



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde New Yorker / dünnes Model

Stellungnahme des AS-Beirates

In der vorliegenden Beschwerde „New Yorker wirbt mit Untergewichtigen“ geht es um die Vorbildwirkung durch das sehr schlanke Erscheinungsbild des Models. Dem sei vorausgeschickt, dass auf der Website zum Thema Bademoden sehr unterschiedliche Figuren zum Einsatz kommen: eher schmal bis eher barock.

Beim Model handelt es sich nicht um eine Influencerin oder Person, die Vorbild sein möchte, sondern wie auch bei den stärkeren Figuren um die Präsentation von Bademoden anhand einer Person, die ansonsten keinerlei Botschaft ausdrückt.

Selbstverständlich kann jeder dargestellte Körper als Projektionsfläche gelten, also z.B.: auch Minderwertigkeitsgefühle bei zu wenig persönlicher Oberweite auslösen (Brettel, lange Dürre). Auch hier hat New Yorker eine Bandbreite, die für jede Kleidungsgröße attraktive Lösungen anbietet. Im vorliegenden Fall handelt es sich um eine sehr sportliche Person, die jedoch nicht übertreibt, weil noch Fettgewebe vorhanden ist. Dazu kommt sicher auch noch gesunde Ernährung. Eine Kritik daran würde den Vorwurf von Bodyshaming in die andere Richtung nach sich ziehen.

Eine Sensibilisierung zu diesem Ausschnitt würde die weitere Produkt-Präsentation auf der Website (immerhin mehr als 30 Darstellungen) nicht einbeziehen. Diese ist jedoch sehr ausgewogen und spricht jede Gewichtsklasse in der jungen Zielgruppe an.

Ein Einschreiten ist aufgrund der vorhandenen Bandbreite nicht erforderlich.

Bodyshaming bedeutet, jemanden aufgrund seiner körperlichen Erscheinung zu beschämen (verfressen, undiszipliniert, unsportlich - aber auch anorektisch). Im Allgemeinen gilt die Darstellung von idealen Figuren in Medien und Werbung als negative Einflussnahme auf die Entwicklung des Selbstwertgefühls bei jungen Menschen, da man davon ausgeht, dass es in diesem Alter nicht möglich ist, die Situation objektiv zu reflektieren. Bei Bodyshaming-Kampagnen geht es nicht darum, neue Schönheits-Ideale zu erzeugen, sondern jedem Körper neutral bis zur Gleichgültigkeit gegenüberzustehen. Im Sinne von Bewerbung von Bademoden ein schwieriges Unterfangen, das von New Yorker zumindest versucht wurde, zu lösen.

Entscheidung:

Das betroffene Unternehmen hat nach unserer Kontaktaufnahme sofort reagiert und zugesichert, dass die beanstandete Werbemaßnahme entfernt wird.

Unser Beschwerdeverfahren sieht bei einer Rücknahme bzw. bei einer Beendigung einer Werbemaßnahme durch das Unternehmen keine weitere Behandlung der Beschwerde vor.

Das Verfahren ist hiermit abgeschlossen. **Wir danken dem Unternehmen für die rasche Umsetzung und Kooperation.**

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=4089>