



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Wick Medinite

Die sehr gender-pointiert abgefasste Beschwerde bezieht sich auf den seit einigen Jahren laufenden TV-Spot von Wick Medinite, in dem ein Ehe-Mann mit grippalen Beschwerden im Bett kämpft und seine anscheinend schon ein bisschen genervte mütterliche Ehefrau mit letzter Kraft bittet, ihm Wick Medinite zum Überleben zu bringen.

Transportiert wird hier eine Geschlechter-Stereotype wonach „Männer an einem Schnupfen sterben und niemals Kinder zu Welt bringen könnten, weil sie so wenig aushalten“.

Auch diese Darstellungsform unterliegt dem Wandel der Zeit und befindet sich gerade an der Abzweigung zum No-go während sie in der nahen Vergangenheit noch als augenzwinkernde werbliche kreative Überhöhung einen guten Impact erzeugt hat.

Tatsächlich sollten hier im Sinne der

2. Speziellen Verhaltensregeln Menschen

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung die Punkte

1.1. a) Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden sowie

b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird, angewendet werden um für den Wandel der Zeit zu sensibilisieren und in der kreativen Gestaltung schön langsam von Geschlechter-Stereotypen abzukommen.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle des beanstandeten TV-Spots des Pharmaherstellers Wick **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen spricht sich für **keinen Grund zum Einschreiten** aus, da die Werbemaßnahme nicht darauf abzielt, den erkrankten Mann auf eine diskriminierende Weise darzustellen. Der Großteil der Werberäte und Werberätinnen erkennt die werbliche Überzeichnung und stuft die Inszenierung deshalb als unproblematisch ein.

Im beanstandeten TV-Spot wird ein Mann gezeigt, der offenbar verkühlt ist und seine Lebensgefährtin bittet, seine Mutter zu verständigen. Die Protagonistin wirft ihm daraufhin das Medikament WICK MediNait zu. Dass der Protagonist etwas überzeichnet im Bett liegend und leidend dargestellt wird, wird im Zusammenhang mit der Bewerbung eines medizinischen Präparats von der Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen nicht als diskriminierend eingestuft. Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sieht deshalb im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme **keinen Grund zum Einschreiten**.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3186>