

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Horst Frauenherzenküchentraum - LKW

22.05.2024

ent scheidung

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens „Obwegeser“ die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung sensibler vorzugehen** aus.

Begründung:

Die Werberätinnen und Werberäte sehen im Hinblick auf die beanstandete Werbemaßnahme den Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem den Artikel 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung, als **nicht ausreichend sensibel** umgesetzt. Auch der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, spricht sich für eine **Sensibilisierung** aus.

Das beanstandete Sujet ist auf einem LKW der Firma „Horst – die Küche“ zu finden. Zu sehen sind zwei lachende Kinder in einer Küche, die gerade backen. Beanstandet wurde der Slogan „Der Frauen Herzen Küchen Traum“. Außer dem Slogan ist ebenso das Logo zu sehen.

Die Werberäte und Werberätinnen geben an, dass der Slogan stereotype Elemente fördert und nicht mehr zeitgemäß ist. Die Aussage „Der Frauen Herzen Küchen Traum“ impliziert, dass die Küche nur vom weiblichen Geschlecht genutzt wird, was wiederum veraltete Rollenbilder vermittelt.

Um keinen geschlechterdiskriminierenden Eindruck hervorzurufen, spricht der Österreichische Werberat die Empfehlung aus, bei

1.2. Ethik & 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.

2.1. Geschlechterdiskriminierende 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.

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

be schwerde

Guten Tag! In Vorarlberg, Hohenems 6845, befindet sich ein Elektro Geschäft, welches ihre Transporter, sowie das ganze Geschäft gebrandet hat mit den Worten: "Der Frauen Herzen Küchen Traum" Ich denke dies verstößt gegen stereotypen Geschlechterrollen, dass Frauen in der Küche sind. Das Werben mit solchen Stereotypen beeinflusst die potentiellen Konsumentinnen und Konsumenten und legt dar, dass Frauen in der Küche arbeiten, Männer aber nicht.



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