



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde C-Date

Die Dating-Plattform C-Date wirbt im TV und auf Video-Plattformen mit sexualisierter Aufforderung im öffentlichen Raum zu „Lieben“ und dies unter anderem auch in öffentlichen Brunnen zu tun.

Bei C-Date geht es um eine Dating-Plattform für Sexualpartner um Fantasien auszuleben und mit Gleichgesinnten Grenzen zu überschreiten. *„Wer in Österreich durch ein Verhalten, das geeignet ist, berechtigtes Ärgernis zu erregen, die öffentliche Ordnung stört, begeht eine Verwaltungsübertretung und ist mit Geldstrafe bis zu 500 Euro zu bestrafen. Der Tatbestand der Erregung öffentlichen Ärgernisses sieht als Tathandlung vor, dass der Täter öffentlich eine sexuelle Handlung vornimmt.“* (Zit: Jusline Österreich)

Darüber hinaus wird im Spot aufgefordert, die sexuellen Handlungen nicht nur öffentlich, sondern auch an Denkmal-geschützten Orten wie öffentlichen Brunnen-Anlagen zu vollziehen. *Der Denkmalschutz wird im Bundesgesetz betreffend den Schutz von Denkmalen wegen ihrer geschichtlichen, künstlerischen oder sonstigen kulturellen Bedeutung (Denkmalschutzgesetz - DMSG) geregelt und umfasst vom Menschen geschaffene bewegliche oder unbewegliche Gegenstände von geschichtlicher, künstlerischer oder sonstiger kultureller Bedeutung, deren Erhaltung im öffentlichen Interesse gelegen ist. Dazu zählen auch Park- und Gartenanlagen.*

Im Hinblick auf die genannten Gesetze ist diese Werbung rechtlich nicht zulässig. Aufgrund der Darstellung der Geschäftstätigkeit als Sexualpartner-Plattform liegt aber keine sexistische oder diskriminierende Werbeform vor. Hinsichtlich der gesellschaftlichen Entwicklung und der Sozialisation von Kindern und Jugendlichen ist die Aufforderung der Erregung öffentlichen Ärgernisses in Denkmal-geschützten Anlagen klar zu stoppen. Hierbei kommen folgende Verhaltensregeln zur Anwendung.

#### 1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

##### 1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

*Werbung kann und darf sich nicht im luftleeren Raum abseits von nationalen und internationalen rechtlichen Rahmenbedingungen, ethisch-moralischen Werten und den daraus abgeleiteten Ansprüchen der Gesellschaft bewegen. Das Bekenntnis der Werbewirtschaft zur Marktwirtschaft, zum Wettbewerb und zur freien Meinungsäußerung ist eingebunden in die rechtlichen und ethischen Grundlagen, auf denen Staat und Gesellschaft mit ihren gemeinschaftsfördernden Normen und Zielen beruhen und auf die Erkenntnis, dass Werbung durch ihre Massenwirkung Auswirkungen auf die gesamte Gesellschaft hat. Im Zuge der Sozialisation beeinflussen die Botschaften, die Werbung vermittelt, sowohl bewusst als auch unbewusst die Wahrnehmung und Ausbildung von Identität, insbesondere bei*

Kindern.

Werbung trägt somit soziale Verantwortung und muss auf die Rechte, Interessen und Gefühle von Einzelnen und Gruppen von Menschen Rücksicht nehmen.

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

1.1.2. Werbung muss gesetzlich zulässig sein und die gesetzlichen Normen strikt beachten.

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

1.1.7. Werbung darf nicht durch anlehrende und nachahmende Darstellungen irreführen.

## 1.2. ETHIK UND MORAL

Werbung steht im Blickpunkt der Öffentlichkeit und trägt damit soziale Verantwortung.

Ungeachtet des grundsätzlichen Rechts auf Meinungsäußerung - und angesichts dessen rechtlicher Grenzen - muss der Tatsache Rechnung getragen werden, dass Werbung Auswirkungen auf die Gesellschaft hat.

Bei der Gestaltung von Werbung muss verantwortungsbewusst abgewogen werden, ob ein Sujet mit den rechtlichen Normen und den ethisch-moralischen Werten der Gesellschaft verträglich ist, oder nicht.

1.2.1. Werbung trägt soziale Verantwortung

ent  
scheidung

österreichischer  
werberat

### Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme von C-Date „*liebt wie ihr wollt*“ die Aufforderung **in Zukunft bei der Gestaltung sensibler vorzugehen** aus.

### Begründung:

Die Werberäte und Werberätinnen sieht im Hinblick auf das beanstandete Video von C-Date den Ethik-Kodex der Werbewirtschaft im Artikel 1.1 „Allgemeine Werbegrundsätze“ **nicht ausreichend sensibel** umgesetzt.

Das beanstandete Video von C-Date zeigt ein Paar welches verliebt und Händchen haltend durch die Nacht läuft. Am Ende werden sie dabei gezeigt, wie sie sich in einem Springbrunnen umarmen, küssen und gegenseitig Huckepack tragen. Mit einer Melodie hinterlegt werden die Sequenzen mit dem folgenden Worten ausgespielt: *„Fragt nicht, wann die beste Zeit sein könnte. Sie ist jetzt. Überlegt nicht. Macht es. Probiert aus. Probiert alles aus, was euch Spaß macht. Hört nicht auf andere. Und was sie für richtig halten. Es gibt nur euch. Lern die schönste Schwester der Liebe kennen. Das Lieben. Liebt wie ihr es wollt.“* Am Ende des Spots wird noch auf die kostenlose Registrierung der Dating Plattform aufmerksam gemacht.

Die Werberäte und Werberätinnen merken an, dass im Video von C-Date vorrangig um Liebe und das dabei vermittelte Lebensgefühl geht. So ist laut Werberatsgremium der gezeigte Brunnen dabei nur die "Brücke" und das Mittel zum Zweck. Eine direkte Aufforderung oder Darstellung etwas Illegales zu tun, wird dabei nicht gesehen. Jedoch wird angemerkt, dass durch die Wort-Bild-Kombination der Eindruck oder Anreiz gesetzt werden könnte, sich rücksichtslos zu Handeln. So können die Worte „Überlegt nicht. Hört nicht auf andere“, dazu verleiten Normen zu umgehen, wie beispielsweise das Betreten eines öffentlichen Brunnens.

Um keine rechtswidrigen Intentionen weiter hervorzurufen, spricht der Österreichische Werberat die Empfehlung aus, bei **zukünftiger Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen**.

**Im Detail wird der Ethik-Kodex den Werberäten und Werberätinnen nach in den nachfolgenden Kriterien nicht ausreichend sensibel umgesetzt:**

### **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.
- 1.1.2. Werbung muss gesetzlich zulässig sein und muss die gesetzlichen Normierungen strikt beachten.
- 1.1.4. Werbung darf nicht gegen die allgemein anerkannten guten Sitten verstoßen.

**<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3881>**