

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Hemmelmayr Beschriftungen

31.07.2023

ent scheidung

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens Hemmelmayr Werbetechnik & Beschriften **die Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Die eindeutige Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung.

Das Werbebild zeigt eine tätowierte Frau mit langen schwarz-roten Haaren und rotem Schmuck. Die Brüste werden von ihren Haaren bedeckt, der Intimbereich von weißem Tüll-Stoff. Der relativ ausdruckslose Gesichtsausdruck steht im Gegensatz zur Sitzweise: durch ihre sehr weit gespreizten aufgestellten Beine und den lässig auf die Knie gelegten Unterarmen wirkt der Körper für den Betrachter sehr offen und trotz der harmlosen Mimik offensichtlich auffordernd. Es wird nicht geklärt, warum und wofür diese Frau die Illustration darstellt. Abgebildet wird das Werbebild auf einem Klein-LKW des Unternehmens.

Die abgebildete Frau in dieser sexualisierten Darstellungsweise steht in keinem direkten inhaltlichen Zusammenhang mit der Dienstleistung des werbenden Unternehmens und wird seitens der Werberätinnen und Werberäte als reine Blickfangwerbung eingestuft. Ebenfalls kritisch gesehen wird die Tatsache, dass die Person aufgrund der Darstellungsweise auf ihre sexualisierte Ausstrahlung reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird. Darüber hinaus weisen die Werberäte und Werberätinnen darauf hin, dass

21. Jahrhundert als nicht mehr zeitgemäß eingestuft.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich in dieser Hinsicht für **einen sofortigen Stopp der Kampagne bzw, zum sofortigen Sujetwechsel** aus.

Ein Verstoß des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft konnte in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt werden:

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

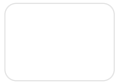
2.1.6. sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext.

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

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.

be schwerde

Wieder einmal (leider passiert das viel zu oft) sehe ich eine sexistische Werbung auf einem Fahrzeug, bei dem das Werbesujet (komplett nackte Frau, sitzend, mit gespreizten Beinen) in keinerlei Beziehung zum beworbenen Produkt/Dienstleistung (Autobeklebung, LKW-Banner, etc.). Als Frau fühle ich mich durch diese Werbung belästigt. Die absolute Höhe ist die laszive Pose, die (leider wieder einmal zu oft) impliziert, dass Frauen Objekte sind, die nur auf ihr Geschlecht reduziert werden und bei Männern sexuelles Begehren auslösen sollen. In diesem Fall wird auch einmal mehr das Bild bekräftigt, dass "sexy" Frauen so etwas wie "Freiwild" sind. Was soll das? Insbesondere eine Firma, die selbst Werbemittel wie Autobeklebung und LKW-Banner herstellt, sollte sich dessen bewusst sein, was ihre Werbung vermittelt und sensibel agieren.



**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