



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Ski Willy

Die zur Beurteilung stehende Werbetafel zeigt eine dekolletierte Frau, die im Freien auf einer hoch gelegenen Skipiste Skier präpariert. Der dargestellte Arbeitstisch ist professionell arrangiert. Der Überleger verspricht ein Top-Skiservice. Die Frau ist bei Skifahrt Temperaturen nur mit einem schwarzen BH und einer roten am Dekolleté zerrissenen Schürze bekleidet. Man sieht auch die unbedeckten Knie und Schenkel, was wohl einen Gesamteindruck von sexy Bügeln erzielen soll, aber im Freien unwahrscheinlich zu ertragen ist.

Durch die Unverhältnismäßigkeit der kalten Umgebung mit der sexy Bekleidung wird die Frau im Gesamtkontext diskriminierend dargestellt. Ebenso wird es niemandem einfallen, derart unbedeckt im Schnee den ganzen Tag Skier zu präparieren. In der Darstellung gibt es keine künstlerischen Gestaltungselemente, auch das Umfeld der Werbe-Tafel (im Freien an einer Skihütte) lässt die spezielle Zielgruppenausrichtung Männer als Kunden für verfehlt erscheinen. Insbesondere als das profane Skier-präparieren eine allgemein notwendige Tätigkeit ist, die mit einer derartigen Darstellung keine Versprechen machen kann.

Die Darstellung ist klar nach Punkt

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung und im Sinne von

1.1. e) ist es eine sexualisierte Darstellungsweise ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt bzw. Tätigkeit.

Auch unter Bedachtnahme der Atmosphäre einer lockeren „Hüttengaudi“ sollte das Sujet zum Schutz von Frauen überdacht werden.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Plakat/Citylight) des Sportartikelhändlers Ski Willy 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 (Schi Service) 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 bei der Durchführung des Schi Services sehr leicht bekleidet ist, da sie unter der Schürze lediglich einen BH trägt. Dies entspricht keiner üblichen Bekleidung für eine derartige Tätigkeit. Die Darstellungsweise dient daher 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.

b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird.

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch entwürdigende oder diskriminierende Darstellungen.