

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Die Weisse - Werbekampagne

30.10.2023

ent scheidung

Das betroffene Unternehmen hat nach unserer Kontaktaufnahme sofort reagiert und zugesichert, dass die beanstandete Werbemaßnahme in Zukunft nicht mehr verwendet wird. Zudem wurde bestätigt, dass das Motiv mittlerweile durch ein neues ersetzt wurde.

Wir danken dem Unternehmen für die Kooperation.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemittel der Absmann Gastronomie GmbH & Co KG, konkret der Restaurantkette „Die Weisse“, eine **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 beanstandete Sujet zeigt eine Frau in einem Dirndl, die auf einer mit der Unternehmensmarke versehenen Bierflasche sitzt. Die Sitzposition der Frau erinnert an den Reitsport und erweckt den Anschein, die Frau würde auf der Flasche reiten. Das Kleid ist bis knapp unter die Hüfte hochgerutscht, sodass die nackten Beine zu sehen sind. Das Sujet ist mit dem Slogan „... macht Spaß im Mund!“ versehen.

werbung handelt. Das Sujet ist in vielerlei Hinsicht stark sexualisiert und aufgeladen: Die Flasche erweckt demnach den Anschein als Symbol für einen erigierten Penis zu stehen. Auch die Frau selbst ist aufgrund des hochgerutschten Kleides sowie der gespreizten Beine als Sexualobjekt porträtiert. In Kombination mit dem zweideutigen Slogan wird sie im Gesamterscheinungsbild stark sexualisiert und gilt als Blickfang. Dies wurde auch damit begründet, dass kein Zusammenhang zwischen dem Produkt und der sexualisierten Darstellung erkennbar sei.

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:

1.2. Ethik und Moral

1.2.5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch entwürdigende oder diskriminierende Darstellungen.

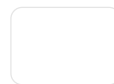
2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung)

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,

2.1.3. wenn die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird.

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



dazu der Satz „...macht Spaß im Mund“. Frauen werden durch die
Bildsprache und den zugehörigen Slogan diskriminiert und als Sexobjekt
gedeutet und gelesen.

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