



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Palaoro Malerbetrieb Werbung Programmheft

Die Beschwerde bezieht sich auf die Abbildung einer flotten blonden Frau, die bauchfrei ein unter der Brust zusammengeknötetes weißes Hemd anhat, auf das im linken Brustteil das Firmenlogo von „Palaoro ... Ihr Malermeister“ gedruckt bzw. mit Fotoshop eingebracht ist.

Die Abbildung der Frau kommt auf der gesamten Website im Firmenauftritt nicht vor und hat offensichtlich keinerlei Bezug zum Unternehmen. Eine Aufnahme, die sommerlichen Flirt und Sexyness suggeriert. Möglicherweise besteht ein thematischer Zusammenhang mit dem Programm des Varietés am Bodensee, der jedoch nicht erklärt wird.

Durch die sexy Darstellung ohne textlichen Zusammenhang oder einen anderen Kontext zum Malerbetrieb als reine Logo-Platzierung entsteht der Eindruck, dass es sich hier um Blickfangwerbung handelt.

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

2.1.6. sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext.

Auch wenn das rosa Westchen, das das Model anhat, eine Art US Highschool Atmosphäre der moralisch unantastbaren Cheerleader erzeugt, passt der Zusammenhang zu einem Malerunternehmen nicht. Es entsteht eine gekünstelt harmlos wirkende sexy Situation, die die Dame zu einem Blickfang für das Unternehmen macht und überdacht werden sollte.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Der Österreichische Werberat spricht im Falle des beanstandeten Werbesujets von Palaoro die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Werbemaßnahmen bzw. zum sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sehen im Hinblick auf das beanstandete Sujet von Palaoro eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem hinsichtlich des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung.

Das Werbesujet des Malerbetriebs Palaoro zeigt eine Dame bekleidet mit einem bauchfreien T-Shirt, auf dem das Logo des Betriebs Palaoro abgebildet ist. Aufgrund der verwendeten Darstellung ist in keiner Weise zu erkennen, dass es sich dabei um einen Malerbetrieb handelt.

Die knapp bekleidete Dame, wird damit in den Mittelpunkt gerückt, ohne erkennbaren Produktzusammenhang, womit seitens der Werberätinnen und Werberäte eine Verletzung des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft in Bezug auf Blickfangwerbung eindeutig gegeben ist. Der Eindruck des gewollten Blickfangs wird mit dem lasziven Blick des Modells verstärkt.

Ein Verstoß des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft wurde in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt:

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische 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.

2.1.6. sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext.

2.1.5. die Person auf ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird;

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3714>