



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde – Agrarmesse

Das beanstandete Sujet ist eine sogenannte Tageszeitungs-Titelblatt-Eckenwerbung. Ein kleines Format, das die Agrarmesse Alpen-Adria im Jänner 2020 bewirbt.

Die Beschwerde beanstandet das Foto eines weizenblonden Frauenkopfes, der von hinten bis zum nackten Schulteransatz abgelichtet ist. Die Haare der Frau sind tatsächlich aus Weizen-Ähren, die Schulter trägt einen Stempel, der allerdings auf dem Bild nicht erkennbar ist und im Internet auf keinem weiteren Sujet zum Thema aufscheint. Der Blick über die nackte Schulter nach hinten zum Betrachter wirkt in keiner Weise auffordernd, sondern eher unschuldig und frisch.

Durch die Abbildung soll wohl über die aus Weizen bestehenden „weizenblonden“ Haare einer jungen Frau ein Zusammenhang mit dem Thema Agrar/Landwirtschaft hergestellt werden.

Nach 2. Spezielle Verhaltensregeln – Menschen und 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung und 1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren - ist das Bild der jungen Frau im Gesamtkontext nicht erforderlich und passt auch nicht zum Thema und der Zielgruppe. Wenn man davon ausgeht, dass gemeint ist, dass eine „weizenblonde“ über die recht Schulter blickende junge Frau die Blicke der Agrarisch arbeitenden Bevölkerung, die wahrscheinlich zu einem Großteil aus Männern besteht, auf sich ziehen soll, dann liegt eine sexistische Werbung im Sinne von 1.1. b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter wird in Frage gestellt, vor. Bäuerinnen werden sich jedenfalls davon nicht angesprochen fühlen. Auch wenn diese Anzeige einen nicht vor den Kopf stößt oder in irgendeiner Form sexualisiert ist, sollte eine Sensibilisierung erfolgen.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Printanzeige) der Agrarmesse des Messegeländes Klagenfurt **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Das beanstandete Sujet zeigt eine Dame, deren blonde „Haare“ Weizenähren anmuten. Es wird dabei lediglich das Haupt sowie der nackte Schulterbereich der Protagonistin abgebildet. Die Darstellerin ist weder besonders freizügig gekleidet, noch wird sie auf ihre Geschlechtsmerkmale reduziert. Der Vorhalt, dass es sich hierbei um eine geschlechterdiskriminierende Darstellungsweise handelt und die Protagonistin als Blickfang eingesetzt wird, kann nicht nachvollzogen werden. Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen betrachtet die Werbemaßnahme deshalb als unproblematisch und spricht sich für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2939>