



STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

Beschwerde Salzburger Rechtsanwaltskammer

Die Beschwerde bezieht sich auf die Werbung der Salzburger Rechtsanwälte, die sich in ihrer Wortwahl offensichtlich ausschließlich an Männer, die im Scheidungsstreit mit ihren Frauen liegen, richtet. Die Wortwahl „Liebe Ex, klar kriegst du das Häuschen: das Gartenhäuschen..“ (im Spielzeug-Format) signalisiert, dass erstens nur Männer etwas bei einer Scheidung zu verlieren haben und zweitens, dass Frauen - sobald sie „Ex“ sind, wertlos sind und öffentlich verhöhnt werden dürfen. Der Abbinder „Mein Anwalt lässt grüßen.“ spiegelt die Menge an Hass und Aggression wider, die durch eine Scheidung entstehen kann. Diese Aggressivität der Anwälte im Scheidungsfall, den Mann in der Scheidung gegen die Frau kompromisslos zu unterstützen, scheint hier ein aktives Verkaufsargument zu sein. Auch wenn es lustig gemeint wäre, bleibt doch die Annahme stehen, dass Frauen für Salzburger Rechtsanwälte offensichtlich keinen Mandanten-Status erreichen können und nur der Mann das schutzbedürftige Wesen bzw Klient sein kann. Aufgrund so einer Werbeaussage müsste eigentlich jede Geschäftsfrau, die einen Salzburger Rechtsanwalt für ihre Agenden beschäftigt, mit dem sofortigen Entzug des - egal welchen - Mandats antworten.

Diese Anzeige ist eine klare Diskriminierung nach

1. Grundsätzliche Verhaltensregeln

1.1. Allgemeine Werbegrundsätze und hier

5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch entwürdigende oder diskriminierende Darstellungen (ich rechne hier diese Verhöhnung dazu)

1.2. Ethik und Moral

1.2. 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 - Menschen

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

1.1. a) Personen auf abwertende, verächtliche machende oder verspottende Weise dargestellt werden: (Frau in Stöckelschuhen gießt mit Kinder-Gießkanne das Miniatur-Gartenhäuschen)

Da die gesamte Darstellungsform und der Kontext ziemlich einseitig aggressiv gegen Frauen in Scheidung wirken, sollte das Sujet nochmals überdacht werden - ebenso anscheinend die Haltung einer ganzen Berufsgruppe in einer Stadt oder Bundesland.

Entscheidung:

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahme (Printanzeige) der Salzburger Rechtsanwaltskammer die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen** aus.

Begründung:

Das beanstandete Sujet zeigt die Illustration eines winzigen Hauses, das von einer Dame mit Gießkanne gegossen wird, sowieso wie Aufschrift „*Liebe Ex, klar kriegst du das Häuschen: das Gartenhäuschen*“. Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die Werbemaßnahme hinsichtlich des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft nicht sensibel genug gestaltet wurde. Kritisiert wird dabei vor allem die Tatsache, dass das verwendete Wording diskriminierend und abwertend gegenüber Frauen ist und sich veralteter Stereotype bedient, welche die Gleichwertigkeit zwischen Männern und Frauen in Frage stellen. Die Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen spricht sich deshalb für die **Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen** aus.

Der Großteil der Werberäte und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die beanstandete Werbemaßnahme hinsichtlich des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft, konkret Artikel 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung, 1.1. Allgemeine Werbegrundsätze und 1.2. Ethik und Moral, nicht sensibel genug gestaltet wurde.

HINWEIS: Eine nicht unerhebliche Zahl der Werberäte und Werberätinnen spricht sich aufgrund der diskriminierenden und abwertenden Darstellung für die Aufforderung zum sofortigen Stopp bzw. sofortigen Sujetwechsel aus.

2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung

Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn

b) die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

a) Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise dargestellt werden;

1.1 Allgemeine Werbegrundsätze

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

1.2. Ethik und Moral

1.2. Werbung darf niemanden mittelbar oder unmittelbar diskriminieren oder Diskriminierung fördern. Besonderen Schutz vor Diskriminierung bedürfen dabei die Diversitätskerndimensionen

a) Geschlecht: Werbung darf niemanden (mittelbar oder unmittelbar) aufgrund seines

Geschlechtes diskriminieren. Männer und Frauen sind stets als vollkommen gleichwertig zu betrachten und zu behandeln.

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3131>