



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Eybl

Innerhalb eines Autos ist an der Heckscheibe eine Folie angebracht, in der sich gespreizte Frauenbeine in High-Heels gegen die Scheibe abstützen und so einen Schaden an der Windschutzscheibe anrichten. Die Firma Eybl nimmt das zum Anlass „Dumm gelaufen?“ und verspricht dazu „Wir richten’s schnell und diskret“. Als Ursache für einen Schaden an der Windschutzscheibe wird hier offensichtlich nicht Steinschlag aufgegriffen, sondern harter Sex im Auto, der entweder nicht bis nach Hause warten konnte oder zu Hause nicht möglich ist. Interessant ist auch, dass Steinschlag den Schaden meist außen anrichtet, während diese Art von Schaden an der Innenseite der Scheibe passiert.

Die Darstellung ist daher schwer zu argumentieren und ein plumper Versuch, die Lösungskompetenz der Firma Eybl zu bewerben.

Diese werbliche Maßnahme verstößt klar gegen die

1. Grundsätzlichen Verhaltensregeln

1.1. Allgemeinen Werbegrundsätze

1. Werbung soll vom Grundsatz sozialer Verantwortung geprägt sein, insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen vor dem vollendeten 18. Lebensjahr. Das Fahrzeug befindet sich im öffentlichen Raum und kann von jedem/r ungeachtet der Altersgruppe gesehen werden. Die dargestellte Beinstellung ist eindeutig und passt nicht zum öffentlichen Raum.

2. Spezielle Verhaltensregeln – Menschen

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

1. unter Beachtung des Umfelds der Werbemaßnahme

1.1 e) sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt.

Unlogisch ist vor allem der Steinschlag innen an der Scheibe und die als Eyecatcher aufgemachte Darstellung einer sexualisierten Situation im Zusammenhang mit der Wortwahl es „schnell und diskret“ zu richten.

Die Werbung sollte entfernt werden.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Banner) der Lackiererei und Unfallreparatur Eybl die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Das beanstandete Sujet zeigt nackte Frauenbeine in High Heels sowie den Slogan „Dumm gelaufen? Wir richten's schnell und diskret!“ Mit den Abätzen der Schuhe wurde scheinbar die Windschutzscheibe des Autos demoliert. Die Wort-Bild-Kombination deutet darauf hin, dass der Schaden aufgrund von sexuellen Handlungen entstanden sein könnte.

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass es sich hierbei um eine sexualisierte Darstellungsweise ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zur beworbenen Dienstleistung (Autoreparatur) handelt. Die nackten Beine der Protagonistin dienen dabei ausschließlich als Blickfang. Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen spricht sich aus diesem Grund für die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

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

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

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

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

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

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

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3196>