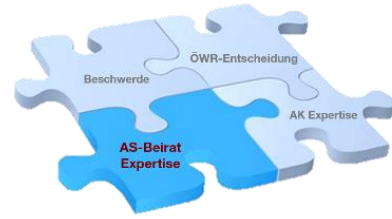


STELLUNGNAHME DES ANTISEXISMUS-BEIRATES



Beschwerde Wellcum Spa – LKW-Beklebung

Worte, wenn man sie dechiffrieren kann, sind sehr gewaltig und benötigen keine langwierige Erklärung. Eine LKW-Plane wirbt mit dem Gesicht einer Frau und dem Slogan „WELLCUM – Spa for Men – Come with us!“ laut Website für ein Premium-Swinger-Lokal mit der Beschreibung „Wellcum: Willkommen im Reich des Vergnügens. An einem einzigen eleganten und raffinierten Ort mit einer Fläche von 7.000 m2 bieten wir Ihnen ein exklusives FKK, um Ihre Sexualität in Freiheit zu erleben, privat oder während einer unserer Partys, vielleicht in Begleitung Ihrer Freunde im VIP-Raum.“ Darüber hinaus scheint es sich auch um ein Bordell-Angebot zu handeln: „Vom Club getrennt und über einen diskreten Eingang erreichbar, ist dieser Bereich ideal für ungestörte, intime Erlebnisse mit den Girls des Wellcum – auch für weibliche Gäste über den externen Zugang.“ Das Wort WELLCUM sagt dies alles aus. Es handelt sich also bei dieser Beschwerde um die Werbung für ein Bordell und möglicherweise auch Laufhaus.

Ethik-Kodexpunkte:

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

2.1.9. Werbung für sexuelle Dienstleistungen darf, soweit sie rechtlich zulässig ist, die Würde von Menschen, insbesondere von SexdienstleisterInnen, KonsumentInnen oder PassantInnen, nicht verletzen. Körper und insbesondere Sexualität dürfen in der Bild-Text-Sprache nicht unangemessen dargestellt werden. Dabei ist auch besonders auf die Platzierung, den Zeitpunkt und das jeweilige Umfeld des Werbesujets zu achten,

Im Zusammenhang mit dieser Verhaltensregel findet hier eine gleichzeitig offensive und diskrete Werbung für ein Bordell statt. Die Codierung erfolgt über das Wort WELLCUM und die Einladung „Come with us“ ist nur an ein männliches Publikum gerichtet. Dieses Sujet ist nicht unangemessen und obwohl es im öffentlichen Raum

für alle Altersgruppen sichtbar ist, muss jemand unter 18 Jahren bereits Porno-Erfahrung haben, um die Bedeutung voll zu begreifen. Es liegt kein Einschreiten vor.

ENTSCHEIDUNG DES ÖWR**Wellcum Spa (2) – LKW****Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat spricht sich im Falle der beanstandeten Werbemaßnahmen des Unternehmens Wellcum Spa **für keinen Grund zum Einschreiten aus.**

Begründung:

Die Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet keine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft. Auch der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche spricht sich für keinen Grund zum Einschreiten 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.

Auf der Heckfläche eines LKWs ist ein dunkles Sujet in violett-bläulichen Farbtönen angebracht. Im Hintergrund ist schemenhaft das Gesicht einer Frau zu sehen. Zentral steht der Schriftzug „WELLCUM – SPA FOR MEN – AUSTRIA“, darunter der Slogan „Come with us!“.

Positiv hervorgehoben wurde insbesondere, dass das aktuelle Sujet im Vergleich zu einer früheren Werbemaßnahme deutlich zurückhaltender gestaltet ist. Das Unternehmen wurde im Jahr 2019 im Zuge einer Stopp-Entscheidung aufgefordert, das Sujet zu ändern. Das Sujet zeigte damals die Gesäße von drei Frauen. Die Werbemaßnahme wurde daraufhin auf das aktuelle abgeändert. Diese Anpassung wird als Reaktion auf die damalige Entscheidung wahrgenommen.

Mehrere Werberätinnen und Werberäte halten fest, dass im gegenständlichen Sujet weder Nacktheit noch explizit obszöne Inhalte dargestellt werden. Die Bild- und Textgestaltung bewegt sich aus Sicht der Mehrheit im Rahmen branchenüblicher Kommunikation für diese Art von Dienstleistung. Auch die zielgruppenspezifische Ansprache wird als grundsätzlich zulässig bewertet.

Kritisch angemerkt wurde vereinzelt, dass sexualisierte Codes verwendet und Frauen als Blickfang eingesetzt werden, was aus ethischer Perspektive hinterfragt werden kann. Diese Aspekte wurden im Gremium diskutiert, führten jedoch mehrheitlich nicht zu der Einschätzung, dass die Grenze einer unzulässigen Darstellung überschritten wird.

Unter Berücksichtigung des Gesamtkontextes sowie der vorgenommenen Anpassungen gegenüber der früheren, beanstandeten Gestaltung sieht die Mehrheit des Gremiums **keinen Grund zum Einschreiten**.