



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Skischule Amadeus Flyer / Nackte Frau am Ski-Ständer

Im Mittelpunkt der Beschwerde steht die Bild-Gestaltung eines Flyers mit einigen Absendern oder Sponsoren: Galsterberg, amadeus Alm Ski+Snowboardschule - Skiverleih - Hüttenvermietung, RENTASKI und Ski amade. Die Abbildung zeigt ein Bett mit einem Zirben-Kopfteil von oben. Auf dem weißen Leintuch liegt oder kniet mittig ein nackter Frauenkörper. Die Hände der Frau sind auf dem Leintuch nach oben ausgestreckt und die Hände so über Kreuz, dass man Fesseln oder Aufgehängt-Sein vermutet. Die Blickrichtung von oben erzeugt die Position eines dahinterknienden Betrachters. Die die Frau ist Hüft-abwärts mit einer weißen Bettdecke zugedeckt ist, wenn man genau schaut. Links und rechts von der Frau liegen verschiedene Ski-Formen (Salomon-Carver, normale Atomic-Ski und ein Mono-Ski oder Snowboard) mit unter der Decke. Entweder geht die Frau mit allen Skiformen ins Bett oder sie kann ebenfalls ausgeliehen werden, eine andere Interpretation wird in diesem Werbeauftritt nicht angeboten.

Durch jegliches Fehlen eines Zusammenhanges zwischen dem Ski-Verleih und dem - entblößt - von hinten zu nehmenden Frauenkörper liegt hier ein eindeutiger Verstoß gegen eine Reihe von Verhaltensregeln vor, die zu einem sofortigen Stopp dieser Werbemaßnahme führen sollen.

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.

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.

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;

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

Gesamtkontext.

Im Wesentlichen handelt es sich um eine sexualisierte Darstellungsweise ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt. Wenn man darüber hinaus einen Produkt-Zusammenhang in dieser Werbung sucht, findet man nur den diskriminierenden und sexistischen Vorschlag, dass Frauen mit dem Verleih von diversen Skimarken und -formen gleichgesetzt werden, und das erfolgt in einer verschärften entpersonalisierten Form des von hinten und anonymisiert für jeden verfügbaren weiblichen Objektes. Der Eindruck wird erweckt, dass bei amadeus Alm RENTASKI Frauen angeboten werden, deren Handlungsfähigkeit durch die optisch „gefesselten“ Hände und deren Beurteilungsfähigkeit bzw. Einverständnissfähigkeit durch die Abgewandtheit vom Betrachter / Kunden vollständig reduziert sind. Die Illustration dieses Flyers in einer für Familien, Jugendliche und Touristen jeglichen Alters ausgebauten Ski-Region hält keiner einzigen akzeptablen modernen Interpretation stand.

ent
scheidung

österreichischer
werberat 

Entscheidung: Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Printsujet) der Amadeus Alm die Aufforderung **zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung: Die eindeutige Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung.

Das beanstandete schwarzweiß Sujet zeigt eine Frau auf dem Bauch in einem Bett liegend. Der Oberkörper ist dabei nackt. Links und rechts an ihrem Körper sind jeweils zwei Ski, unterschiedlicher Marken, in Farbe abgebildet. Der Slogan dieser Werbeanzeige lautet „Rent a Ski – Ski + Snowboardschule, Skiverleih, Hüttenvermietung“.

Kritisiert wird vor allem die Tatsache, dass die Darstellung der Frau in keinem Zusammenhang mit der beworbenen Dienstleistung steht und somit als sexualisierender Blickfang in der Werbung gewertet werden kann. Darüber hinaus eröffnet diese Darstellungsweise laut Werberätinnen und Werberäten die Anmutung, die Frau wäre, neben der Ski, ebenfalls zu „mieten“. Neben einer klaren Verletzung der Würde von Frauen, wird auch die Gleichwertigkeit der Geschlechter in der Werbeanzeige untergraben und in Frage gestellt. Aufgrund der diskriminierenden

und sexualisierenden Darstellungsweise weiblicher Körper, ohne gegebenen Zusammenhang zur beworbenen Dienstleistung sprechen sich die Werberäte und Werberätinnen für einen **sofortigen Stopp der Kampagne** aus.

Ein Verstoß des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft konnte in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt werden:

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

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.

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

<https://www.werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3768>