



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Weniger Ramsch - Mehr Platz Garagenplatz Leibnitz Entsorgung

Die Beschwerden beziehen sich auf eine Sonder-Plakatstelle an der Straße, auf der Lagerflächen zu 120€ pro Monat angeboten werden. Der Anbieter Garagen-Leibnitz.at wirbt mit der Headline „Weniger Ramsch - Mehr Platz!“ Das wäre an sich noch logisch, da dieser Satz Ordnung, Ausmisten und Auslagern als Assoziation abrufbar.

Wäre da nicht die Illustration: Ein Mann mit verschmitztem Lächeln sortiert nicht nur Kleiderberge aus, sondern hält Frauenbeine (mit Jeans und Cowboystiefeln mit Absätzen) so über diesem Kleiderberg als würde er sie gerade zum Entsorgen auslassen. Die Beine sind nur knapp bis unters Knie zu sehen. Der restliche Körper scheint bereits in dem Kleiderberg verschwunden zu sein. Die Frau wird also auch gleich mitentsorgt.

Ein klarer Stopp nach den folgenden Grundsätzen:

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

1.1.1. Werbung soll vom Grundsatz sozialer Verantwortung geprägt sein, insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen vor dem vollendeten 18. Lebensjahr.

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

1.2. ETHIK UND MORAL

1.2.1. Werbung trägt soziale Verantwortung

1.2.2. Werbung hat die menschliche Würde und Unversehrtheit der Person zu achten und darf diese nicht verletzen.

1.2.3. Werbung darf niemanden mittelbar oder unmittelbar diskriminieren oder Diskriminierung fördern. Besonderen Schutz vor Diskriminierung bedürfen dabei die Diversitätskerndimensionen.

b) Geschlecht: Werbung darf niemanden (mittelbar oder unmittelbar) aufgrund seines Geschlechtes diskriminieren. Männer und Frauen sind stets als vollkommen gleichwertig zu betrachten und zu behandeln.

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren.

Wesentlich dabei ist die Betrachtung der Werbemaßnahme im Gesamtkontext. Zu berücksichtigen sind insbesondere die verwendete Bild-Text-Sprache, Darstellungsweise (Ästhetik, künstlerische Gestaltungselemente), Zielgruppenausrichtung und damit einhergehend, in welchem Umfeld die Werbemaßnahme platziert ist.

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

2.1.4. Unterwerfung oder Ausbeutung dargestellt oder zu verstehen gegeben wird, dass Gewalt oder Dominanzgebaren tolerierbar seien;

Diese Darstellung ist von einer entwürdigenden Brutalität und Missachtung jeglicher Menschenwürde. Es mag harmlos als „Männerwitz“ gemeint sein, ist aber am Zeitgeist völlig vorbei und vollständig abzulehnen.

ent
scheidung

österreichischer
werberat 

Das Unternehmen Veni Vidi Vici GmbH hat nach der Kontaktaufnahme des Österreichischen Werberats reagiert und das beanstandete Werbesujet zurückgezogen.

Das Beschwerdeverfahren sieht bei einer Rücknahme einer beanstandeten Werbemaßnahme durch das Unternehmen keine weitere Behandlung der Beschwerde vor. Das Beschwerdeverfahren ist hiermit abgeschlossen (siehe Verfahrensordnung). Der/die Beschwerdeführer/innen wurden davon in Kenntnis gesetzt.

Wir danken für die rasche Umsetzung und Kooperation.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3685>