



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde „sexistische LKW-Plane“

Die Beschwerde zeigt eine Werbung mit der Abbildung einer mit gespreizten Beinen in – zwar angezogener, aber – aufreizender Aufmachung sitzenden jungen Frau, deren Bezug zum Handwerk eine zwischen den Beinen im Schritt baumelnde Werkzeugtasche sowie eine Reihe von sehr locker drapierten Handwerks-Utensilien/Kleidung sind.

Der Zusammenhang über die Kleidung kann nicht über die Tatsache hinwegtäuschen, dass es sich hier um eine klare Blickfangwerbung für die Möbeltischlerei B. nach „2. Spezielle Verhaltensregeln – Menschen 2.1. geschlechterdiskriminierende Werbung 1.1.d) die Person wird in rein sexualisierter Funktion als Blickfang dargestellt,“ handelt. In Bezug auf die offensichtlich als rein männlich angenommene Zielgruppe dieses Unternehmens, stellt die Werbung auch nach 2.1.1.b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage.

Das Sujet sollte jedenfalls überdacht und geändert werden.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Plakat) **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 der beworbenen Dienstleistung (Tischlerei) steht.

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die Werbemaßnahme gegen die Richtlinien des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft verstößt. Kritisiert wird dabei vor allem die Tatsache, dass die Protagonistin sehr freizügig gekleidet ist und in sexualisierter Pose abgebildet wird. Die Darstellungsweise dient dabei ausschließlich als Blickfang ohne Produktzusammenhang.

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.

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

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

1. Werbung soll vom Grundsatz sozialer Verantwortung geprägt sein, insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen vor dem vollendeten 18. Lebensjahr.

4. Werbung darf nicht gegen die allgemein anerkannten guten Sitten verstoßen.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2834>