



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde – bquem

Die Beschwerde betrifft eine ¼ seitige Werbung in einem Gemeindeblatt für eine Last Christmas Party in einer örtlichen Café-Bar. Das Foto, das als Illustration verwendet wird, zeigt einen offensichtlich „coolen“ Weihnachtsmann mit einer vom Schnee verklebten Spiegel-Sonnenbrille im Piloten-Stil, der mit der rechten Hand das Zeichen Zeigefinger und kleiner Finger abgespreizt sowie Mittel- und Ringfinger eingeklappt zeigt. In der WhatsApp-Sprache steht das für „Cool, Dude“ - in der tatsächlichen Gebärdensprache heißt das „ich liebe dich“.

Für die beanstandete Darstellung ist davon auszugehen, dass es als „Cool, Dude“ zu interpretieren ist, da die linke Hand des Weihnachtsmannes auf einem als nahezu nackt anzusehenden prallen Popo so ruht, dass man schon von fest angepackt sprechen kann. Dieser torso-artig gezeigte Po hat ein rotes Höschen an, das die Pobacken frei lässt und ist offensichtlich in der gesamten Bildsprache das, was den Dude cool macht und ihm gehört. Der Weihnachtsmann hat bei dieser Party alles im Griff und ein männlicher Besucher dieser Party wird sich von den anwesenden Frauen entsprechend inspirieren lassen können. Dadurch ist diese Werbung für die Veranstaltung ganz klar nach 2. Spezielle Verhaltensregeln - Menschen 2.1. eine geschlechterdiskriminierende sexistische Werbung insofern als

- a) Frauen auf abwertende Weise (Po-Torso reicht aus) dargestellt werden,
- b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird (coole Dudes untereinander verständigen sich ..),
- c) mit der Geste der rechten Hand zu verstehen gegeben wird, dass Gewalt oder Dominanzgebaren tolerierbar und sogar cool ist sowie
- d) die Frau mit der Reduktion auf ihren Po in rein sexualisierter Funktion dargestellt wird (der inhaltliche Zusammenhang zu einer Christmas-Party und einem nackten Po ist nicht nachvollziehbar).

---

ent  
scheidung

österreichischer  
werberat

### Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Printanzeige) der Bquem Café/Bar die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

### Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen spricht sich für die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus, da die sexualisierte Darstellung der Protagonistin in keinem thematischen Zusammenhang mit dem beworbenen Produkt (Café/Bar) steht.

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die Werbemaßnahme gegen die Richtlinien des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft verstößt. Kritisiert wird dabei vor allem die Tatsache, dass lediglich das Gesäß und die Beine der

Protagonistin abgebildet werden und der als Weihnachtsmann verkleidete Mann seine Hand auf ihrem Gesäß platziert. Die gewählte Darstellungsweise suggeriert dadurch eine gewisse Unterwürfigkeit der Protagonistin und dient ausschließlich als Blickfang ohne Produktzusammenhang.

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

Die Werberäte und Werberätinnen sehen einen Verstoß gegen die nachfolgend angeführten Punkte des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft:

## *2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung*

*1.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn*

- d) die Person auf ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird.*
- e) bildliche Darstellungen von nackten Körpern ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich dabei ist die Betrachtung im Gesamtkontext.*
- b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird.*
- c) Unterwerfung oder Ausbeutung dargestellt oder zu verstehen gegeben wird, dass Gewalt oder Dominanzgebaren tolerierbar seien.*
- a) Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden.*
- f) die Würde des Menschen im Bereich der Sexualität verletzt wird.*

## *1.1. Allgemeine Werbegrundsätze*

*5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch eine entwürdigende Darstellung von Sexualität oder anderweitig diskriminierende Darstellungen.*

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2913>