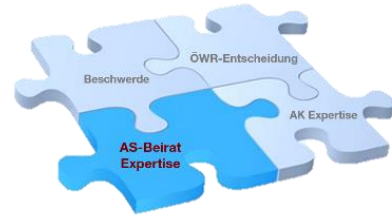


# STELLUNGNAHME DES ANTISEXISMUS-BEIRATES



## **Beschwerde oeticket / Muttertag Föten**

Die Beschwerde bezieht sich auf eine Muttertags-Aktion von Oeticket, um auf eine Reihe von Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, Muttertag im Symbol darzustellen. Schwierig in einer Zeit, in der die weibliche Kreativität im Sinne einer natürlichen Schöpfung so unter Diskussion steht. Die Mutterschaft wird mittlerweile auch als Recht für jeden gesehen – bis hin zur Leihmutterschaft für Männer. Wodurch die ursprüngliche Form der sorgenden und liebenden Mutter, die immer für die Kinder da ist und der Muttertag der einzige Tag im Jahr ist, an dem sich eine ganze Bevölkerung an seiner Mutter für diese Selbstlosigkeit bedanken kann. Diese „Vielfalt“ ist nicht darstellbar und auch kann die Bezeichnung „Muttertag“ damit nicht so einfach aufgeladen werden. Es geht hier schließlich nur um Veranstaltungen, die man gemeinsam besuchen kann.

Deshalb ist man offensichtlich an den Ursprung zurück gegangen – der „Ort“ der Geborgenheit für einen Fötus – das wird bis auf weiteres ein Frauen- / Mutter-Bauch bleiben. Diese sehr komplexe Denkweise, die eine Stellungnahme vermeidet, nur um Tickets für Veranstaltungen zu verkaufen, ist wohl verstörend und keine Werbung. Ein Fötus ist kein Symbol. Die eigenartigste Form, den Muttertag zu beschreiben, ist sicher, diese Föten im Raum schweben zu lassen.

Eine verunglückte Form der Vermeidung der Darstellung von Mutterliebe, die mit einer Ticket-Verkaufs-Aktion bedankt werden soll, um für diesen Tag etwas zu organisieren. Es ist schwierig, für die geschichtliche Bedeutung des Muttertags und der Sensibilisierung dafür die richtige Verhaltensregel zu finden. Es geht wohl um Tradition und Achtung für echte Liebe im Alltag, die eine ganze Gesellschaft trägt und nicht für reine Preis-Angebote für „Black Fridays“ oder „Black Weeks“, die ausschließlich der Verkaufsförderung dienen. Für diese Emotion der echten Mutterliebe soll mit Sensibilisierung in einer anderen Form geworben werden.

## **Ethik-Kodexpunkte:**

### 1.2. ETHIK UND MORAL

#### 1.2.1. Werbung trägt soziale Verantwortung

1.2.2. *Werbung hat die menschliche Würde und Unversehrtheit der Person zu achten und darf diese nicht verletzen.*

## Entscheidung des ÖWR

oeticket Muttertag - Online

### Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle des Unternehmens „oeticket“ **keinen Grund zum Einschreiten**.

### Begründung:

Die Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet des Unternehmens oeticket keine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft.

Der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, hat das Sujet etwas kritischer betrachtet und spricht sich für eine Sensibilisierung aus. Die Entscheidung der Jungen Werberäte und Werberätinnen kann als Trendbarometer über die Sichtweise einer jungen Zielgruppe gesehen werden, hat jedoch keine Auswirkung auf die Entscheidung des etablierten Werberat-Gremiums.

Das Sujet zeigt eine Muttertagskampagne von oeticket in gelb-blauer Farbgestaltung. Zentral platziert sind großformatige Schriftzüge wie „Muttertags-Inspo von A-Z“ beziehungsweise „Statt 1x Staubsaugen-Gutschein: Schenk Mama ein Erlebnis“. Ergänzend werden stilisierte grafische Darstellungen von Föten beziehungsweise ungeborenen Kindern verwendet. Beworben werden Event- und Erlebnisangebote mit Rabattaktionen zum Muttertag.

Die gewählte Bildsprache und Symbolik wurden innerhalb des Gremiums unterschiedlich bewertet. Die Mehrheit des Gremiums vertrat die Auffassung, dass die Werbemaßnahme keine herabwürdigende oder entwürdigende Darstellung erkennen lasse und im Gesamtkontext keine Verletzung des Ethik-Kodex vorliegt. Die Darstellung wurde vielmehr als aufmerksamkeitsstarke und humoristisch überspitzte Umsetzung einer Muttertagskampagne verstanden. Zudem wurde hervorgehoben, dass weder diskriminierende Aussagen noch eine bewusste Herabwürdigung sensibler gesellschaftlicher Themen im Vordergrund der Werbemaßnahme stehen.

Ein kleiner Teil der Werberät:innen äußerte Kritik an der Darstellung im Zusammenhang mit Schwangerschaft und ungeborenem Leben und empfand diese als emotional sensibel. Im Sinne des Ethik-Kodex wurde dabei insbesondere angemerkt, dass Werbung bei gesellschaftlich sensiblen Themen eine besondere soziale Verantwortung trägt und die gewählte Bildsprache bei Personen mit traumatischen Erfahrungen im Zusammenhang mit Schwangerschaft, Fehlgeburten oder unerfülltem Kinderwunsch belastende Assoziationen hervorrufen könnte. Vereinzelt wurde zudem darauf hingewiesen, dass die Kombination aus Muttertag, Föten-Darstellungen und humoristischer Inszenierung als unpassend beziehungsweise missverständlich wahrgenommen werden kann.

In der Gesamtbetrachtung kommt das Gremium daher zu dem Schluss, dass die beanstandete Werbung zwar polarisierend wirken kann und emotional sensible Themen berührt, im konkreten Gesamtkontext jedoch kein Verstoß gegen die Bestimmungen des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft vorliegt.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich in dieser Hinsicht für **keinen Grund zum Einschreiten aus**.