

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Beschwerde wegen geschlechtsorientierter Diskriminierung gegen Männer | i) Iglo Green Cuisine, ii) Neradin, iii) Spar Veggie, iv) Hervis Frühling

20.03.2023

ent scheidung

Die eingebrachten Beschwerden wurden als offensichtlich unbegründet abgewiesen. Demnach stellen wir die Beschwerden ohne weiteres Verfahren ein (siehe auch Verfahrensordnung Artikel 9 (1), www.werberat.at/verfahrensordnung.aspx).

Die Prüfung wurde von einem „Kleinen Senat“ (Artikel 9 (2)) durchgeführt und erfolgte auf Basis des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft.

be schwerde

Ich darf mich wieder einmal an Sie wenden, zwar wissend, dass sich leider seit Jahren nichts ändert, aber möchte auch nicht, dass Stillschweigen als Akzeptanz missinterpretiert wird.

Daher meine offizielle Beschwerde wegen geschlechtsorientierter Diskriminierung gegen Männer bei den aktuellen TV-Spots i) Iglo Green Cuisine, ii) Neradin, iii) Spar Veggie, iv) Hervis Frühling

Damit erneuere ich meine bereits seit Jahren geäußerte Kritik und Appell, endlich aufzuhören, Männer in TV-Filmen als „Looser-Typen“ darzustellen, die nur mehr hilfsbedürftig, entscheidungsschwach, zögerlich, fremdbestimmt, objekthaft, weinerlich, tollpatschig,

nichts eine Ahnung hat. „Was weißt Du nicht?“

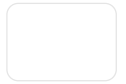
- ii) Neradin. Schon die einleitenden Analogien von Erektionsproblemen sind semantisch hanebüchen, am Ende liegt ein Mann als Referenz-Sex-Objekt im Bett, eine Frau im Negligé belehrt uns „Jetzt macht es endlich wieder Spaß mit ihm“
- iii) Spar Veggie. Girlband im Studio bei Tonaufnahmen. Wer stört mit dem Essenssnack? Der unbeholfene – erwartbar - männliche Ferialpraktikant. Typisch, dass der junge Mann bei der Benefit-celebration am Ende gar nicht mehr ins Bild kommt. Essen darf er liefern aber dann möglichst verschwinden.
- iv) Hervis Frühling. Ein vom Gesicht- und Kopfhhaar pseudo verwildeter Mann fährt mit Rosenbewuchs bekleidet einen See entlang und verkündet den Wadeln-Frühling

Bei all den obigen 4 Beispielen (es gäbe leider viel mehr) genügt ein schneller Gegencheck:

Stellen Sie sich all diese TV Spots in umgekehrt dargestellten Geschlechterrollen vor:

- i) Iglo Green Cuisine. Mutter, die keine Ahnung hat und nichts weiß
- ii) Vagisan Scheidentrockenheit mit Frau Ann-Marlene Henning, am Ende des TV Spots eine Frau im Bett und ein Mann in die Kamera feststellend: „Jetzt macht es endlich wieder Spaß mit ihr“
- iii) Spar Veggie mit einer unbeholfenen und einfältig lieben weiblichen Praktikantin, die zum Servieren (nicht des Kaffees aber) der Snackbrote, Männer im Tonstudio bei der Arbeit stört und nach der Aburteilung (siehe Gesichtsausdruck der im Spar Veggie Film vorkommenden Frauen) in der Versenkung verschwindet.
- iv) Hervis Frühling – brauch ich nicht weiter ausführen.

Der kurz skizzierte Rollentausch bei den angeführten TV-Filmchen würde innert von Minuten einen (sozial) medialen Aufschrei wegen inakzeptabler Darstellung von Frauen/Mädchen nach sich ziehen, samt



Mit dieser Männer sexistisch diskriminierenden Darstellung ist einer neutralen Opportunitätschance der gesellschaftlichen Gestaltung nicht nur nicht gedient, sondern werden und wurden problematische Ausgangsbedingungen für die Zukunft geschaffen, besonders hinsichtlich männlicher Identitätsfiguren.

Falls die Entscheidungsträger (m/w) der Österreichischen Werbewelt eventuell meinten, dieser seit Jahren feststellbare Pendelschlag gegen die neutrale oder einfach männliche Darstellung sei gerechtfertigt aufgrund der Praxis der Jahre zuvor, so rufe ich einen Ausspruch von Ghandi in Erinnerung: „Aug um Aug läßt die Welt erblinden“.

Stärke hieße, dass die Vorzüge beider Hauptgeschlechter positiv dargestellt werden oder wie es im Talmud zum Nachlesen wäre: „Zwei können drei Mal so viel tragen wie einer“ oder eine.

Es ist höchst an der Zeit, wieder Männer zu zeigen, die entscheidungsstark, selbstbestimmt, vorausschauend handelnd und (gesellschaftlich) aktiv gestaltend zu u.a. beworbenen Produkten greifen, um ihre Konsumentenbedürfnisse zu befriedigen. Und ja, es gibt auch noch heterosexuelle Männer / Frauen, die in der Werbung (die gesamte Gesellschaft abbildend) vorkommen dürfen.

DSGVO IMPRESSUM



Beschwerde-E-Mail: beschwerde@werberat.at

www.werberat.at