



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Wiener Linien „Sei ein Ehrenmann und halt die Beine zam“

Bei der als sexistisch beanstandeten Werbung handelt es sich um eine Verkehrsmittel-interne Kommunikation der Wiener Linien, die sich an die Fahrgäste richtet und die in einer comic-artigen Aufmachung mit drei Bildern das Sitzverhalten von Männern behandelt wie es offensichtlich von (weiblichen) Fahrgästen derzeit empfunden wird plus einem vierten Bild als Lösungsvorschlag mit geschlossenen Knien, sodass am Nebensitz noch eine weitere Person ausreichend Platz hat.

Die bildlich dargestellten Männer haben unterschiedliche Haar- und Hautfarben sowie unterschiedliche Haarschnitte, die offensichtlich jede Gruppe der Reisenden ansprechen sollen. Der solcherart mit dem vierten Bild als „sittsam“ empfohlene Mann hat ein strahlendes Lächeln, das auch als „Cheese“- Lächeln durchgehen kann. Die Frau daneben sitzt ebenso und beide haben ausreichend Platz. Die Frau hält ihre Handtasche am Schoss und die Personen wirken aufgrund der Platz-Problematik als gut geschlichtet und zufrieden.

Die Beschwerde bezieht sich wohl auf die kritische Darstellung der Männer und dass es nur um ihr Wohlverhalten gehe und nicht um das der Frauen ebenso. Das mit weit gespreizten Beinen Sitzen, das auch als männliches Dominanzverhalten im Sinne von Macht des Gemächts verstanden werden kann, scheint ein Problem zu sein, das den Wiener Linien von Kunden/Innen oft gemeldet wurde, denn ansonsten würde dieses Thema nicht aufgegriffen werden. Es wäre also das Recht der Wiener Linien sich für ein geordnetes Befördern einzusetzen, ebenso wie es mit dem Essens- und Trinkverbot wahrgenommen wurde.

Eine sexistische Darstellung im Sinne von 2.1.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung a) Männer auf abwertende Weise dargestellt, b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt werden, scheint mir hier nicht vorzuliegen, da es schon aufgrund der Kleidung und Anatomie nicht oft vorkommen wird, dass Frauen breitbeinig im öffentlichen Raum Sitzplätze einnehmen.

Aufgrund der Diskussion im Social Media Bereich wird es sicher demnächst auch eine leicht fassliche Anleitung für Frauen zum Thema Bagspreading geben. Man darf gespannt sein. Die Themen aufgrund der mengenmäßig zunehmenden Bevölkerungsdichte in Wien scheinen auch erzieherische Maßnahmen zu den Beförderungs-Richtlinien zu erfordern.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme der Wiener Linien GmbH & Co KG (Internet) **keinen Grund zum Einschreiten.**

Begründung:

Das beanstandete Sujet der Wiener Linien verfolgt das Ziel, ausreichend Platz in öffentlichen Verkehrsmitteln zu schaffen und einen rücksichtsvollen Umgang unter den Fahrgästen sicherzustellen. In diesem Zusammenhang wird in einem „Tutorial“ der Wiener Linien unter anderem das Thema „manspreading“ aufgegriffen und auf dessen gewünschte

Unterlassung hingewiesen. Eine sexistische oder diskriminierende Darstellung kann dabei von der absoluten Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen nicht erkannt werden. Die absolute Mehrheit erachtet das Sujet als unproblematisch und entscheidet für **keinen Grund zum Einschreiten**.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2891>