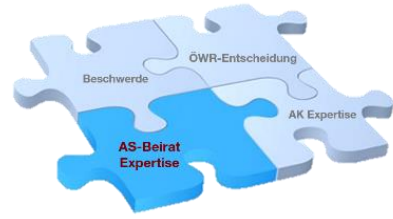


STELLUNGNAHME DES ANTISEXISMUS-BEIRATES



Beschwerde Fitinn Damenbereich – soziale Medien

Die Beschwerde bezieht sich auf die Bewerbung eines Frauen-Bereiches des Fitness Studios Fitinn mit der saloppen Aussage: „Trainiere deinen Po ohne Ärsche. Damenbereich in jedem Fitinn.“ Bebildert ist die Anzeige mit dem ästhetisch in Schwarz/Weiss abgebildeten Kopf- und Fuss-losen muskulösen Körper einer Frau, die gerade Langhanteln stemmt.

Die Anzeige richtet sich nur an Frauen. Die Wortwahl „Ärsche“ als Bezeichnung für Männer, die Frauen beim Training anstarren und belästigen, ist vulgär, ein Wortspiel und sehr aufmerksamkeits-stark.

Die Beschwerde sieht hier Diskriminierung aller Männer – nicht nur der Männer, die belästigen, wiewohl in der Beschwerde die Ausdrucksweise als „Werbesprache“ akzeptiert wird.

Die Online-Recherche über Belästigung von Frauen in Fitness-Studios bestätigt dieses Zielgruppen-Angebot: Laut einer Freeletics Studie erlebten 47 % der befragten Frauen beim Training sexuelle Belästigungen.

Die wichtigsten Daten und Fakten im Überblick:

- Arten der Belästigung: Fast 72 % der befragten Frauen gaben an, bereits unaufgeforderte Kommentare von Männern erhalten zu haben. 47 % der Frauen erlebten anzügliche Rufe, Pfiffe und Hupen.
- Einschränkung des Trainings: Unerwünschte Aufmerksamkeit führt dazu, dass 47 % der Frauen eine Trainingseinheit abbrechen. Zudem brechen 17 % der Frauen das Training vorzeitig ab, um potenzielle Belästigungen präventiv zu vermeiden.
- Wirkung auf Frauen: In der Myprotein Umfrage gaben 76 % der Frauen an, sich beim Sport in der Öffentlichkeit (inklusive Fitnessstudios) unwohl zu fühlen, da sie sich beobachtet oder angestarrt fühlten.

Laut Zahlen von Frauennotrufen geben rund 74 % der Frauen in Österreich an, im Laufe ihres Erwachsenenlebens sexuelle Belästigung (verbal, visuell oder körperlich) im öffentlichen Raum erfahren zu haben. Das deckt sich mit dem hohen Unwohlsein aus der Myprotein-Umfrage (76 %)

Wissenschaftliche Untersuchungen im österreichischen Sportbereich (wie Arbeiten der Johannes-Kepler-Universität Linz) und europäische Studien belegen, dass der Sportraum – vom Vereinssport bis zum Freizeitsport im Studio – stark von Grenzverletzungen betroffen ist. Insbesondere das Anstarren ("Gym Timid") und unerwünschte Kommentare gehören im Fitnessbereich zum Alltag vieler Frauen.

Diese hohen Zahlen – nahezu die Hälfte der Frauen erleben beim Training sexuelle Belästigungen – sind ein Indiz dafür, dass mit der Wortwahl und dem Angebot für weibliche Schutzräume im Training der Zeitgeist eingeholt ist.

Fitinn ist bekannt für flotte, grenzgängerische Sprüche im Umgang mit Fitness und ihrem Angebot, auch Frauen Mut zu machen, fit zu werden. Wenn man die Zahlen der Notrufe und das verbreitete Unwohlsein bedenkt, dann holt dieser Spruch und das dazu passende Angebot eine bestimmte Zielgruppe (immerhin 51 % der Bevölkerung) damit erfolgreich ab.

Die Beschwerde impliziert, dass jeder Mann als „Arsch“ bezeichnet wird, allerdings stimmt das hier so nicht. Jeder „Belästiger“ ist damit gemeint (immerhin eine sehr grosse Gruppe) und scheint nach den zahlreichen Umfragen und Erhebungen damit ausreichend salopp charakterisiert zu sein.

Kein Einschreiten, da ein extrem schlüssiger hochprozentiger Zusammenhang in der Kommunikation, Betroffenheit der Zielgruppe und dem gut gehenden Angebot von Frauen-Fitness-Bereichen gegeben ist.

Entscheidung des ÖWR

Fitinn Damenbereich – Soziale Medien

Entscheidung:

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

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 in diesem Fall für keinen Grund zum Einschreiten aus. Der Junge Werberat fungiert als Trendbarometer der jungen Generation.

Das Sujet zeigt einen dunklen Hintergrund mit einer Frau, die Sportübungen ausführt. Darüber steht der Slogan "Trainiere deinen Po ohne Ärsche. Damenbereich in jedem Fitinn.", womit ein abgetrennter Trainingsbereich für Frauen beworben wird.

Einige Werberät:innen vertreten die Auffassung, dass die Formulierung "Ärsche" missverstanden werden und pauschalisierend gegenüber Männern wirken könnte. Aus ihrer Sicht wäre eine sensiblere sprachliche Gestaltung vorzuziehen.

Die Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte bewertet die Werbemaßnahme jedoch als gesellschaftlich relevantes Statement, das ein reales Problem aufgreift und auf das Sicherheitsbedürfnis vieler Frauen in Fitnessstudios aufmerksam macht. Positiv hervorgehoben wird dabei, dass mit dem eigenen Trainingsbereich eine konkrete Maßnahme kommuniziert wird, die ein sicheres Trainingsumfeld für Frauen schaffen soll. Auch die im Sujet verwendete provokante Wortwahl wird im Gesamtkontext nicht als geschlechterdiskriminierend gegenüber Männern verstanden. Nach Auffassung der

Mehrheit richtet sich die Aussage gegen Personen, die Frauen belästigen oder ihnen ein unsicheres Gefühl vermitteln, und nicht gegen Männer im Allgemeinen. Die zugespitzte Formulierung wird als bewusst gewähltes Stilmittel angesehen, um auf ein gesellschaftlich relevantes Thema aufmerksam zu machen.

Die Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte kommt daher zum Schluss, dass die beanstandete Werbemaßnahme im Gesamtkontext weder eine Herabwürdigung eines Geschlechts noch eine diskriminierende Aussage erkennen lässt. Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich in dieser Hinsicht für **keinen Grund** zum Einschreiten aus.