

Stellungnahme des Antisexismus-Beirates zur Werbung eines Barber Shops

Die Werbung wirbt mit einer altmodischen Bebilderung im Schaufenster des Ladens: Linkerhand ist die Zeichnung eines Mann mit mächtigem Backenbart und Zylinder zu sehen, darunter steht: „Männer: JA“. Auf der rechten Seite befindet sich die Zeichnung einer Frau mit einer hohen Aufsteckfrisur abgebildet; darunter steht: „Frauen: NEIN“. Zwischen den beiden Köpfen schließlich ist ein (männlicher) Hund abgebildet, darunter ist zu lesen: „Hunde: JA“. Während also Männer und Hunde im dem Geschäft willkommen sind, werden die Dienstleistungen für Frauen nicht angeboten – laut Auskunft der Beschwerdeführerin dürfen Frauen das Geschäftslokal nicht einmal betreten. Die Problematik dieser Werbung liegt auf zwei Ebenen. Zunächst ist festzuhalten, dass der Ausschluss von Frauen gegen das Gleichbehandlungsgesetz verstößt. Gemäß § 31 GIBG § 31. (1) darf niemand auf Grund des Geschlechts „unmittelbar oder mittelbar beim Zugang zu und bei der Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen, die der Öffentlichkeit zur Verfügung stehen [...] diskriminiert werden.“ Es gibt keinen Hinweis darauf, dass hier eine Ausnahme vorliegt. Dies wäre laut § 33 GIBG dann der Fall, wenn für den Ausschluss von Frauen ein rechtmäßiges Ziel vorliegt und „die Mittel zur Erreichung dieses Ziels angemessen und erforderlich sind“. Demnach wird ein gesetzwidriger Zustand beworben. Aber auch die Gestaltung der Werbung an sich ist problematisch. Die Bebilderung zeigt an, dass neben Männern sogar Hunde die Dienstleistungen des Geschäfts in Anspruch nehmen dürfen, nicht aber Frauen. Dadurch wird suggeriert, dass Frauen weniger wert seien (als Hunde). Weiblichkeit wird auf abwertende Weise dargestellt – ein Verstoß gegen 2.1.1.1.1.a. des Ethik-Kodex. Dadurch wird auch die Gleichwertigkeit der Geschlechter in Frage gestellt (2.1.1.1.1.b. Ethik-Kodex). Dass das Plakat ohne nackte Körper(-Teile) und ohne anzügliche Sprüche auskommt, ändert nichts an seinem sexistischen Charakter, denn der ÖWR-Kodex qualifiziert jede geschlechterdiskriminierende Werbung als sexistisch (2.1.1.1.1). Aufgrund des Gesetzesverstößes wie des Verstoßes gegen grundlegende Normen des Ethik-Kodex wird angeregt, der Werberat möge den unverzüglichen Stopp beanstandeten Werbung verfügen.