

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Headdress Klagenfurt - Plakat

26.01.2024

Entscheidung

Das betroffene Unternehmen hat nach unserer Kontaktaufnahme sofort reagiert und das Werbemittel entfernt.

Wir danken dem Unternehmen für die Kooperation.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahmen des Unternehmens Headdress **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 Werbesujets eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung. Auch der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, spricht sich für einen sofortigen Stopp der Kampagne aus.

Die beanstandete Beklebung, welche an der Außenfassade eines Perückengeschäfts hängt, zeigt eine kahlköpfige und nackte Frau, die auf allen vieren und mit einer Perücke im Mund auf einem schwarzen Hintergrund abgebildet ist. Entlang ihres Körpers verläuft der Schriftzug „No Hair Don't Care“. Rechts neben der Frau befindet sich ein weiterer Schriftzug „Bald and Proud“. Links oben ist das Logo „Headdress Klagenfurt“ zu sehen, darunter die Website-URL und rechts daneben der Schriftzug „Kopfsache“.

Nichtsdestotrotz ist in diesem Zusammenhang die persönliche Betroffenheit der Geschäftsführerin des Unternehmens nicht außer Acht zu lassen, die selbst abgebildet ist und in einer Stellungnahme darauf hinweist, dass sie mit dieser Abbildung Mut für Betroffene, die u.a. an Alopezie erkrankt sind, machen möchte. Viele Werberäte und Werberätinnen unterstreichen die Wichtigkeit der Message des Sujets, sich auch ohne Haare wohl und schön zu fühlen. Diese Botschaft ist jedoch laut Werberatsgremium beim Wahrnehmen des derzeitigen Plakates nicht erkennbar. Positiv angemerkt wurden jedenfalls das Engagement und die Aufklärungsarbeit der Geschäftsführerin.

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

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

2.1.2. Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden;

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

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

Mit freundlichen Grüßen

Die beschwerdeführende Person wurde gebeten ihr Anliegen konkreter auszuformulieren:

Guten Abend,

Ich denke, wenn man sich die Bilder ansieht ist ganz klar, dass sie die Punkte 2.1.5 sowie 2.1.6 betreffen.

Es handelt sich schließlich um ein Perückeninstitut, und nicht um ein Bordell, wie man auf den ersten Blick meinen könnte.

Dieses überlebensgroße Foto zielt die Auslage eines Perückenfachgeschäftes! In welchem Zusammenhang steht diese Werbung?

Da die Kundinnen oft Frauen sind, die durch Krankheiten und Chemotherapie ihre Haare verloren haben, finde ich das Sujet besonders widerwärtig, kann aber auch die Werbewirkung nicht erkennen.

Mit freundlichen Grüßen

DSGVO IMPRESSUM
