Zurück zur Übersicht

Drucken

Cafe Josefsplatz - Plakat/Citylight

28.08.2024

---

entscheidung

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahmen des Unternehmens Cafe Josefsplatz **die Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Die 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. 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.

Das beanstandete Plakat zeigt links eine Dame im Bademantel, wie sie dabei ist zu Gähnen. Oberhalb der Dame ist das Logo des Cafes zu sehen. Rechts daneben befindet sich auf weißem Hintergrund der Text „Sie zu ihm nach der Hochzeitsnacht: Schatz, koch schon mal Kaffee oder kannst du das auch nicht?“.

Die Werberäte und Werberätinnen geben an, dass das beanstandete Sujet beleidigende Stereotype befeuert und das männliche Geschlecht mit eindeutiger Zweideutigkeit, in Bezug auf die Hochzeitsnacht, herabwürdigt. Dass es sich um einen humorvollen Witz handeln soll, ist dem Gremium ersichtlich, dieser sollte jedoch nicht auf Kosten von

österreichischer werberat

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

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

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

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.

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

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

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

---

beschwerde

In der Innenstadt von Schruns (Straße: Im Gässle, in der Kehre) befinden sich Werbeplakate mit Geschlechterdiskriminierenden Inhalten.

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