



## STELLUNGNAHME DES AS-BEIRATES

### Beschwerde Wirtschaft in Leibnitz/Schmuck gegen Migräne

Stellungnahme des AS-Beirates (20)

Der Wirtschaftsbund Leibnitz wirbt mit Geschenkgutscheinen für das Einkaufen in Leibnitz. Der Absender ist will Wirtschaft in Leibnitz. Die von der Beschwerde betroffene Headline der Facebook-Werbung lautet: „Sie braucht etwas gegen ihre Migräne: SCHMUCK. Kauf in Leibnitz!“

Eine Headline erzeugt Bilder im Kopf und soll Missverständnisse vermeiden. Die vorliegende Headline hat zwei Gesichter: das eine Gesicht bedeutet, die Ehe-Frau („sie“-Bezeichnung in langjährigen Beziehungen) hat Migräne und kann durch den Kauf eines Schmuckstückes eines Wirtschaftsbetriebes in Leibnitz geheilt bzw. „medikamentös“ unterstützt werden. Die Krankheit Migräne wird hier nicht ernst genommen und als Marotte verharmlost.

Das zweite „Gesicht“ dieser Headline ist der klassische stereotype Zugang: „sie“ hat keine Lust auf Sex und schützt Migräne vor (eine klassische „Ausrede“ nach Biertisch-Art). Die Lösung für den ratlosen - vielleicht auch fremdgehenden - Mann heißt, sie mit Schmuck zu „überreden“ - ein klassischer Rat, „sie“ wieder rumzukriegen und auf Linie zu bringen.

Eine harmlos witzig wirkende Headline, die sexistisch und frauenverachtend ist und sofort gestoppt werden soll.

#### **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.*

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

*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):**

*2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren.*

*Wesentlich dabei ist die Betrachtung der Werbemaßnahme im Gesamtkontext.*

*2.1.2. Personen auf abwertende, verächtlich machende oder verspottende Weise*

dargestellt werden;

2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;

ent  
scheidung

österreichischer  
werberat

### **Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat spricht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahmen von der „Wirtschaft in Leibnitz“ **die Aufforderung zum sofortigen Stopp der Kampagne bzw. sofortigen Sujetwechsel** aus.

### **Begründung:**

Die eindeutige Mehrheit der Werberätinnen und Werberäte sieht im Hinblick auf das beanstandete Werbesujet eine Verletzung des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, vor allem des Artikels 2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung. Auch der Junge Werberat, bestehend aus 15- bis 29-jährigen SchülerInnen, StudentInnen sowie VertreterInnen der Kommunikationsbranche, spricht sich für einen sofortigen Stopp der Kampagne aus.

„Wirtschaft in Leibnitz“ bewirbt mittels Facebook Ads neue Geschenkegutscheine, die man beim Einkaufen in Leibnitz einlösen kann. Die Gutscheine werden auf einem schwarzen Hintergrund abgebildet und mit dem Slogan „Sie braucht etwas gegen ihre Migräne: Schmuck“ beworben.

Die Werberäte und Werberätinnen beanstanden, dass das beanstandete Sujet vor allem mit sexistischen Stereotypen – Migräne als „Frauenkrankheit“ und ihre Heilung durch Luxusartikel – wirbt. Dadurch wird sowohl die Krankheit selbst bagatellisiert als auch Shoppen als Problemlösung für eine ernstzunehmende Krankheit vorgeschlagen.

Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich in dieser Hinsicht für **einen sofortigen Stopp der Kampagne bzw, zum sofortigen Sujetwechsel** aus.

**Ein Verstoß des Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft konnte in nachfolgend angeführten Punkten festgestellt werden:**

#### **1.1. Allgemeine Werbegrundsätze**

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

#### **2.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung**

*2.1.1. Werbung darf nicht aufgrund des Geschlechts diskriminieren. Wesentlich dabei ist die Betrachtung der Werbemaßnahme im Gesamtkontext. Zu berücksichtigen sind insbesondere die verwendete Bild-Text-Sprache, Darstellungsweise (Ästhetik, künstlerische Gestaltungselemente), Zielgruppenausrichtung und damit einhergehend, in welchem Umfeld die Werbemaßnahme platziert ist.*

*Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn*

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

*2.1.3. die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt wird;*

<https://werberat.at/verfahrendetail.aspx?id=3965>