



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Sky Blue Movie „Pornos am Weltfrauentag“

Zur Beschwerde führt die mit Vornamen persönlich an einen Mann adressierte Porno-Werbung am Weltfrauentag „zum“ Weltfrauentag mit der Anrede: „Hallo Mario, feiere mit uns gemeinsam den internationalen Frauentag und sicher dir jetzt: -30% auf ausgewählte Filme ...“

Die Abbildung zeigt eine in Dessous gekleidete aufreizende Frau zwischen zwei nackten Männern, die von hinten zu sehen sind, das jeweilige Kinn der Männer in ihrer Hand - was einer dominanten, wohlfeil haltenden Szene entspricht. Headline „Internationaler Frauentag -30 % auf ausgewählte Filme“. 18+. Die Aktion dauert 6 Tage. Es bleibt offen, ob die Filme vom Anbieter ausgewählt wurden oder sich der Konsument aus allen Filmen welche auswählen darf.

Ohne die spezifische Headline handelt es sich um persönlich an einen Mann adressierte Werbung für Pornos. Nichts in der Darstellung weist auf ein anderes als das oft vorkommende übliche Thema „unersättliche Frau mit zwei Männern“ bei Pornos hin. Es weist aber auch nichts auf die Thematik „Weltfrauentag“ hin. Während der Weltfrauentag als Tag FÜR die Frau aufgeladen ist, richtet sich diese Zuschrift an Männer, sich Filme MIT Frauen zu holen. Es geht hier nicht um spezielle Frauen-Pornos für Frauen oder Pärchenpornos sondern lediglich um das allgemeine Angebot.

Der Gesamtkontext mit der Headline lässt den Schluss zu, dass am speziellen Frauentag, die „Ausbeutung und Verfügbarkeit“ der Frauen mit 30 % Rabatt noch günstiger zu haben ist. Das mag nun in einer für beide (oder mehrere) Geschlechter bekannten ausbeuterischen Branche nicht verwundern.

Die 1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN kommen nicht zur Geltung, weil es sich um eine persönlich adressierte, zielgruppenbezogene Werbung handelt, die keinerlei Streuverluste und damit Auswirkungen auf Kinder/Jugendliche unter 18 Jahren oder die Gesellschaft haben dürfte.

Diese banale „Trittbrettfahrer-Werbung“ stürzt die Bedeutung des Weltfrauentages in genau jene Bedeutung, die mit dem Weltfrauentag bekämpft werden soll. Es kommen folgende Regeln zur Anwendung:

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

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;

Trotzdem diese Werbung nach diesen Verhaltensregeln empörend ist, muss man sich dennoch fragen, ob es nicht einfach nur ein weiteres „Stürzen“ von Themen des Alltags nach allen Sekretärinnen-, Chefinnen-, Mütter- und Omi-Themen ist, damit Pornos thematisch interessant bleiben. Ein Einschreiten scheint hier nicht sinnvoll.

ent
scheidung

österreichischer
werberat 

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme zu Bluemovie von SKY Österreich **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich beim Werbesujet „Bluemovie“ für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

Das Sujet zeigt eine Frau in Dessous, welche, umgeben von nackten Männern, in einer „dominanten“ Position dargestellt wird. Beworben wird dabei das erotische audio-visuelle Bewegtbildangebot für -30% am Frauentag durch den on-demand Sender SKY.

Die Gestaltung des Sujets bzw. Initiierung der Personen steht im Zusammenhang mit dem Angebot von ausgewählten Filmen von Bluemovie, womit ein Produktbezug gegeben ist. Auch wird diese Werbung an ein eindeutig definiertes Zielpublikum in diesem Segment von SKY ausgespielt, da beworbener Inhalt für Personen ab 18+ Jahren zugänglich ist. Somit wird jedenfalls eine Kommunikation an Kinder und/oder Jugendliche ausgeschlossen.

Von einer Geschlechterdiskriminierung kann ebenfalls abgesehen werden, da die Abbildung der Zielgruppenausrichtung entspricht und Personen in adäquater Weise dargestellt werden.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3507>