



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Wettanbieter „Baggern erwünscht“

Das Unternehmen bewirbt im vorliegenden Sujet das Produkt Beachvolleyball-Wetten und verwendet dazu als Wortspiel „Baggern erwünscht“. „Baggern“ bezeichnet als Fachausdruck das „untere Zuspiel“ zum Abbremsen eines hart geschlagenen Angriffs und ist in Spieler- und Zuseher-Kreisen bekannt. Nicht jedoch in breiten Bevölkerungskreisen wie die Beschwerden zeigen.

Das Sujet suggeriert mit der Illustration einer weiblichen attraktiven Rückansicht im sehr knappen (modischen Brazilian Thong, aber nicht sportlichen) Bikini, dass mit „Baggern“ auch „An-Baggern“ also „Aufreißen“ gemeint sein könnte.

Um den Zusammenhang zu Volleyball herzustellen, wird dem Körper der dargestellten Frau ein Volleyball aus Sonnencreme auf das linke Schulterblatt gezeichnet.

Da es sich beim „Baggern“ um einen Fachausdruck handelt, der hier charmant umgangssprachlich eingesetzt werden soll, könnte man im ersten Augenblick meinen, dass es sich um eine gelungene Werbung handelt. Dies ist jedoch aufgrund der Darstellung des weiblichen Torsos in einer aufreizenden Pose zu einer sexistischen Blickfangwerbung geworden.

Mit Bezug auf den Punkt 2.1.1. lit d) Blickfangwerbung und e) Person auf ihre Sexualität reduzierend, sollte das Sujet gestoppt werden.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen spricht sich für die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus, da die sexualisierte Darstellung der Protagonistin in keinem thematischen Zusammenhang mit dem beworbenen Produkt (Sportwetten) steht.

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass ein Verstoß gegen den Ethik-Kodex der Werbewirtschaft vorliegt. Kritisiert wird die Tatsache, dass die Protagonistin einen sehr freizügigen Bikini trägt, der keinesfalls einer üblichen Volleyball-Sportbekleidung entspricht. Die Protagonistin wird auf ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und in den Mittelpunkt der Werbemaßnahme gerückt. Die Darstellungsweise dient dabei

ausschließlich als Blickfang und verstößt somit gegen die Richtlinien des Ethik-Kodex. Die Werberäte und Werberätinnen erkennen zwar, dass der Slogan „baggern erlaubt“ Bezug auf die Sportart nimmt, geben aber zu bedenken, dass dieser in Kombination mit der Darstellungsweise der Protagonistin eine sexualisierte Botschaft kommuniziert.

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem der Artikel 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung und 1.1. Allgemeine Werbegrundsätze.

Die Werberäte und Werberätinnen sehen einen Verstoß gegen die nachfolgend angeführten Punkte des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft:

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

1.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

- d) die Person auf Ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird.*
- e) bildliche Darstellungen von nackten Körpern ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich dabei ist die Betrachtung im Gesamtkontext.*
- b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird.*
- a) Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden.*
- f) die Würde des Menschen im Bereich der Sexualität verletzt wird.*

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch eine entwürdigende Darstellung von Sexualität oder anderweitig diskriminierende Darstellungen.

<https://www.werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2824>