



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Haider Pool / nackte Meerjungfrau

Die Beschwerde bezieht sich auf die Illustration zum Namen einer Mag. Ing. HAIDER GmbH, die sich als Poolprofi präsentiert und dabei die professionelle Leistung als Baumeister, Techniker und Fachmann anbietet. Das Unternehmen stellt auf der Website vor allem die fachliche Kompetenz und Verbandsmitgliedschaft in den Vordergrund. Ein Fachbetrieb, dem man vertrauen kann. Seit 1981. Alles aus einer Hand! Zum Komplett-Fixpreis! Die dazugehörige Illustration stellt eine gezeichnete Meerjungfrau dar, die mit unbedeckter Brust seitlich auf der leichten Welle des Wassers, das den Hintergrund des Kompetenz-Versprechen bildet, liegt.

Dem gesamten als kompetent und fachmännisch dargestellten Unternehmen steht die „Badenixe“ als Illustration gegenüber. Die Meerjungfrau ist in der alten, Blicke auf sich ziehenden Art gezeichnet, die nach der Beschwerde ohne Fischflosse auch als Werbung für ein Laufhaus durchgehen würde. Sogar ein Laufhaus würde mittlerweile sogar gezeichnete nackte Brüste vermeiden.

Im Zugang der Gesellschaft zur Gleichheit von Geschlechtern ist die „Badenixe“ aus der Zeit gefallen. Im Gesamtkontext der Kommunikation im Allgemeinen stehen Naturnähe, Familienspass und Architektur im Vordergrund, um Prestige oder den Spaß am kühlen Nass zu zeigen. Die Darstellung der nackten Badenixe ist nicht für Kinder gedacht, da alle Meerjungfrauen zumindest Kokosnüsse als Oberteil tragen und Frauen werden sich damit nicht identifizieren, da es mittlerweile auch nicht mehr aktuell ist, im öffentlichen Bad oben ohne zu gehen. Damit spricht die Illustration nur Männer an.

Aufgrund der Zeichnung liegt ein Verstoß gegen die Verhaltensregeln vor und ist eine Sensibilisierung mit einer Neuorientierung in der Illustration erforderlich.

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.

1.2.1. Werbung trägt soziale Verantwortung

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.

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;

2.1.5. die Person auf Ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird.

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

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle des beanstandeten Unternehmenslogos der Haider Pool GmbH die Aufforderung **in Zukunft bei der Gestaltung sensibler vorzugehen** aus.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sieht im Hinblick auf das beanstandete Logo der Haider Pool GmbH den Ethik-Kodex der Werbewirtschaft im Artikel 2.1 „Geschlechterdiskriminierende Werbung“ **nicht ausreichend sensibel** umgesetzt.

Das beanstandete Logo beinhaltet eine Illustration einer Meerjungfrau mit nacktem Oberkörper auf blauen Wellen liegend. Die Illustration ist auf einer gelben Fläche platziert und bildet neben dem Firmennamen die zusätzliche Aufschrift „Seit 1981 Erfahrung und Kompetenz“ ab.

Der Zusammenhang zwischen dem Angebot der Firma (Pool, Sauna, etc.) und dem Logo scheint zwar als gegeben, sollte jedoch grafisch adaptiert werden. Demnach sollte die Inszenierung von nackten Brüsten auf dem Logo der Firma laut Werberäten und Werberätinnen überdacht werden, da diese Darstellung nicht mehr zeitgemäß ist.

Von sexualisierenden Aspekten in Werbemaßnahmen, wie z. B. nackte Körperteile, ist generell abzuraten, dienen diese doch vorwiegend als Blickfang. Bei der zukünftigen Gestaltung des Logos empfehlen die Werberäte und Werberätinnen deshalb von der Illustration nackter Brüste abzusehen bzw. diese zumindest durch Haare, Kleidungsstücke usw. zu verdecken.

Im Hinblick auf eine Vermeidung von geschlechterdiskriminierender Werbung empfiehlt der Österreichische Werberat eine **Adaption des Logos** bzw. **zukünftig bei der Gestaltung des Logos sensibler vorzugehen**.

Hinweis: Ein nicht unerheblicher Teil des Werberatsgremiums spricht sich für einen sofortigen Stopp bzw. für einen sofortigen Logorelaunch aus, da auch bei Logos eine zeitliche Anpassung unerlässlich ist und die beanstandeten Merkmale am Logo retuschiert bzw. kaschiert werden können.

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

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.

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

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

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

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3798>