



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Wasserspiele Hellbrunn

Die Beschwerde bezieht sich auf ein Plakat, das monochrom (Hintergrund, Kleidung) in Smaragd-Grün gehalten ist und zwei Ballett-tanzende Personen zeigt. Im Mittelpunkt steht der Vorwurf, dass ein grafisch gestalteter Wasserstrahl direkt zwischen die Beine der weiblichen Tänzerin gerichtet ist, was bei allen anderen Sujets, die jeweils monochrom in Orange oder Gelb gehalten sind und da zwei Frauen zeigen, nicht vorkommt.

Zur näheren Betrachtung, wo der Strahl wirklich hinzielt, ist es wichtig, die Beine nach Zugehörigkeit und Stellung „auseinander zu halten“, was aufgrund der einheitlichen Farbe von Kleidung und Hintergrund nicht ganz einfach ist. Die weibliche Tänzerin steht auf den Zehenballen des rechten Fußes, mit angewinkeltem Knie und wird vom männlichen Tänzer von vorne so über den Bauch gehalten, dass sie über den rechten Schenkel des Tänzers auch einen gehalten Salto nach rückwärts machen könnte. Das linke Bein der Tänzerin wird nach rechts oben in die Luft geschleudert, wodurch eine Art Überkreuzung der Beine erfolgt. Der Schritt wird durch diese Wurfbewegung geschlossen, aber genau auf diese Kreuzung zeigt der grafische Wasserstrahl. Auf der Litfaßsäule sieht der Betrachter vorerst nur diesen Ausschnitt.

Eine verunglückte Grafik. Im Gesamtkontext der Kampagne handelt es sich um professionelle Ballettszenen, in der die ProtagonistInnen ausgewogen gewählt wurden. Im speziell kritisierten Sujet kann ein sexistisches Missverständnis durch den Ausschnitt, denn man naturgemäß an einer Litfaßsäule sieht, betroffen machen. Die Beschwerde ist verständlich und auch wenn keinerlei Absicht dahinterstand, ist eine Adaption dieses einen Sujets für spezielle Werbemittel sicherlich von Vorteil.

Werbung hat mittlerweile nicht nur eine besonders niedrige Aufmerksamkeits-Spanne, sondern auch reflexartig abgerufene Urteile und Vorurteile zu managen. Eine Verletzung von folgenden Grundsätzen liegt jedoch nicht vor:

2. SPEZIELLE VERHALTENSREGELN

2.1. GESCHLECHTERDISKRIMINIERENDE WERBUNG (sexistische Werbung):

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

2.1.7. *die Würde des Menschen im Bereich der Sexualität verletzt wird.*

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme von Wasserspiele Schloss Hellbrunn (Plakate) **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die klare Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich beim beanstandeten Werbesujet (grüner Hintergrund) mit der Aufmachung „die Wasserspiele erwischen auch Dich“ für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

Beanstandet wird das grüne Sujet der Wasserspiele Schloss Hellbrunn, welches einen Tänzer und eine Tänzerin umgeben von illustrierten Wasserfontänen zeigt. Die Gestaltung bedient sich einer eindeutigen künstlerischen Natur, welche auch durch die ästhetischen Bewegungen der Tänzer*innen erkennbar wird. Die Wasserfontänen kommen am Plakat von allen Seiten - wie es auch bei den Wasserspielen selbst erwartet wird - und die Protagonistin und der Protagonist muten am Sujet an, diese spielerisch zu umtanzen. Eine sexualisierende Darstellung auf den Intimbereich der Frau ist dabei nicht erkennbar, da zudem die Zuordnung der Beine erst durch genaueres Hinsehen möglich wird.

Des Weiteren zeigen Ergebnisse der Universität Salzburg, Center for Cognitive Neuroscience, aus einer Eyetracking-Studie, dass weder Frauen noch Männer bei diesem Sujet ihre Aufmerksamkeit auf den kritisierten Wasserstrahl lenken.

Eine Verletzung des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft wird nicht erkannt, da keine „Blickfangwerbung“ nachgewiesen werden kann, noch eine diskriminierende Gestaltung erkennbar wird.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3522>