die Packung wirkt durch die Perspektive so groß wie vom Nabel bis knapp oberhalb der Knie des Mannes. Alle Vorteile des neuentwickelten Produktes werden völlig konservativ mit biologisch abbaubar, umweltfreundlich, ohne Folie und verpackt im „Gras“-Karton argumentiert.

Rationale Spültabs-Werbung, die den nackten Mann in keiner Weise rechtfertigt. Durch die Platzierung der Packung in Hüfthöhe und der perspektivischen Packungsgröße wird ein Zusammenhang hergestellt, als ginge es hier um die Maßeinheit „Männlichkeit und Größe des Geschlechtsorgans“. Würde der Mann da nicht stehen, könnte man die Argumentation und Bildsprache besser verstehen, da es um Umweltfreundlichkeit geht. Das Produkt gibt es nur online, was eine zusätzliche Erschwernis ist, die Packungsgröße richtig einzuschätzen.

Die Platzierung des Mannes sexualisiert in einer unverständlichen Art und Weise und verursacht damit eine Diskriminierung nach den folgenden Werberegeln. Die Werbung soll gestoppt werden, denn es handelt sich hier um eine versteckt aggressive geschlechtliche Erniedrigung und Reduktion auf eine platte Anspielung.

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

1.1.3. Werbung muss den Grundsätzen der Lauterkeit, wie sie im Wirtschaftsleben allgemein anerkannt sind, entsprechen.

1.1.4. Werbung darf nicht gegen die allgemein anerkannten guten Sitten verstoßen.

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

1.2. ETHIK UND MORAL

1.2.3. Werbung darf niemanden mittelbar oder unmittelbar diskriminieren oder Diskriminierung fördern.

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

1.2. ETHIK UND MORAL

1.2.3. Werbung darf niemanden mittelbar oder unmittelbar diskriminieren oder Diskriminierung fördern.

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

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

- 2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren.
- 2.1.2. Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise
- 2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;
- 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 verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext.
- 2.1.7. die Würde des Menschen im Bereich der Sexualität verletzt wird.

ent
scheidung

österreichischer
werberat 

Das betroffene Unternehmen hat nach unserer Kontaktaufnahme sofort reagiert und zugesichert, dass die beanstandete Werbemaßnahme in Zukunft nicht mehr gezeigt wird. Zudem wurde bestätigt, dass die Postings gelöscht wurden.

Unser Beschwerdeverfahren sieht bei einer Rücknahme einer beanstandeten Werbemaßnahme durch das Unternehmen keine weitere Behandlung der Beschwerde vor.

Das Verfahren ist hiermit abgeschlossen. Der/Die Beschwerdeführer/in wurde davon in Kenntnis gesetzt.

Wir danken dem Unternehmen für die rasche Umsetzung und Kooperation.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3891>