

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Werbung Sonnenstudio Sun Club

09.05.2023

ent scheidung

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Sun Clubs Ledo (Außenwerbung) **keinen Grund zum Einschreiten**.

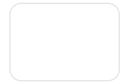
Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich bei der beanstandeten Außenwerbung des Sun Clubs Ledo für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

Die Plakate auf der Außenseite des Sonnenstudios zeigen drei Frauen unterschiedlicher Hautfarbe im Bikini vor sandfarbenem Hintergrund, die sich lächelnd in den Armen halten. Darüber ziert der Text „Braune haben bessere Laune“ sowie die Abbildung einer Sonne. Links und rechts davon werden die Öffnungszeiten kommuniziert, sowie das Logo des Sonnenstudios mit dem Hinweis „Bräunen so lange du willst. €12.99“.

Ein Zusammenhang der Darstellung und der beworbenen Dienstleistung ist laut dem Werberatsgremium erkennbar. So lässt sich durch die abgebildete Sonne, dem Logo und dem beworbenen Angebot ein klarer Bezug zu einem Sonnenstudio herstellen. Der Begriff „Braune“ steht deshalb mit der Bräunungsleistung des Studios in Verbindung.

Eine Verbindung zu jener politischen Ideologie während der NS-Diktatur (wie in der Beschwerde angemerkt) ist jedoch durch die Gesamtaufmachung der Werbemaßnahme nicht gegeben. Die



Werberäten und Werberätinnen nicht erkannt werden, weshalb sich der Österreichische Werberat für **keinen Grund zum Einschreiten** ausspricht.

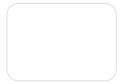
Hinweis: Es gilt anzumerken, dass eine nicht unerhebliche Anzahl von Werberäten und Werberätinnen eine Sensibilisierung und in weiterer Folge eine Abänderung hinsichtlich des zweideutig auffassbaren Begriffs „Braune“ empfehlen. So könnte statt „Braune“ auch die Bezeichnung „Gebräunte“ verwendet werden, insofern sich diese Bezeichnung nochmals von einer unerwünschten Konnotation distanzieren lässt.

be schwerde

Diskriminierung bzw. "Wortspiel" auch in negativem Kontext; Braune Menschen? Braun gleich Nazis? Diskriminierung "Brauner" bzw. "Weißer".

be schwerde

Der Slogan "Braune haben bessere Laune" impliziert, dass sich Weiße die Hautfarbe von People of Color aneignen sollen. Das zieht Diskriminierungserfahrungen von People of Color ins Lächerliche: Es stellt die Hautfarbe als Accessoire dar, das sich weiße Personen tragen können, ohne selbst Rassismuserfahrungen machen zu müssen, und ignoriert dabei tatsächlich existierenden Rassismus. Ich finde es respektlos, die Eigenschaft, für die People of Color oftmals diskriminiert werden, als Essenz für "bessere Laune" zu verkaufen. Der Spruch kann dadurch auch rassistische Stereotype befeuern (absichtlich oder unabsichtlich), was durch die Doppeldeutigkeit (ob mit "Braune" People of Color oder gebräunte Weiße gemeint sind) humorvoll versteckt wird. Daher finde ich, dass die Werbung rassistische Untertöne hat und dort nicht stehen sollte. Ich hoffe auf Verständnis seitens Sun Club Ledo.
Gesehen am 23.5.2023



gestern ein Werbebild, das mir sehr ungut vorkommt.

Die Bezeichnung "Braune", wie sie für Nazis verwendet wurde, hat in einer Werbung meiner Meinung nach nichts verloren.

Kann man da etwas tun, dass diese schnell wieder entfernt wird? Ich sende Ihnen ein Bild davon im Anhang.

Die genaue Anschrift ist: Sun Club Ledo GmbH, Floridsdorfer Straße 10-12, 1210 Wien.

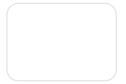
Bitte um Info, was weitere Schritte sein könnten.

Vielen Dank für Ihre Mühe!

Freundliche Grüße,

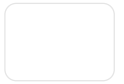
**be
schwerde**

Sehr geehrter Werberat, sehr geehrte Damen und Herren, in der Lassallestraße, 1020 Wien, befindet sich ein Sonnenstudio der Firma Sun Club. In mehreren Fenstern wird auf großformatigen Werbetafeln mit dem Slogan „Braune haben bessere Laune“ geworben. Auf dem Werbefoto sind – wie auch dem beigefügten Foto zu entnehmen – 3 Frauen unterschiedlicher Hautfarbe abgebildet (siehe beigefügtes Foto). Im April 2023 wurde an anderer Stelle diese Werbung bereits an den Werberat gemeldet (<https://www.werberat.at/beschwerdedetail.aspx?id=7727>), allerdings „nur“ unter dem Bezug des Begriffs „Brauen“ auf einen Bezug zum Nationalsozialismus. In einer Antwort des Werberates wird der Beschluss angegeben, dass in dieser Hinsicht nichts zu beanstanden wäre. Weitere Beschwerden in Bezug auf die potentiell diskriminierende Aussage wurde ignoriert. Zitat: „Entscheidung: Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Sun Clubs Ledo (Außenwerbung) keinen Grund zum Einschreiten.“ Die Argumentation der ursprünglichen Beschwerde greift dabei insofern zu kurz als die Werbung eine eindeutig rassistische Komponente hat, die noch eindeutiger und schwerwiegender ist, als in der Beschwerde vom Herbst 2023 angeführt. In der Stellungnahme des



dass sich diese Werbung sowohl zeitlich seit Langem (zumindest seit April 2023) und geografisch an unterschiedlichen Orten von Wien befindet (zumindest in 2 Bezirken). Selbst wenn der offensichtlich rassistische Zusammenhang keine Beachtung findet, dann muss alleine schon aufgrund der in der ursprünglichen Beschwerde angeführte Bezug vehement verfolgt werden. Eine solche Werbekampagne fahren zu können und ohne Konsequenz zumindest durch den Werberat weiter darstellen zu können, ist ein schreckliches Versäumnis und Zeichen von zumindest Ignoranz, wenn nicht sogar Duldung seitens einer Institution, die die „Selbstverantwortung der Werbung“ fördern möchte und „verantwortungsbewusstes Handeln“ unterstützt. Als dritter Aspekt muss schließlich noch auf die grundsätzlich zweifelhafte Verbindung von positiver „Laune“ bzw. Emotion und einer „Bräunungsanlage“ hingewiesen werden. Alleine dies sollte eigentlich schon für eine Abmahnung ausreichen, da nicht alle Personen, die dieser Werbung ausgesetzt sind, die entsprechenden gesundheitlichen Implikationen verstehen (können müssen). Zu guter Letzt ist die finale Anmerkung einer Begrifflichkeitsänderung von „Brauner“ zu „Gebräunter“ seitens des Werberates zumindest von tiefsten Zynismus geprägt und daher auch als deplatziert zu werten. Zitat: „Hinweis: Es gilt anzumerken, dass eine nicht unerhebliche Anzahl von Werberäten und Werberätinnen eine Sensibilisierung und in weiterer Folge eine Abänderung hinsichtlich des zweideutig auffassbaren Begriffs „Braune“ empfehlen. So könnte statt „Braune“ auch die Bezeichnung „Gebräunte“ verwendet werden, insofern sich diese Bezeichnung nochmals von einer unerwünschten Konnotation distanzieren lässt.“ Ich bitte um dringende Reaktion seitens des Werberates.

DSGVO IMPRESSUM



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