



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Post AG / Nackter Mann

Stellungnahme des AS-Beirates

Die Post AG bewirbt auf ihrer Website die Zustellung von Paketen. In diesem Fall von passenden Gesamt-Styles der Firma perfect Outfit.

Die Beschwerde bezieht sich in diesem Zusammenhang auf die Darstellung eines nur mit Shorts bekleideten Mannes, der sein Paket beim Selfservice der Post abholt. Das Service der Post besteht darin, dass man für die Zustellung nicht zu Hause sein muss und das Paket schnell selbst abholen kann, ohne auf die Öffnungszeiten der Paketschalter angewiesen zu sein. Also sein perfektes Outfit abholen kann, wenn man schnell online beim Fashion-Concierge bestellt hat.

Dass der Mann nur in Shorts abholen kommt, zeigt wie dringlich dieses Outfit ist und dass man vielleicht sogar direkt von der Abholstation zum Date oder Businessmeeting gehen kann. Eine passende Inszenierung zum Leistungsversprechen der Post sowie des Online-Anbieters perfect Outfit und daher ist kein Einschreiten nötig.

Es wird nicht die Nacktheit des Mannes betont und als Blickfang verwendet, sondern beide Marken ineinander verschränkt gekonnt inszeniert. Dass keine Frau abgebildet ist, kann auch damit zusammenhängen, dass sich die Werbung dieser Unternehmen eher an Männer richtet, die bei der Zusammenstellung der richtigen und passenden Kleidung zu Hause unabhängig sind oder externe Beratung benötigen. Daher liegt auch keine Benachteiligung oder Geschlechterdiskriminierende Werbung vor.

Die folgenden Werberegeln der freiwilligen Selbstregulierung kommen nicht zur Anwendung.

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 sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme der Österreichischen Post **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die eindeutige Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich bei der beanstandeten Werbemaßnahme für keinen Grund zum Einschreiten aus.

Der Junge Werberat hingegen, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, spricht sich für eine Sensibilisierung aus.

Das beanstandete Sujet zeigt einen Herrn, der oberkörperfrei vor den gelben Postboxen steht und ein Paket in der Hand hält. Begleitet wird das Sujet vom Zusatz „Der schnellste Weg zu deinem Paket“. Es handelt sich hierbei um eine breitangelegte Kampagne in unterschiedlichsten Medienkanälen. Im Bereich Online ist es ebenso auf der Landingpage sowie als audiovisueller Spot verfügbar ist.

Die Werberäte und Werberätinnen geben an, dass es sich bei jenem Sujet um eine klare, humoristische Überzeichnung handelt. Die Nacktheit des Hauptdarstellers ist in diesem Zusammenhang gerechtfertigt und trägt zum Verständnis der Werbung bei. Nichtsdestotrotz beanstanden einige, dass die Darstellung nicht der Realität entspricht und somit als Blickfang verwendet wurde. Ein sensibler Umgang mit Nacktheit wird weiterhin - geschlechterunabhängig - empfohlen.

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

HINWEIS: Die Entscheidung der Jungen Werberäte und Werberätinnen kann als Trendbarometer über die Sichtweise einer jungen Zielgruppe gesehen werden, hat jedoch keine Auswirkung auf die Entscheidung des etablierten Werberat-Gremiums.

<https://beschwerde.werberat.at/fall/f38f688d-516c-4d6d-b0ea-20b304e90045>