



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Möbeltischlerei Bozic / gespreizte Beine auf Klein-LKW

Stellungnahme des AS-Beirates

Eine Möbeltischlerei fährt einen gestalteten Klein-LKW, der neben dem Logo und der Geschäftsdaten des Unternehmens eine Frau auf dem Auto abgebildet hat. Die Frau trägt einen roten aufreizenden Spitzen-BH sehr offen unter dem weit geöffneten karierten Arbeitshemd. Ihr Blick ist unschuldig mit sinnlich geöffneten Lippen. Die sehr weit gespreizten Beine geben den Blick auf vollständig nackte Beine und Schenkel frei. Es ist nicht klar, ob sie überhaupt Shorts oder Unterwäsche trägt. Der weit geöffnete Schritt wird nur notdürftig durch das vom Arbeitsgürtel herunterhängende kleine Täschchen bedeckt. Das Setting ist im handwerklichen offenherzigen Pinup-Stil gehalten und weist auch die Erotik der Centerfolds aus dem vorigen Jahrtausend auf. Das Ambiente aus Handwerkszeug versucht den Anschein von Beruf zu erwecken, die „zufällig“ zentrierte Bohrmaschine verrät jedoch die tatsächliche Absicht, die Situation unnötig zu sexualisieren und damit „Blickfangwerbung“ zu erzeugen.

Die Werbung ist ein klarer Stopp. Die Darstellung der Frau steht in keinerlei Zusammenhang mit dem beruflichen Angebot der Tischlerei, macht die Frau auch zum Objekt und sexualisiert eine Situation im öffentlichen Raum auf unzulässige Art und Weise.

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

1.1.1. Werbung soll vom Grundsatz sozialer Verantwortung geprägt sein, insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen vor dem vollendeten 18. Lebensjahr.

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

1.2. ETHIK UND MORAL

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.

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

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens Christian Bozic die Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel aus.

Begründung:

Die eindeutige Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung. Auch der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, spricht sich für einen sofortigen Stopp der Kampagne aus.

Das beanstandete Sujet zeigt eine dunkelhaarige Dame, die einen roten BH, ein weites Hemd und einen Werkzeuggürtel trägt. Sie wird mit gespreizten Beinen gezeigt und ist umgeben von weiteren Baugeräten.

Die Werberäte und Werberätinnen geben an, dass es sich hierbei um klare Blickfangwerbung handelt, da die Frau als Sexualobjekt dargestellt wird und sie in einer Weise präsentiert wird, die nicht mit der Realität übereinstimmt. Es wird betont, dass eine solche Sexualisierung nicht notwendig ist, um die Dienstleistungen einer Möbeltischlerei zu bewerben, wodurch kein direkter Produktbezug erkennbar sei und die unnatürliche, sexualisierende Darstellung als unangemessen angesehen wird.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich in dieser Hinsicht für einen sofortigen Stopp der Kampagne bzw. zum sofortigen Sujetwechsel aus.

Ein Verstoß des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft konnte in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt werden:

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

1.1.1. Werbung soll vom Grundsatz sozialer Verantwortung geprägt sein, insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen vor dem vollendeten 18. Lebensjahr.

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

1.2. Ethik & Moral

1.2.3.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.*

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

2.1.1 *Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren. Wesentlich dabei ist die Betrachtung der Werbemaßnahme im Gesamtkontext. Zu berücksichtigen sind insbesondere die verwendete Bild-Text-Sprache, Darstellungsweise (Ästhetik, künstlerische Gestaltungselemente), Zielgruppenausrichtung und damit einhergehend, in welchem Umfeld die Werbemaßnahme platziert ist.*

2.1.5 *Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn die Person auf ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird*

2.1.6 *Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext*

<https://beschwerde.werberat.at/fall/3bededb8-c8bf-4e8e-87f7-201e3bc9684b>