



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde Torbauer

Die vorliegende Werbemaßnahme wurde bereits vor Jahren beanstandet und vom Unternehmen nicht geändert. Es handelt sich um die Bewerbung von Kärntner Nudeln auf der Rückseite eines Klein-LKWs sowie auf der Website des Unternehmens. Kärntner Nudel als Spezialität aus der Nudelmanufaktur Torbauer werden im Zusammenhang mit der Headline „Geil auf Nudel?“ und der Abbildung einer aufgesetzt hysterisch verzückt wirkenden blonden Frau im roten Kleid mit roter Nelke und rotem Kunststoff-Dutt auf dem Haar (rot ist die Firmenfarbe) beworben. Das Produkt – Teigtasche mit aufwändigen Füllungen – wird nicht dargestellt.

Das Unternehmen geht bei dieser Positionierung nicht den Heritage-Weg, sondern den eye-catching-Weg mit Genuss-Schwerpunkt. Der Genuss wird mit dem Wort Geil und der verzückten Frau transportiert. Ob das Wort „Nudel“ in der Gossensprache für das männliche Glied hier absichtlich „gestreift“ wird, ist schwer zu sagen, weil es hier vielleicht regional unterschiedliche Einsichten gibt oder es schwer vorzustellen ist, dass ein seriöses Unternehmen sowas macht.

Lässt man die Bedeutung des Wortes Nudel auf der ursprünglichen Produktbezeichnung, dann liegen hier mit dem Gesamtkontext von „Geil“ und der Abbildung der Frau in verzückter Position mittlerweile provokante Verstöße laut

2. Spezielle Verhaltensregeln – Menschen

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung vor. Speziell sind Punkte

1.1. a) *Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt sowie*

1.1. e) *sexualisierte Darstellungsweise ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt vor.*

**Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat spricht im Falle des beanstandeten Werbesujets „Geil auf Nudeln“, des Unternehmens Torbauer Nudeln, **die Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

**Begründung:**

Die eindeutige Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet eine Verletzung des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. „Geschlechterdiskriminierende Werbung“ und des Artikels 1.1 „Allgemeine Werbegrundsätze“.

Im beanstandeten Werbesujet wird das Produkt „Nudeln“ beworben, wobei eine stark geschminkte Frau mit auffallend roten Lippen zu sehen ist. Diese hält eine Blume in der Hand und hat ihren Mund geöffnet. Über der bildlichen Darstellung ist der Schriftzug "Geil auf Nudeln" zu lesen. Die Text-Bild-Schere lässt viele Assoziationen offen und wird als sexualisiert eingestuft. Darüber hinaus steht die sexualisierte Darstellung der Frau in keinem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Produkt.

Der Ethik-Kodex wird im Detail wie folgt verletzt:

Artikel **2.1. „Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung)“** liegt insbesondere vor, wenn

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

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

Des Weiteren wurde eine Verletzung des Ethik-Kodex in Artikel **1.1 „Allgemeine Werbegrundsätze“** erkannt:

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

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3300>