



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde A1 Yess / Braut sagt Yess

Die Beschwerde betrifft einen TV-Spot von A1 Yess, der von einer standesamtlichen Hochzeit handelt. Die Braut fühlt sich gestresst, während der Bräutigam es sehr locker nimmt und ihr vermittelt, dass sie nur Yess sagen muss, dann hält das Leben was es verspricht. So ruft die Braut freudig Yess, obwohl die Frage noch gar nicht gestellt war und der Standesbeamte mit den Unterlagen beschäftigt ist. Auf den prüfenden Blick des Beamten an die „störende“ Braut folgt ein Schulterzucken des Bräutigams mit Blick auf die Braut, als wisse er nicht was sie hat. Alle lächeln, aber die Atmosphäre spiegelt nicht Feierlichkeit, Rührung und Liebe wider.

Man fragt sich warum die Braut gestresst ist, während der Bräutigam die Situation sehr leichtnimmt. Eine interessante Umkehrung des Klischees wonach Frauen lieber als Männer heiraten, aber tatsächlich unterwirft sich die Geschichte ohne weiteren Tiefgang allein dem Wort Yess, der Kontext scheint als Ritual locker untergeordnet und recht beliebig gewählt, solange man das Wort Yess verwenden kann.

Die Beschwerde nennt es eine dümmliche entscheidungsunfähige Abbildung der Frauen in unserer Gesellschaft. Dafür kommen folgende Werbegrundsätze zur Anwendung.

1. GRUNDSÄTZLICHE VERHALTENSREGELN

1.1. ALLGEMEINE WERBEGRUNDSÄTZE

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

1.2. ETHIK UND MORAL

1.2.2. Werbung hat die menschliche Würde und Unversehrtheit der Person zu achten und darf diese nicht verletzen.

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):

2.1.2. Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden;

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

Die wichtigsten Rituale einer Gesellschaft werden locker genommen, immerhin hat das Yess auch rechtliche Konsequenzen. Die Braut wird lächelnd zu etwas getrieben und dann verspottet. All das wird der Marke untergeordnet nur um sie nennen zu können. Ein strenges Anlegen der Grundsätze müsste zu einer Sensibilisierung führen.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme zu yesss! (TV-Spot) des Mobilfunk-Diskonters **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich beim TV-Spot von yesss! für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

Im Werbespot werden Braut und Bräutigam beim Standesamt gezeigt. Nach Äußerung der Frau, dass sie sich gestresst fühlt, wird sie vom Mann beruhigt woraufhin Sie schließlich „yesss!“ in Richtung des Standesbeamten ruft.

Eine Verletzung des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft wird nicht erkannt, da sich die Gestaltung einer harmlosen Art und Szenerie bedient und die humorvolle Überzeichnung klar zur Geltung kommt. Die Marke yesss! steht im Spot im Vordergrund und erzeugt durch die Platzierung in einem Hochzeitssetting ein kreatives Wortspiel.

Eine verächtlich/diskriminierende Darstellung der Frau kann daraus nicht geschlossen werden.

Hinweis: *Es ist jedoch anzumerken, dass ein nicht unerheblicher Teil der Werberätinnen und Werberäte empfehlen, in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen. Werbung soll die Gleichwertigkeit der Geschlechter wahren und Personen dabei als gleichwertig betrachten und behandeln.*

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3515>