



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Tezenis „Sexistisch“

Der TV-Spot zeigt das deutsche Model Stefanie Giesinger – bekannt aus der TV-Serie Germany's Next Top Model – wie sie in wechselnder Lingerie, aber fast immer in durchsichtiger Strumpfhose schräg von unten aufgenommen, mit besonders langen Beinen, drehende und Hüften-kreisende Bewegungen macht, um den Eindruck zu erwecken, dass die Unterwäsche der Marke Tezenis besonders sexy macht. Die langen Haare werden, wie sie es bei GNTM gelernt hat, gekonnt geworfen und präsentiert. Der Gesamteindruck erscheint relativ jugendfrei. Das Model ist als Steffi Giesinger bei jungen Mädchen recht beliebt und eine Art positives fröhliches Vorbild.

Die Beschwerde führt an, dass der TV-Spot zu erotisch ist, das Unterwäsche-Model sexistisch in Szene setzt und damit junge Frauen hyper-sexualisiert.

In Anbetracht dessen, dass es sich dabei um Werbung für Lingerie handelt, die von einem bekanntermaßen netten Mädel und Vorbild von nebenan präsentiert wird und die keine aktiv auffordernde Bildsprache oder Sprache verwendet, liegt eine nach 2.

Spezielle Verhaltensregeln – Menschen 2.1.1. d) die Person in rein sexualisierter Funktion als Blickfang dargestellt .. ohne direkten Zusammenhang zum beworbenen Produkt ... nicht vor. Lingerie ist kaum ohne Personen verkaufbar und wird hier in einer fröhlichen, sich selbstbewusst präsentierenden Art dargestellt. Zu diskutieren wäre eventuell, ob das Model-Körpergewicht der jungen Frau noch als Vorbild tauglich ist. Insbesondere als sich viele junge Frauen dadurch unter Druck gesetzt fühlen. Dies liegt jedoch nicht in der Beurteilung des Ethik-Kodex sondern muss von der Marke selbst entschieden werden.

ent
scheidung

österreichischer
werberat

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (TV-Spot) des Unternehmens Tezenis **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Der beanstandete TV-Spot zeigt das deutsche Model Stefanie Giesinger, wie sie in wechselnder Lingerie und Strümpfen selbstbewusst, fröhlich und voller Lebensfreude vor der Kamera tanzt. Der Vorhalt, dass es sich hierbei um eine zu erotische und sexistische Darstellung handelt, kann von der absoluten Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen nicht nachvollzogen werden. Die Mehrheit betrachtet die Werbemaßnahme als unproblematisch und spricht sich für keinen Grund zum Einschreiten aus.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=2894>