



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde Daniels Haare

Die Beschwerde bezieht sich auf eine Friseur-Werbung in der Zeitschrift des Kaufhauses Tyrol und betrifft eine Jubiläumsaktion von daniel's Haare in Form eines monatlichen Schnupperabos von „4x zum Friseur und 1x zahlen“.

Es geht um die Abbildung einer jungen Frau im durchsichtigen Negligé, die sich mit einer Hand in den Schritt greift, der Träger des Negligés ist heruntergerutscht und bedeckt gerade noch die Brust. Die andere Hand ist lasziv an den Hals ins Haar gelegt, der Munde ist sinnlich geöffnet und wirkt feucht.

Das Bild macht den Eindruck einer erwartungsfrohen erotisierten und erotisierenden Frau mit einer Haarlänge, die bei einem monatlichen Schnupper-Abo von 139 Euro das Angebot für „4x Friseur und 1x zahlen“ nicht wirklich ausschöpfen kann, da sie offensichtlich nicht sehr oft schneiden geht. Auch Farbe ist nicht öfter als einmal im Monat möglich. Da stellt sich auch die Frage, an wen dieses Abo tatsächlich gerichtet ist.

Durch den einerseits erotisierenden und andererseits verwirrenden Zielgruppen-Kontext liegt hier eine nach

2. Spezielle Verhaltensregeln - Menschen

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung und hier

1.1.e) sexualisierende Darstellungsweise ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt vor und sollte geändert werden.

---

**Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Flyer/Prospekte) des Frisörsalons Daniels Haare 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 (Frisör) 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 leicht bekleidete Darstellerin in lasziver Pose abgebildet wird. Die Darstellungsweise dient 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*

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

*d) die Person auf Ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird.*

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3102>