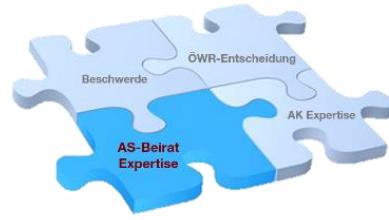


STELLUNGNAHME DES ANTISEXISMUS-BEIRATES



Beschwerde Neo.bet / Wett ihn rein

Die Beschwerde bezieht sich auf die Werbung von neo.bet als neuem Sportwettenanbieter. Der Film zeigt dreimal eine Frau in unterschiedlichen Situationen, die auf verschiedene Arten mit Fußball zu tun hat, einmal beim Einlaufen auf den Platz, einmal in einer glamourösen Umgebung und einmal mit wechselndem Trikot als Bekenntnis zu allen Mannschaften.

Es geht um Sportwetten auf alle Fußball-Spiele, aber nicht um Frauenfußball im Besonderen. Dass die Frau(en) hier „verwendet“ werden, hat wohl mehr damit zu tun, dass Frauenfußball Quotenbringer ist und mit dem Spot die Zielgruppe sowohl von Sendung als auch von Wetten erweitert wird.

„Hau ihn rein“ - in diversen Dialekten und Sprachen im Stadion geschrien, ist aus Männermund unzweideutig und gelernt. In der Zielgruppen-Ansprache der neuen Fußball-Hoffnung „Frauen“ wird es zweideutig - aber auch kreativ in der Form des Slogans „Wett ihn rein“, wenn man in unschuldiger Weise an diesen Spot herangeht. Auf dem „Männer“-Platz ist man sich einig, dass der Spieler den Ball ins Tor bringen soll. Schreit eine Frau inmitten von Männern „Hau ihn rein“, wird eher die Frau angeschaut, was sie meint. Da man bei Entwicklung einer Werbung alles berücksichtigt und auch Missverständnisse vorab klärt, wird hier diese Spannung bewusst in Kauf genommen. Die Welt des Fußballs hat sich jedoch auch geändert und Frauen sind nicht mehr nur das Beiwerk. Der Spot hat nichts Schläfriges an sich und ist sehr in der Tonalität des Frauenfußballs gemacht. Frauenfußball ist modern, gilt als taktisch klug und hat noch die ursprüngliche Spielart, die auch beim Zusehen Spaß macht. Das wird in diesem Spot auch mittransportiert. Fußball darf viel auf dem Platz und hat eine eigene Sprache, das muss man berücksichtigen. Deshalb liegt nach Prüfung der folgenden Verhaltensregeln kein Einschreiten vor.

Ethik-Kodexpunkte:

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN
- 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

Neo.bet Geschlechterdiskriminierung - TV

Entscheidung:

Sofortige Sujetrücknahme

Das betroffene Unternehmen hat nach unserer Kontaktaufnahme sofort reagiert und zugesichert, dass die beanstandeten Werbemaßnahmen in der Form nicht mehr verwendet werden. Unser Beschwerdeverfahren sieht bei einer Rücknahme bzw. bei einer Beendigung einer Werbemaßnahme durch das Unternehmen keine weitere Behandlung der Beschwerde vor. Das Verfahren ist hiermit abgeschlossen. Wir danken dem Unternehmen für die rasche Umsetzung und Kooperation.