



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Sexistisches Sushi-Restaurant - Facebook

Am Valentinstag gibt es für Frauen 50 % Rabatt. So wirbt ein Sushi-Restaurant im 23. Bezirk auf Facebook. Die Beschwerde sieht diskriminierendes Verhalten. In diesem Fall, weil ein Geschlecht bevorzugt wird, obwohl kein Nachweis erbracht werden muss und die „Beurteilung“ offensichtlich Vorort erfolgt – man fragt sich wie.

Eine ausgesprochen traditionelle Zugangsweise zur Steigerung von Umsätzen.

Ähnliche Aktionen gibt/gab es in Diskotheken, um den weiblichen Anteil der Besucher zu steigern. Das Rabatt-Hofieren von Frauen transportiert ein Frauen-Bild in Sinne von: Frauen können sich weniger leisten als Männer, Frauen als Klientel bringen Vertrauen in ein Publikum, Frauen sind Anziehungspunkt für Männer als Klientel oder letztendlich eine unreflektierte Promotion-Aktion, die einfach 50 % der Bevölkerung ansprechen will.

Die Gesellschaft ist mittlerweile so sehr sensibilisiert, dass sich ein Geschlecht – auch die Männer – als benachteiligt fühlen „darf“. Viele werden es wahrscheinlich als „gemeinsamen“ Rabatt von 25 % sehen, wenn es sich um heterosexuelle Valentins-Paare handelt. Aber die Beschwerde zeigt, dass eine Sensibilisierung in Bezug auf Benachteiligungen erfolgen muss. Tatsächlich liegt in diesem harmlosen Rabatt-Angebot eine Diskriminierung von Männern und anderen Geschlechtern im

Sinne eines geldwerten Nachteiles vor.

1.2. ETHIK UND MORAL

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.

Entscheidung des Österreichischen Werberats

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens U Sushi Wien 23 keinen Grund zum Einschreiten.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich bei den beanstandeten Werbeplakaten für keinen Grund zum Einschreiten aus. Der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, hingegen spricht sich in diesem Fall für eine Sensibilisierung aus.

Das Sujet, welches ein Posting auf Facebook zeigt, weist auf einen Rabatt von 50% für Frauen am Valentinstag hin.

Innerhalb des Gremiums wurden unterschiedliche Auffassungen zur Rabattaktion am Valentinstag geäußert. Während einige Mitglieder sie als traditionelle und legitime Marketingstrategie betrachten, sehen andere darin eine geschlechtsspezifische Benachteiligung von Männern. Es wurde darauf hingewiesen, dass Unternehmen

grundsätzlich das Recht haben, ihre Angebote frei zu gestalten, solange sie keine rechtlich unzulässige Diskriminierung darstellen. Zudem wurde betont, dass der Valentinstag historisch geprägt sei und Rabatte für Frauen in diesem Kontext nachvollziehbar erscheinen. Gleichzeitig wurde für eine Sensibilisierung hinsichtlich der Gleichwertigkeit der Geschlechter plädiert, insbesondere mit Blick auf die gesellschaftliche Wahrnehmung solcher Aktionen. Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich für keinen Grund zum Einschreiten aus.