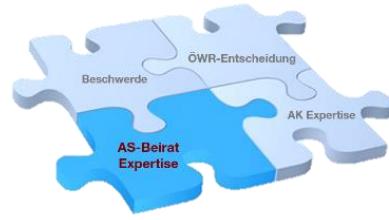


STELLUNGNAHME DES ANTISEXISMUS-BEIRATES



Beschwerde ASKO Versicherung – Banner / SadoMaso

Ein Banner in einer Sporthalle sowie ein Sujet auf einem LKW bewirbt einen Cargo-Versicherer mit dem Foto einer blonden langhaarigen Frau, die ein Bustier (soweit das am Bild erahnbar ist) sowie einen breiten Choker um den Hals trägt. Der Joker wirkt wie ein breites Hundehalsband, das man trägt, wenn man an die Leine genommen wird, um erniedrigt zu werden.

Diese Sichtweise wird dadurch gestützt, als die Frau nach schräg oben blickt – zu ihrem Gebieter? – und dabei den nackten Oberarm so hält, dass die Hand auf dem Kopf landet. Eine offen devote Geste im Sinne von „ich werde schwach..“.

Aus der Kombination dieses Bildes, mit dem sehr trockenen Text der Versicherung geht nicht hervor, was der Kontext ist. Daher muss dieses Bild ohne Kontext auskommen, ganz besonders ohne Versicherungs- oder Cargo-Kontext und auch danach beurteilt werden.

Der Imagefilm des Unternehmens transportiert hohe Qualifikationen und große Ansprüche an sich selbst sowie ein familiäres Umfeld für die MitarbeiterInnen. Der Frauenanteil ist sehr hoch, wenn man die Fotos des Unternehmens beurteilt.

Die Abbildung der Frau steht in krassem Widerspruch zum sonstigen Unternehmens-Auftritt und bedient als Blickfang ein Klischee, das in keinem Fall zur Positionierung oder zum Unternehmen selbst passt.

Ein sofortiger Austausch und Stopp ist aufgrund der folgenden Verhaltensregeln erforderlich.

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

Geschlechter 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;

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

Entscheidung des ÖWR

ASKO Versicherungen - Banner

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.