



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde LoftFilm Klatsch nicht gegen die Scheibe

Die Beschwerde bezieht sich auf den Youtube-Film einer Filmproduktions-Firma, der an alle Youtuber (nicht *Innen) den eindringlichen Appell richtet, ein Erklär-Video zu machen, weil sonst Schlimmes passiert. Die Argumentations-Kette ist in einfacher Sprache mit einfacher Illustration gehalten, richtet sich anscheinend ausschließlich an Männer und klingt verhängnisvoll: Wenn du ein Produkt anbietest, aber kein Erklärvideo machst, dann wird dein Mitbewerber König, du verlierst alle Kunden an ihn, musst selber bügeln, weil dich deine Frau verlässt, verbrennst dir beim Bügeln die Hände und kannst nicht Autofahren, deshalb musst du mit Öffis fahren, die eine Notbremsung für den „König Mitbewerber“ mit seiner tollen Frau machen, du kannst dich nicht festhalten, weil die Hände bandagiert sind vom bügeln und fliegst mit dem Gesicht zur Scheibe und rutscht daran ab.

Wie demütigend. Die Lösung ist ein Erklär-Video, das die Firma LoftFilm macht. Hier werden auf drastische plakative Weise eine Reihe von Rollenstereotype bemüht:

- Youtuber sind nur männlich,
- Männer bügeln nicht selbst, und wenn ja, dann ist das demütigend und verletzt sie auch körperlich
- Frauen verlassen erfolglose Männer und bügeln nur für erfolgreiche Männer
- Nur Frauen bügeln
- Mitbewerber sind nur männlich
- Schlussfolgerung: einen Mann kann man nur zu einem Auftrag für die Produktion eines Erklärvideos gewinnen, wenn man sein Selbstwertgefühl erschüttert und ihn bloßstellt. Und das nur in einfacher Sprache.

Positiv betrachtet wäre der Werbe-Clip eine humoristische Überzeichnung im Sinne des Männer-Humors aka „Hangover 1-3“. 72.006 Aufrufe, keine Kommentare, als Umfeld erscheinen bei Direkt-Aufruf nur Erklär-Videos, leider ist nicht erkennbar mit welchem Targeting-Background hier platziert wurde.

Trotz Einbeziehung des Humors und Kontextes des reinen Erklär-Videos-Umfelds ist aufgrund der drastischen Rollen-Stereotype ein Stopp nach den folgenden Kriterien erforderlich.

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

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.

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.

2.1.2. Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden;

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme von Loft Film die Aufforderung **in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen** aus.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sieht im Hinblick auf die beanstandete Werbemaßnahme (Werbepot) von Loft Film den Ethik-Kodex der Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. „Geschlechterdiskriminierende Werbung“ und des Artikels 1.1 „Allgemeine Werbegrundsätze“ sowie des Artikels 1.2 „Ethik und Moral“ **nicht ausreichend sensibel** umgesetzt.

Bei dem beanstandeten Werbespot wird die Dienstleistung von der Loft Film GmbH beworben, welche Erklärvideos für Unternehmen produzieren. Dabei wird unter dem Titel „*Das passiert, wenn du kein Erklärvideo von Loft Film hast*“ erläutert, mit welchen Konsequenzen zu rechnen ist, wenn man ohne Erklärvideo im Markt auftritt. Das Storytelling der Animation beginnt dabei, dass potenzielle Kunden nicht verstehen, was man(n) besser macht und zur Konkurrenz wechseln und mündet schließlich in privaten Aspekten des Lebens.

Der Spot macht eine Aneinanderreihung von Klischees deutlich und spricht dabei veraltete Rollenstereotype an. Problematisch sehen die Werberäte und Werberätinnen insbesondere, dass von einer Gleichwertigkeit der Geschlechter nicht ausgegangen werden kann. So werden veraltete Rollenbilder verwendet, indem die Frau als materialistisch dargestellt und die Fähigkeit an der Hausarbeit dem Mann abgesprochen wird. Der Mann erscheint im Sinne des „wohlwollenden Sexismus“ als Beschützer der Frau, karriere- und statusabhängig.

Obwohl auch eine humoristische Note durch die übertriebenen Darstellungen erkennbar wird, empfehlen die Werberäte und Werberätinnen dennoch bei der **zukünftigen Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen** und eine gleichwertige und gendersensible Ansprache sicher zu stellen.

***HINWEIS:** Eine nicht unerhebliche Anzahl an Werberätinnen und Werberäten spricht sich, aus oben genannten Gründen, für den Stopp der Werbemaßnahme aus und somit für den sofortigen Wechsel des Sujets.*

Im Detail wurde der Ethik-Kodex in den nachfolgenden Kriterien nicht ausreichend sensibel umgesetzt:

Artikel 2.1 „Geschlechterdiskriminierende Werbung“

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

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.

2.1.2. Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden;

Weiters in Artikel 1.1 „Allgemeine Werbegrundsätze“

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

Sowie auch in Artikel 1.2 „Ethik und Moral“

*1.2.3. 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.*

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3703>