



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Promberger Elektrotechnik / Plakat

Stellungnahme des AS-Beirates

Ein Elektrotechnik-Unternehmen bewirbt die Personalsuche als Elektriker/In in Form einer Bespannung eines Baustellengitters. „Bei uns könnt’s funken, Bewirb dich jetzt als Elektriker/in“. Die Abbildung dazu zeigt eine blonde Frau vor einem Baustellen-Schaltkasten. Das Haar fällt ihr ins Gesicht, sodass es nicht zu erkennen ist. Sie wird damit entpersonalisiert. Sie ist nur mit einem schwarzen BH und schwarzen Netzstrümpfen bekleidet und hat dort, wo eine schwarze Short angedeutet ist, einen breiten Werkzeug-Gürtel hängen.

Eine klare Blickfang-Werbung, da eine „Nicht“-Bekleidung wie diese schon rein sicherheitstechnisch nicht den Baustellen-Erfordernissen entsprechen würde und darüber hinaus kein Mann sich damit identifizieren würde obwohl hier auch aktiv Männer mit „Bewirb dich jetzt als Elektriker“/in angesprochen werden.

Im Zusammenhang mit dem „Bei uns könnt’s funken“ wird auch eine sexualisierte Situation in Bezug auf weibliche Mitarbeiterinnen hergestellt, was von den eigenen Mitarbeitern des Unternehmens wahrscheinlich nicht einmal gewünscht ist.

Alles in Allem ein fehlgeleitetes Geschlechter-neutrales-Stellenangebot, das aufgrund des unrealistischen Posings in Reizwäsche mit Netzstrümpfen zu einem sofortigen Stopp führt.

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 Promberger Elektrotechnik GmbH 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 links eine Frau, die eine kurze Hose, einen BH und einen Werkzeuggürtel trägt. Sie steht an einem Stromkasten und schaut von der Kamera weg. Rechts befindet sich der Text „Bei uns könnt’s funken. Bewirb dich als Elektriker/in“. Ebenso sieht man das Logo, die Website, die Adresse und die Telefonnummer des Unternehmens.

Die Werberäte und Werberätinnen geben an, dass es sich hierbei um klare sexualisierte Werbung ohne Produktbezug handelt. Das weibliche Geschlecht wird als Blickfang verwendet, bei der Montur handelt es sich um keine angemessene Arbeitskleidung und das Sujet im Allgemeinen schafft ein diskriminierendes Bild des Berufsfeldes.

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:

1.2. 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. Werbung darf sich keiner gewalttätigen Darstellungen bedienen.

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.

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/79eb5eba-6069-4028-89ad-676d72cdb541>