



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Stellungnahme AS-Beirat,

Beschwerde Wolke Pizza / Sirenen

Das beanstandete Logo von zwei gezeichneten nackten Frauen mit wallendem langem Haar im Stil von Botticelli, die gemeinsam ein Stück einer Pizza schweben lassen, gehört zu einem Lieferdienst Lieferando.at und hat den Namen Wolke Pizza. Die AGBs dieses Unternehmens beziehen sich auf den Lieferdienst und ein holländisches Unternehmen namens takeaway.com. Das Impressum auf der Website enthält nur einen Standort im 7. Bezirk ohne Nennung einer verantwortlichen Person.

Die Darstellung der beiden im Stil der Venus auf einer Wolke sitzenden Frauen hat die Überschrift „Slice to meet you, Baby!“ und ziert neben der Website auch die Auslagen-Scheibe des Geschäftslokals. Der Zusammenhang zwischen den beiden Frauen und dem Slogan erschließt sich dem Betrachter nicht, da dort sicher auch Frauen einkaufen wollen. Die Interpretation, dass es sich um ein „Slice“ also „Schnitte“ oder Stück handelt, rückt die Interpretation in die Nähe von „Schnitte“ als umgangssprachliche Bezeichnung für Frau. Frauen würden sich von einem Lieferdienst nicht als „Baby“ ansprechen lassen, ein Geschäft ausschließlich für Männer lässt sich jedoch nicht vermuten.

Eine unklare lockere Sexualisierung und Verherrlichung einer Schnitte Pizza der Firma Wolke Pizza muss die Frage zulassen, warum. Geht es um himmlische Verwöhnung durch zwei Frauen, die wissen was verwöhnen bedeutet? Sind die Frauen als Sirenen gemeint, die verführen sollen?

Oder soll ein antiker Eindruck nach Botticelli entstehen, wodurch das gesamte Unternehmen an Ansehen und Vertrauen gewinnen will? Die Kompetenz eines Pizza-produzierenden Lieferdienstes wird als Neapolitanische Pizza-Revolution angepriesen.

Die Gedankenlosigkeit der Abbildung (stilisierte italienische Venus, um auf Neapel hinzuweisen) wird erst mit der Überschrift zum Thema. Liebevoll „Baby“ genannt zu werden im Zusammenhang mit – gezeichneter – Nacktheit und einer Pizza erfährt mittlerweile eine ausgedehntere Bedeutung, wodurch eine sensiblere Handhabung erforderlich ist. Insbesondere wenn Frauen auch zur Zielgruppe des Produktes gehören sollen. Eine Information an das Unternehmen im Sinne von Sensibilisierung mag weit hergeholt sein, für den Anfang einer gesellschaftlichen Gleichbedeutung aller möglichen Geschlechts-Empfindungen jedoch der richtige Weg für die Zufriedenheit aller Zielgruppen, wenn es um Pizza geht.

Eine Sensibilisierung nach den folgenden Werberegeln ist angeraten.

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

1.1.7. Werbung darf nicht durch anlehrende und nachahmende Darstellungen irreführen.

1.2. ETHIK UND MORAL

b) Geschlecht: Werbung darf niemanden (mittelbar oder unmittelbar) aufgrund seines Geschlechtes diskriminieren. Männer und Frauen sind stets als vollkommen gleichwertig zu betrachten und zu behandeln.

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

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

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahmen des Unternehmens „Wolke Pizza“ die Aufforderung **in Zukunft bei der Gestaltung sensibler vorzugehen** aus.

Begründung:

Die Werberätinnen und Werberäte sehen im Hinblick auf die beanstandeten Werbemaßnahmen den Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem den Artikel 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung, als **nicht ausreichend sensibel** umgesetzt.

Das beanstandete Logo des Unternehmens „Wolke Pizza“ zeigt zwei gezeichnete Frauen, in dessen Mitte ein Stück Pizza zu sehen ist. Die Frauen sind beide nackt und sitzen auf einer Wolke. Über der Zeichnung befindet sich die Headline „Slice to meet you Baby!“.

Das Werberatsgremium merkt an, dass kein Zusammenhang zwischen dem beworbenen Produkt und dem Logo besteht, weswegen vor allem die Nacktheit der Frauen nicht nachvollziehbar sei. Die Werberäte und Werberätinnen empfehlen in Zukunft sensibler mit dem weiblichen Körper umzugehen. Dies kann beispielsweise erfolgen, indem die Frauen angezogen abgebildet werden.

Um keinen geschlechterdiskriminierenden Eindruck hervorzurufen, spricht der Österreichische Werberat die Empfehlung aus, bei **zukünftiger Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen**.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3910>