

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

FritzBrillen

25.07.2023

ent scheidung

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Kampagne von Fr!tz Brillen **die Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung sensibler vorzugehen** aus.

Begründung:

Ein Teil der Werberäte und Werberätinnen sieht im Hinblick auf die beanstandete Kampagne von Fr!tz Brillen den Ethik-Kodex der Werbewirtschaft im Artikel 2.1 „Geschlechterdiskriminierende Werbung“ **nicht ausreichend sensibel** umgesetzt.

Die Kampagne von Fr!tz Brillen wird in unterschiedlichsten Medien ausgespielt, wie im TV, über Social Media, auf Plakaten oder am Point of Sale als Aufsteller und Kundenstopper. Die Kampagnengestaltung bedient sich unterschiedlichster Personen, die Brillen und weiter nichts tragen, wie es auch im Werbeslogan von Fr!tz Brillen heißt. In Schwarzweiß-Optik werden die Geschlechtsmerkmale der Frauen und Männer mit einem schwarzen Balken bedeckt. In den Balken wird der Slogan oder das Unternehmen „Fr!tz“ erwähnt.

Die Werberäte und Werberätinnen merken an, dass die Männer und Frauen in der Kampagne in gleicher Weise dargestellt werden. Jedoch wird von einigen Werberäten und Werberätinnen angemerkt, dass diese Darstellung im Zusammenhang mit dem beworbenen Produkt fragwürdig ist. So dient Nacktheit, laut diesen, als Blickfang, die den Fokus weg von den Brillen und hin zu den Körpern der Personen lenkt. Dadurch wird eine Übersexualisierung ohne direkten Zusammenhang mit dem Produkt erzeugt.

Im Detail wird der Ethik-Kodex den Werberäten und Werberätinnen nach in den nachfolgenden Kriterien nicht ausreichend sensibel umgesetzt:

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung)

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

2.1.5. die Person auf ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird;

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

be
schwerde

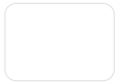
Sehr geehrte Damen und Herren, es ist 17:04 Uhr und meinem Sohn und mir wird eine Werbung mit über 10 nackten Personen präsentiert! Es handelt sich eigentlich um eine Brillenwerbung! Das ist eine Perversion und hat in der Öffentlichkeit nichts verloren! Das gehört verboten!

be
schwerde

Sehr geehrte Damen und Herren, Bitte den Fall mit der TV-Werbung für Wutscher Fritz genauer angehen: nackte Frauen haben in der Brillenwerbng nichts zu suchen. Mit freundlichen Grüßen

be
schwerde

Das Plakat soll Brillen bewerben. Als Blickfang dient eine nackte Frau, deren Brüste lediglich vom Schriftzug des Unternehmens verdeckt wird. Der Fokus liegt also auf dem Busen der Frau, nicht auf deren Gesicht, wo das eigentlich beworbene Produkt zu finden ist: die Brille. Es erschließt



DSGVO IMPRESSUM



**Verein Gesellschaft zur Selbstkontrolle
der Werbewirtschaft**

Wiedner Hauptstraße 57 / III, 1040 Wien

ZVR Zahl: 693792629

Bürozeiten:

Montag bis Donnerstag von 9:00 bis 18:00 Uhr

Freitag von 9:00 bis 14:00 Uhr

Tel: +43 (0) 664 543 0136

E-Mail: office@werberat.at

Beschwerde-E-Mail: beschwerde@werberat.at

www.werberat.at