



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Maximus Mädchentester

Mittelpunkt der Beschwerde ist ein öffentliches Plakat von Maximus Bordell und Laufhaus, das einen gezeichneten Art Superman zeigt mit der Botschaft „WIR STELLEN EIN!!! ‚MÄDCHENTESTER‘ jetzt bewerben...“ Dieser Superman hat neben seinem in rot wehenden Umhang ein in Rot stilisiertes erigiertes Glied so gezeichnet, dass es nicht sofort ins Auge springt. Umso „stärker“ wirken das Erkennen und Realisieren der Absicht, dass sich hier jeder Mann als Superman fühlen kann.

Der Zusammenhang zwischen dem Geschäftszweck des Unternehmens (Bordell, Laufhaus), der Headline und der Bewerbung als Mädchentester (also kann man gratis die Mädchen testen, bevor sie ins Geschäft geworfen oder aussortiert werden) ist gelinde gesagt geschmacklos und Frauen-verachtend sexistisch. Nicht nur, dass die Arbeit von SexarbeiterInnen bereits eine ausbeutende Tätigkeit an sich ist, hier werden die Personen (Mädchen) entmenschlicht, versachlicht und zum guten oder schlechten Wegwerf-Objekt degradiert. Ein sofortiger Stopp – zusätzlich auch aufgrund der Darstellung im öffentlichen Raum – ist vorzunehmen.

Es kommen folgende Verhaltensregeln zum Einsatz.

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.

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

1.2. ETHIK UND 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. Werbung darf niemanden mittelbar oder unmittelbar diskriminieren oder Diskriminierung fördern. Besonderen Schutz vor Diskriminierung bedürfen dabei die Diversitätskerndimensionen.

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

1.3. GEWALT

d) Darüber hinaus sind Darstellungen, die sexualisierte Gewalt beinhalten, abzulehnen.

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren.

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

2.1.4. Unterwerfung oder Ausbeutung dargestellt oder zu verstehen gegeben wird, dass Gewalt oder Dominanzgebaren tolerierbar seien;

2.1.7. die Würde des Menschen im Bereich der Sexualität verletzt wird.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme/Stellenanzeige des Maximus Nightclub Graz **die Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Die absolute Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Sujet eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung und des Artikels 1.1. Allgemeine Werbegrundsätze.

„Wir stellen ein!!! „Mädchentester“ jetzt bewerben...“ lautet die Aufmachung des beanstandeten Sujets. Dieser Text wird neben dem Logo des Unternehmens, der Angabe der Website und der Silhouette eines Superhelden abgebildet. Dabei wird der Superheld mit einem eingezeichneten Phallus gezeigt.

Auch wenn im Sujet keine Personen direkt abgebildet werden, so führt laut Werberäten und Werberätinnen allein der Text zur klaren Abwertung der Würde von Menschen. Die Aussage „Wir stellen ein!!! „Mädchentester“ jetzt bewerben...“ liefert nicht nur eine diskriminierende und herabwürdigende Haltung gegenüber Mädchen/Frauen, sondern vermittelt in der Hinsicht auf sexuelle Dienstleistungen den Eindruck, dass Mädchen/Frauen sich neben der Erbringung der Dienstleistungen auch einer Testung infolgedessen zu unterziehen haben. Darüber hinaus werden die zu "testenden" Personen im Plakat als Mädchen bezeichnet, worunter weibliche Personen verstanden werden, die das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet haben.

Weibliche Personen werden laut Werberatsgremium im Sujet somit mit Objekten und Waren, die man „testen“ kann, gleichgestellt. Der dargestellte Superheld verdeutlicht die Dominanz des Mannes und „Mädchentesters“ nochmal.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich aufgrund der diskriminierenden, menschenverachtenden und entwürdigenden Aspekte dieser Stellenanzeige und der damit verletzten Ethik-Kodex-Punkte für **einen sofortigen Stopp der Kampagne 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.

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

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

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;
- 2.1.4. Unterwerfung oder Ausbeutung dargestellt oder zu verstehen gegeben wird, dass Gewalt oder Dominanzgebaren tolerierbar seien;
- 2.1.7. die Würde des Menschen im Bereich der Sexualität verletzt wird.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3867>