



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde „Katjes-Plakat“

Das Großplakat zeigt bei längerem Hinsehen eine stillende Mutter. Der Babykopf wirkt jedoch wie eine große, dem Publikum dargereichte Brust zum Stillen. Bei Facebook wäre dieses Bild wegen seiner Ähnlichkeit mit einer entblößten Brust bereits gelöscht oder gemeldet. Das Verschwimmen der Hintergrund-, Babykleidungs- und Modelkleidungsfarben lässt darauf schließen, dass dies eine bewusste Provokation darstellen soll. Dies passt in die Werbelinie des Unternehmens, das gesellschaftliche Veränderungen aufgreifen und mit der Kreation verstören möchte.

Wenn man bedenkt, dass Plakat-Botschaften in zwei Sekunden erkannt, verarbeitet und gemerkt sein sollen, dann gibt dieses Sujet zu wenig Zeit und zu viele gedankliche Hürden, es nicht als „Blickfangwerbung“ nach 2. Spezielle Verhaltensregeln – Menschen, 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung 1.1. d) die Person in rein sexualisierter Funktion zu beurteilen. Denn Katjes wendet sich an junge, sich vegan und/oder vegetarisch ernährende (Veggies), Frauen und man muss sich folgende Fragen stellen: gilt Muttermilch als vegan? Oder, wenn Katjes „nur“ vegetarisch ist, ist in Katjes Muttermilch enthalten? Was hat, wenn man von der bewussten Provokation der Milchbrust absieht, Stillen mit Katjes zu tun?

Laut dem deutschen Geschäftsführer von Katjes sei es einfach ein weiterer (<https://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/brust-zeigen-warum-katjes-und-antoni-mit-einer-stillenden-mutter-konventionen-brechen-wollen-170011>) Ausschnitt aus der Katjes-Zielgruppe: Frauen mit und ohne Kinder, die sich gerne bewusst ernähren und deshalb beim Naschen auf tierische Zusatzstoffe wie Schweinegelatine verzichten wollen.

Eine Diskussion dieses Sujets ist erforderlich. Darf Werbung, die die moderne Weltanschauung vertritt und zur Diskussion stellen will (ähnlich wie Benetton im vorigen Jahrhundert), sich über „Blickfangwerbung“ nach 2.1.1.d) hinwegsetzen?

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Plakat) der Katjes Fassin GmbH + Co. KG **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Der Großteil der Werberäte und Werberätinnen betrachtet die Darstellung der stillenden Protagonistin als unproblematisch, da es sich hierbei um einen natürlich Vorgang handelt, der keinen erotischen Hintergrund aufweist. Der Vorhalt, dass es sich hierbei um eine

geschlechterdiskriminierende oder sexualisierte Darstellung handelt, kann von der Mehrheit nicht nachvollzogen werden. Die Mehrheit spricht sich deshalb für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2865>