



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde AEG sexism

In der Beschwerde wird die Straßenbahnwerbung für AEG Geräte beanstandet. Es liegt eine schmale hochformatige Folierung auf dem Gelenksteil der Straßenbahn vor. Die Abbildungen sind einerseits ein Produkt wie der Akku-Staubsauger, andererseits eine Waschmaschine, auf der eine barfüßige in großer roter Robe sitzende lächelnde Frau sitzt, sowie ein Mann mit moderner Bun-Frisur, der mit einem Akku-Staubsauger saugt. Alles ist sehr modern mit clean-Chic inszeniert.

Die werbliche Darstellung wirkt wie eine moderne Antwort auf veraltete Rollenbilder. Die Frau darf sich großartig inszenieren und hat keinen anstrengenden Washtag. Der moderne urbane Mann wird durch den Akku-Staubsauger in seinem Farbcode stylisch aufgewertet und die traditionelle Marke AEG rutscht dadurch in die moderne, aufgewachte Gesellschaft.

Ob die nackten Beine der Frau bis knapp oberhalb des Knies ein sichtbarer sexistischer Eye-Catcher sind oder das „normale“ Benehmen aller Stars, mit langer Robe möglichst viel „Bein zu zeigen“, kommt hier nicht durch. Insgesamt wirkt die werbliche Inszenierung eher urban-lässig und „so selbstverständlich unangestrengt“ vom Alltag.

Die Überprüfung der

2. SPEZIELLEN VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren.

Wesentlich dabei ist die Betrachtung der Werbemaßnahme im Gesamtkontext.

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

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

zeigt hier eine werbliche Inszenierung, die beiden (zwei der möglichen) Geschlechtern andere Verhaltensweisen als die traditionelle Rollenverteilung erlaubt. Barfuß in großer Robe zeugt eher von luxuriöser Lässigkeit, die sich diese Frau erlauben darf/kann. Ein Einschreiten erscheint nicht erforderlich.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Straßenbahnwerbung) von AEG **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die klare Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich beim Sujet von AEG für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

Die beanstandete Straßenbahnwerbung von AEG zeigt eine Frau, in roter Abendrobe mit viel Tüll, barfuß auf der Waschmaschine sitzend. Ein anderes Sujet zeigt einen Mann in dunkler Kleidung, mit einer Hand den Staubsauger schwingend. Eine Geschlechterdiskriminierung und Sexualisierung kann in den gegenständlichen Werbesujets nicht erkannt werden. Vielmehr wird eine Ausgewogenheit der Geschlechter hergestellt und Lässigkeit & Glamour durch die festlich, elegante Kleidung transportiert. Zudem soll auch die Botschaft transportiert werden, dass empfindliche und sensible Kleidung mit der Waschmaschine von AEG gewaschen werden kann, wie im Printsujet mit dem Slogan „Warum in die Reinigung“ verdeutlicht wird.

Es kann somit kein Verstoß gegen den Ethik Kodex der Werbewirtschaft von den Werberäten und Werberätinnen festgestellt werden.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3549>