



## **STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES**

### **Beschwerde Zalto Kälte + Klimatechnik / Gewerbe Klein-LKW-Beklebung**

Die Beschwerde bezieht sich auf die Beklebung eines Gewerbe-Klein-LKWs mit einer Folie, die einerseits die Leistungen einer Technik-Firma anpreist und werbliche Aussagen wie „Wir haben die Kompetenz und die Lösung“ trifft und andererseits die Aussagen mit nackten Frauen-Beinen in Sandalen und Minirock unterstreicht.

Es geht nicht hervor worin die Kompetenz der Beine in Klimatechnik besteht und warum nackte Beine ohne einen Menschen daran vor einer abgebildeten Werkzeug-/Klima-Box stehen müssen. Das Berufsbild dieses technischen Arbeiters wird nicht darin bestehen, mit Stöckelsandalen und Minirock seine Leistung erbringen.

Es liegt hier eine klare – Frauen diskriminierende - sexualisierte Blickfangwerbung ohne Zusammenhang zum angebotenen Produkt vor und die Folierung soll gestoppt werden.

#### **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.

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

### **Entscheidung des Österreichischen Werberats**

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme des Unternehmens „Zalto Kälte + Klimatechnik“ eine Stopp-Entscheidung aus.

#### **Begründung**

Die Mehrheit der Werberät:innen sieht in der beanstandeten Werbemaßnahme einen klaren Verstoß gegen den Ethik-Kodex der Werbewirtschaft. Auch der Junge

Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen Schüler:innen, Student:innen sowie

Vertreter:innen der Kommunikationsbranche, spricht sich in diesem Fall für eine Stopp-

Entscheidung aus. Der Junge Werberat fungiert als Trendbarometer der jungen

Generation.

Die Werbemaßnahme zeigt die Beklebung eines Firmenfahrzeugs. Auf der rechten

Fahrzeugseite ist großflächig der untere Teil einer Frau in kurzen Shorts und High-

Heels abgebildet. Die Darstellung endet auf Hüfthöhe, das Gesicht ist nicht zu sehen.

Die Beine sind in den Hintergrund eines offen dargestellten technischen Geräts montiert. Die Textbotschaft lautet: „Wir haben die Kompetenz und die Lösung“.

Die dargestellte Werbemaßnahme wird mehrheitlich als nicht sachlich, unpassend und sexualisierend beurteilt. Die Abbildung nackter Beine in High-Heels steht in keinem erkennbaren inhaltlichen Zusammenhang mit dem angebotenen Leistungsbereich

(Kälte- und Klimatechnik). Die gewählte Bildsprache dient rein als Blickfang und ist aus

Sicht des Werberats nicht geeignet, die beworbenen Dienstleistungen authentisch

oder nachvollziehbar zu kommunizieren. Die Verwendung weiblicher Körperteile als

dekoratives Gestaltungselement wird in diesem Fall als unangemessen gewertet. Die

Kombination aus technischer Darstellung und körperbezogener Inszenierung wirkt aus

Sicht des Gremiums klischeehaft und bedient stereotype Rollenbilder, die in einem

modernen und professionellen Handwerkskontext deplatziert erscheinen. Mehrere

Stimmen fordern eine erhöhte Sensibilität im Umgang mit visuellen Elementen,

insbesondere wenn diese geschlechtsspezifische Darstellungen ohne sachlichen

Bezug beinhalten. Die gewählte Bildgestaltung wird zudem als unverständlich

eingestuft, da der Zusammenhang zwischen Körperdarstellung und

Unternehmenstätigkeit nicht ersichtlich ist. Die Werberäte und Werberätinnen sehen bei

der beanstandeten Werbemaßnahme einen Verstoß des Ethik-Kodex und sprechen sich

für Stopp-Entscheidung aus.