



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde HD Austria – sexistische Werbung

HD Austria bewirbt in einer Banner-Werbung einen SAT-Receiver um 79 € mit einer auf einer modernen Wohnlandschaft am Rücken liegenden, sich, mit geschlossenen Augen, lasziv räkelnden Dame. Die Dame ist mit wenig cremefarbener Lingerie bekleidet. Die Headline lautet: „Der Winter wird noch heißer“.

Wenn damit das Erotik-Film-Angebot gemeint ist, das mit dem HD Austria Receiver zusätzlich empfangen werden kann, dann würde die Darstellung der Dame dazu passen und verschlüsselt relativ dezent darauf hinweisen. Dies geht aber nicht aus dem Text hervor und kann nur interpretiert werden.

Im Vordergrund der Bewerbung von HD Austria stehen jedoch viele österreichische Sender, die als HD empfangen werden können und die die gesamte Familie ansprechen. Da ist der Auftritt einer lasziven Dame in Unterwäsche irreführend und ist Geschlechter-diskriminierende Werbung nach **2.1. sexistische Werbung und ebenda nach 1.1.e) eine sexualisierte Darstellungsweise ohne direkt erkennbaren inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt.**

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Banner) von HD Austria die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen spricht sich für die **Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus, da die sexualisierte Darstellung der Protagonistin in keinem thematischen Zusammenhang mit dem beworbenen Produkt (TV-Dienstleistungen) steht.

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die Werbemaßnahme gegen die Richtlinien des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft verstößt. Kritisiert wird dabei vor allem die Tatsache, dass die Darstellerin lediglich Unterwäsche trägt und in aufreizender Pose abgebildet ist. Die Darstellungsweise dient ausschließlich als Blickfang ohne Produktzusammenhang.

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

Die Werberäte und Werberätinnen sehen einen Verstoß gegen die nachfolgend angeführten Punkte des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft:

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

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

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

d) die Person auf ihre Geschlechtsmerkmale reduziert und dies in den Mittelpunkt der Werbegestaltung gerückt wird;

b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze

5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch entwürdigende oder diskriminierende Darstellungen.

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

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2965>