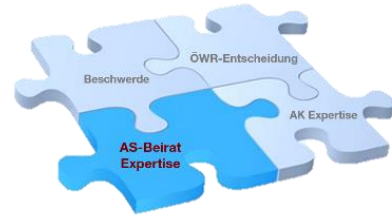


STELLUNGNAHME DES ANTISEXISMUS-BEIRATES



Beschwerde Trafik Feuerzeuge / Aufdruck Frauen an die Macht

Die Beschwerde bezieht sich auf zum Verkauf angebotene Feuerzeuge mit Sprüchen als Aufdruck. Es handelt sich um Plastik-Feuerzeuge, die in der Trafik verkauft werden und folgenden Aufdruck haben: „Frauen an die Macht. ...Macht Kaffee, Macht Brötchen, Macht Sauber!!“

Eine Herleitung dieses Spruches erfordert nicht viel Kreativität und stellt im klassischen Sinne keine Werbung dar. Ein Feuerzeug, das normalerweise ohne Aufdruck auskommt und eventuell noch nach Farbe gekauft wird, wirbt für sich mit einem Spruch, der nur Männer ansprechen könnte. Das ist der erste Schritt der Diskriminierung von Frauen. Der zweite Schritt ist der Inhalt, der in einer respektlosen Art die Bewegung der Gleichberechtigung aufgreift und sie auf ein tiefstes Niveau der Bierisch-Witze herunterzieht und umdreht. Ein Lacher, der sogar nur mehr ganz wenige Männer anspricht und damit auch Männer diskriminiert. Frauen wenden sich mittlerweile in so einer Situation ab.

Eine Aussage wie diese entspricht nicht mehr dem Zeitgeist und offenbart sehr viel über die Person, die dieses Feuerzeug auf den Tisch legt. Werbung nimmt die Aufgabe wahr, zum Kauf zu verführen und die Persönlichkeit zu erweitern, wenn man das Produkt besitzt. Ein Selbsta Ausdruck, der einen meist in der Gesellschaft aufwertet und als etwas Besonderes präsentiert. Das gelingt durch dieses Feuerzeug nicht. Misogyn und Entwertung von Frauen tut nichts für dich, würde man in der Fashion Industrie zu diesem Mann sagen. Ganz im Gegenteil, der Spruch entblößt den Träger des Feuerzeugs als passiv aggressiv. Das Produkt soll vom Markt genommen werden und der Aufdruck eingestellt werden.

Ethik-Kodexpunkte:

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

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

1.2. ETHIK UND MORAL

1.2.3. Werbung darf niemanden mittelbar oder unmittelbar diskriminieren oder Diskriminierung fördern. Besonderen Schutz vor Diskriminierung bedürfen dabei die Diversitätskerndimensionen.

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):

2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren.

Wesentlich dabei ist die Betrachtung der Werbemaßnahme im Gesamtkontext. Zu berücksichtigen sind insbesondere die verwendete Bild-Text-Sprache, Darstellungsweise (Ästhetik, künstlerische Gestaltungselemente), Zielgruppenausrichtung und damit einhergehend, in welchem Umfeld die Werbemaßnahme platziert ist.

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

Entscheidung des ÖWR

Feuerzeuge Aufdruck - Produkt

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht sich nach intensiver Prüfung in diesem Fall als **nicht zuständig**.

Die eingebrachte Beschwerde fällt nicht in den Kompetenzbereich des Österreichischen Werberates. Der Österreichische Werberat zeichnet für die inhaltliche Beurteilung von Wirtschaftswerbung, anhand des Ethik Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, zuständig. Der/die BeschwerdeführerIn wurde darüber informiert. Der Beschwerdefall ist hiermit abgeschlossen.