



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Baumgartner Bier / Bikini-Bier-Tisch

Das 24 Bogen Plakat zeigt einen Frauen-Torso im Triangel-Bikini, der einen Tisch darstellt, auf dem eine Flasche Bier steht. Die Headline „...wird dich **hellauf** begeistern!“ zeigt durch das blau-fett geschriebene **hellauf**, dass es um ein Bier geht, das neben dem Popo der Frau mit schöner Schaumkrone im Glas dargestellt wird. Eine Vignette weist auf das neue Baumgartner **hell** mit 4,5 % hin. Für den Betrachter wird der sogenannte „Bier“-Tisch im Sinne von Geselligkeit eindeutig sexualisiert. Es gibt hier keine Harmlosigkeit. Der Bikini-Torso steht in keinerlei Zusammenhang mit dem Bier, außer dass die Farbe hellblau im Bikini vorkommt und die Frau hellhäutig ist. Der Frauenkörper ist vollkommen deplatziert und die Werbung soll sofort gestoppt werden. Es kommen die folgenden Werberegeln zur Anwendung.

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

1.1.4. Werbung darf nicht gegen die allgemein anerkannten guten Sitten verstoßen.

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

1.2. ETHIK UND MORAL

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.

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;

2.1.6. sexualisierte Darstellungsweisen ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden. Wesentlich ist dabei die Betrachtung im Gesamtkontext.

2.1.7. die Würde des Menschen im Bereich der Sexualität verletzt wird.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme „Wird dich hellauf begeistern!“ von Baumgartner Bier **die Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. zum sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Die klare Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Sujet (Plakat/Poster) eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung und des Artikels 1.1. Allgemeine Werbegrundsätze.

Geworben wird mit dem Plakat „Das neue Baumgartner Bier Hell mit 4,5%!“. Dabei wird ein gefülltes Bierglas mit Schaumkrone auf der einen Seite des Plakats groß präsentiert. Am Rest des Plakates ist ein Frauenkörper im blauen Bikini vor grünem Hintergrund abgebildet. In gebückter Haltung wird auf den Abschnitt zwischen Rumpf und Oberschenkel fokussiert, der gleichzeitig auch eine Baumgartner-Bierflasche präsentiert, die am unteren Rücken der Frau platziert ist. „Wird dich hellauf begeistern!“, lautet die Headline am Plakat die über den Frauenkörper dargestellt wird.

Die Werberäte und Werberätinnen merken an, dass die Werbemaßnahme von Baumgartner Bier Kernelemente von geschlechterdiskriminierender Werbung aufweist: Geschlechtsmerkmale der Frau werden in den Mittelpunkt gerückt und ohne Produktzusammenhang inszeniert. Die Haltung der Frau, ohne Abbildung des Kopfes, mit der Bierflasche auf dem Rücken, lässt laut Werberäten und Werberätinnen an einen (Beistell-)Tisch erinnern und vermittelt zudem eine dienende Verfügbarkeit der Frau. Zusammen mit der Headline wird diese Abwertung und Sexualisierung nochmals verstärkt, die eine „Begeisterung“ prophezeit – für Bier, den Frauenkörper oder die Kombination aus beidem.

Anzumerken und bezogen auf die Stellungnahme des Unternehmens ist auch, dass die vorangegangene Kampagne mit Männern einen klaren Kontrast zu diesem Sujet aufweist. So werden im vorangegangenen Sujet des Unternehmens die Männer in ihrer Gesamtheit und in einer sozialen Situation dargestellt (beim Sonnenbaden und Bierkonsum), ohne diese dabei auf Körperelemente zu reduzieren und mit einer dienenden Absicht in Verbindung zu setzen.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich aufgrund der mehrfach verletzen Ethik-Kodex-Punkte im vorliegenden Sujet „Wird dich hellauf begeistern!“ von Baumgartner Bier für **einen sofortigen Stopp der Kampagne** aus.

Ein Verstoß des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft konnte in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt werden:

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

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

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3894>