



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde Gröbi / Körperbild

#### Stellungnahme des AS-Beirates

Die Beschwerde bezieht sich auf den TV-Spot von Gröbi für zuckerfreie Limonade und empfindet den Spot als sexistisch, frauenfeindlich und das falsche Körperideal vermittelnd. Das Rollenbild, das die beiden Frauen vermitteln, sei eine Gefährdung für die physische und psychische Gesundheit von Mädchen und Frauen.

Der TV-Spot zeigt eine entspannte Bade-Szene am See mit zwei jungen - normal weiblich schlanken - Frauen im Bikini und einem Mann, der entspannt und nicht-sexualisiert lächelt. Nach dem SUP (Stand Up Paddling) auf dem See läuft man entspannt zur ausgebreiteten Decke in der Wiese. Die eine Frau öffnet eine Flasche Limonade, die andere Frau sagt erstaunt: „a Limo...???“. Die Antwort der ersten Frau lautet darauf: „Entspann die, is eh nur a Gröbi.“ Der Sprecher aus dem Off: „zuckerfrei, superfruchtiger Geschmack, alles was ich will.“.

Die Interpretation, ob zuckerfrei aus Figurgründen oder weil das die neue Generation ist, die Zucker an sich ungesund findet, bleibt offen. Mit keinem Wort wird Figur-Bewusstsein auch nur angedeutet bzw. gibt es keinerlei Laszivität im Spot, die auf einen sexy Körper abzielt. Die natürliche bodenständige Art der Protagonisten weist nur auf den fehlenden Zucker - aus welchen Gründen auch immer - hin. Da das Gesundheits- und Körperbewusstsein von Frauen grundsätzlich für Werbung und Kaufverhalten ansprechbarer ist, könnte die Bade-Situation kritisch gesehen werden. Gröbi wurde auch in den bisherigen Sujets eher in einer Bade-Situation am See getrunken, was auf einen Sommerschwerpunkt des Limonaden-Konsums hindeutet.

Eine Überprüfung mit den Speziellen Verhaltensregeln ergibt aufgrund des harmlosen Gesamtkontextes (normalgewichtige Menschen, natürliche Badesituation am See, kein Hinweis auf Figur, Zucker als allgemein nicht erwünscht) kein Einschreiten. Die folgenden Regeln kommen daher nicht zur Anwendung.

#### **2. SPEZIELLE 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. 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. 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.**

**Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens „Gröbi“ **keinen Grund zum Einschreiten**.

**Begründung:**

Die eindeutige Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich bei dem beanstandeten TV-Spot von Gröbi für **keinen Grund zum Einschreiten** aus. Auch der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, spricht sich für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

Zu sehen sind ein Mann und zwei Frauen am See. Die braunhaarige Frau packt eine Gröbi-Limonade aus der Kühltasche und bietet sie der anderen Frau an, woraufhin sie verwundert fragt „Eine Limo?“. Die braunhaarige Frau antwortet „Entspann dich, ist eh ein Gröbi“.

Die Werberäte und Werberätinnen sind der Ansicht, dass der beanstandete TV-Spot weder gesundheitsgefährdende Körpermaße zeigt noch indirekt darauf anspielt. Auch können die in der Beschwerde genannten diskriminierenden und sexistischen Elemente seitens des Werberat-Gremiums nicht nachvollzogen werden. Es wird eine alltagsnahe Situation unter Freunden/Familie am Wasser gezeigt und das Produkt beworben.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich daher für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=4032>