



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde Ritex Kondome / Explizit

#### Stellungnahme des AS-Beirates

Die Beschwerde bezieht sich auf eine Werbung auf YouTube, die zwei zärtliche Männer auf einem Bett zeigt und findet die Darstellung und „Anleitung“ zum besten Sex als zu weitgehend in einem Medium, das Jugendlichen und Kindern zugänglich ist. Die einander zärtlich küssenden Männer werden von der animierten blauen Schleife der Marke Ritex Kondome umschlungen. „Mit Ritex macht Ihr aus Sex euren besten Sex, aus verknallt Vertrauen, aus anfassen berühren. Kondome und Vertrauen Made in Germany.“

Es ist eine sensibel gemachte Werbung für Kondome, die ja Geschlechtskrankheiten und andere schwerwiegende Ansteckungen verhindern sollen. Die Sexualisierung des Spots ist, wenn man Hetero- und Homosexuelle Beziehungen gleichstellt, sehr berührend und in keiner Weise pornografisch aufbereitet. Die Darstellung einer glücklichen homosexuellen Beziehung erscheint gewöhnungsbedürftig, würde aber bei einer heterosexuellen Beziehung als völlig harmlos durchgehen.

Folgende Werberegeln wurden angewandt und führen zur Empfehlung, nicht einzuschreiten.

#### **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.

##### **1.2. 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.

c) Sexuelle Orientierung: Werbung darf niemanden (mittelbar oder unmittelbar) aufgrund seiner sexuellen Orientierung diskriminieren.

#### **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 des Unternehmens „Ritex“ **keinen Grund zum Einschreiten**.

### **Begründung:**

Die eindeutige Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich bei dem beanstandeten TV-Spot 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.

Der beanstandete TV-Spot zeigt ein Paar, das sich küsst, umarmt und liebkost. Der Sprecher redet darüber, wie der Sex besser werden kann. Am Ende sind die Kondome des Unternehmens zu sehen.

Die Werbung von Ritex wird als sensibel und respektvoll wahrgenommen, da sie keine anstößigen oder pornografischen Inhalte zeigt. Es wird betont, dass die Darstellung eines homosexuellen Paares in einer zärtlichen Pose nicht problematisch ist und in der Gesellschaft normalisiert werden sollte. Viele WerberätInnen heben hervor, dass die Werbung wichtig für die Aufklärung über Verhütung ist und dass es entscheidend ist, solche Themen offen zu kommunizieren, um Toleranz zu fördern. Zudem wird argumentiert, dass Ritex wahrscheinlich Altersbeschränkungen aktiviert hat und Youtube den Spot nicht an Kinder ausspielt. Die Verantwortung für die Nutzung liegt jedoch auch bei den Eltern.

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

<https://beschwerde.werberat.at/fall/4673c71c-324d-479a-8a20-1ce22f032f20>