



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde Gesundheitszentrum Tschann / Online-Werbung

#### Stellungnahme des AS-Beirates

Die Beschwerde bezieht sich auf eine als sexualisiert und diskriminierend bezeichnete Werbung eines Gesundheitszentrums in Vorarlberg. Die Firma Tschann wirbt im Zusammenhang mit seinem Diätprogramm mit dem Slogan „s'Ländle brucht mehr Arsch in dr Hosa!“. Die Abbildung zeigt einen weiblichen Torso in extrem formender Yoga-Kleidung, in einem sehr knappen Crop-Oberteil, das die offensichtlich operativ vergrößerten Brüste grad noch verdeckt sowie eine hautenge Po-lifting-Workout-Yoga-Hose mit extremem Pobacken-Trenner, die das Ergebnis des Po-Workouts mit dem Elastik-Band zeigen soll.

Die Anzeige richtet sich an eine weibliche Zielgruppe und bildet den optischen Zeitgeist in dieser Zielgruppe - hundertfach von entsprechenden Influencerinnen online präsentiert - vollständig ab.

Die emotional grobe Headline ist schwer zu bewerten, da sie entweder „Mut“ und Selbstbewusstsein von Frauen bewirbt oder die Situation bezeichnet, wonach Frauen was zum Anfassen für Männer aufweisen sollen. Diese Doppeldeutigkeit ist auch sicher beabsichtigt und ist in beiden Interpretationen diskriminierend, da sich Frauen selbst nie so bezeichnen würden, obwohl sie vielleicht gerne so eine Figur hätten.

Dass nur eine Sensibilisierung empfohlen wird und kein Stopp, erfolgt aufgrund des logischen Zusammenhangs des Bildes mit dem angebotenen Workout. Allerdings sehen die auf der Website angebotenen Frauen-Fotos eher normal und VOR dem Training aus. Das in der Online-Werbung gezeigte Frauenbild ist überzeichnet und dem amerikanischen Pinup-POup-Schönheitsideal angenähert.

Referenz für die Sensibilisierung sind die folgenden Werberegeln.

#### 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.

**Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens Gesundheitszentrum Tschann die Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung sensibler vorzugehen aus.

**Begründung:**

Die Werberätinnen und Werberäte sehen im Hinblick auf die beanstandete Werbemaßnahme den Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem den Artikel 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung, als nicht ausreichend sensibel umgesetzt. Der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, spricht sich mit derselben Stimmverteilung für ein Stopp bzw. eine Sensibilisierung aus.

Das beanstandete Sujet zeigt eine Dame, die vom Oberkörper bis zu den Knien gezeigt wird und mit dem Rücken zur Kamera steht, ihr Kopf ist somit nicht sichtbar. Sie trägt enge Sportkleidung und beugt sich nach vorne. Zudem hält sie in den Händen elastische Bänder, was darauf hindeutet, dass sie gerade Sport betreibt. Rechts daneben ist das Logo zu finden und darunter der Copy-Text „s'Ländle braucht mehr Arsch in der Hosa!“. Darunter ist die Website und die Adresse des Unternehmens zu finden.

Manche Werberäte und Werberätinnen geben an, dass durch den ausschließlichen Fokus auf das Gesäß der Frauenkörper sexualisiert wird. Nachdem die Dame jedoch Sport macht und das Sujet ein Fitnessprogramm (unter anderem für den Po) bewerben möchte, besteht hier ein Produktzusammenhang, weswegen sich die Mehrheit des Gremiums für eine Sensibilisierung ausspricht.

Um keinen geschlechterdiskriminierenden Eindruck hervorzurufen, spricht der Österreichische Werberat die Empfehlung aus, bei zukünftiger Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen.

Eine nicht ausreichend sensible Umsetzung anhand des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft konnte in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt werden:

**1.2. Ethik & Moral****1.2.1 Werbung trägt soziale Verantwortung.**

*1.2.2 Werbung hat die menschliche Würde und Unversehrtheit der Person zu achten und darf diese nicht verletzen.*

*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.*

*2.1.3 Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird*

*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*

<https://beschwerde.werberat.at/fall/1195c6a1-f2d3-460f-a478-360efc7c86f6>