



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Maximus 2 / Gegendertes Jobangebot

Der Stripclub/Nightclub/ das Bordell Maximus antwortet mit diesem Plakat in Graz auf eine vorangegangene Beschwerde zum „Jobangebot für Mädchentester“ mit einer gegenderten Variante, die sich eindeutig an die BeschwerdeführerInnen wendet. Basis dieser Kommunikation ist das in Graz geltende Werbeverbot für Bordelle und Laufhäuser, was der sich als gewitzt verstehende Besitzer laut seinen eigenen Worten mit diesen Jobangeboten zu umgehen versucht.

Die Botschaft richtet sich nun direkt an das kritische Publikum in Form eines beleuchteten 24 Bogen Plakates „Entschuldigen Sie uns bitte den Formfehler in unserer letzten Jobanzeige. WIR STELLEN EIN!!! „LadiestesterInnen“ männlich/weiblich/genderfluid/non binary. Die Ansprache wirkt trotzig frech und wie in einer zweiten Boxrunde keinesfalls so, als würde man aufgeben. Auch scheint sich das Angebot des Clubs auf alle möglichen Geschlechter erweitert zu haben, was auf der Website nicht ersichtlich ist. Oder müssen nun alle dort angebotenen Sex-Arbeiterinnen alle hier angegebenen Geschlechter „bespielen“ können. Auf der Website sind weiterhin nur Frauen abgebildet, die in ihrer Darstellung auch nur CIS-Men (also den traditionellen Mann) ansprechen. Dass hier eine ernst zu nehmende Gleichstellung der Geschlechter erfolgt, ist nicht ersichtlich.

Diese Form der Werbung verstößt nicht nur gegen die Werberegeln, sondern müsste eigentlich von Gesetzes wegen aufgrund von Verhöhnung unterbunden werden. Für ein gesetzeskonformes Jobangebot fehlt außerdem die Auslobung der Bezahlung und eventuell die Bereitschaft der Überzahlung. Ein Stopp nach den folgenden Regeln ist auszusprechen.

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.

1.1.4. 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

1.2.1. 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):

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

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

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

2.1.8. Personen abgewertet werden, die nicht den vorherrschenden Vorstellungen über Zugehörigkeit zu einem Geschlecht entsprechen (z.B. intergeschlechtlich, transgender Menschen).

2.1.9. Werbung für sexuelle Dienstleistungen darf, soweit sie rechtlich zulässig ist, die Würde von Menschen, insbesondere von SexdienstleisterInnen, KonsumentInnen oder PassantInnen, nicht verletzen. Körper und insbesondere Sexualität dürfen in der Bild-Text-Sprache nicht unangemessen dargestellt werden. Dabei ist auch besonders auf die Platzierung, den Zeitpunkt und das jeweilige Umfeld des Werbesujets zu achten,

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme/Stellenanzeige des Maximus Nightclub Graz „LadiestesterInnen“ **die Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

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

In Reaktion auf das vorangegangene Plakat „Wir stellen ein!!! „Mädchentester“ jetzt bewerben...“ lautet die Aufmachung im vorliegenden und adaptierten Plakat „Entschuldigen Sie uns bitte den Formfehler in unserer letzten Jobanzeige. WIR STELLEN EIN!!! „LadiestesterInnen“ männlich / weiblich / genderfluid / non binary“. Der Text wird vor schwarzem Hintergrund unter dem Logo des Unternehmens und der Angabe der Website groß dargestellt.

Auch wenn die Bezeichnung von „Mädchentester“ auf „LadiestesterInnen“ geändert wurde und keine Illustration mehr dargestellt wird, werden Frauen durch den Wortlaut weiterhin auf sexuelle Objekte reduziert, die wie ein Produkt „getestet“ werden müssen - egal ob von Personen männlichen oder anderen Geschlechts. Die Formulierung „Testung“ in Bezug auf Menschen ist laut Werberatsgremium eine klare Verletzung der Würde des Menschen.

Das neue Sujet des Maximus Nightclubs Graz stellt damit laut Werberäten und Werberätinnen eine Verhöhnung dar, die wenig Einsicht zeigt.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich aufgrund der diskriminierenden, menschenverachtenden und entwürdigenden Formulierungen in dieser Stellenanzeige 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

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

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.

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

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

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;

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

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