

Stellungnahme zur Werbung eines Sportunternehmens

Die Werbeeinschaltung (Werbung in Printmedium) zeigt einen Mann und eine Frau; bis auf Schischuhe sind beide nackt. Den Schambereich verdeckt ein schräg gestellter gelber Balken mit der Aufschrift „YOU CAN LEAVE YOUR BOOTS ON“. Rund um die beiden Figuren sind Schischuhmodelle abgebildet. Thematisch betrachtet haben Schischuhe - anders als etwa Bademode - keinen direkten Bezug zum nackten menschlichen Körper. Somit wird klar, dass die nackten Körper hier mit der Absicht abgebildet sind, durch ein sexualisiertes Signal einen Blickfang zu erzeugen. Diese Gestaltung verstößt gegen SBK Artikel d. Die Strategie des sexualisierten Signals wird unterstrichen durch den Slogan „YOU CAN LEAVE YOUR BOOTS ON“. Die Schischuhe darf frau/man am Körper behalten, während – so das Signal – die andere Kleidung auszuziehen ist.

Der Werbung mit den bis auf die Schischuhe nackten Körpern fehlt ein sachlicher Inhaltsbezug zum beworbenen Produkt. Gerade angesichts der im Winter bei Schnee üblicherweise herrschenden Frosttemperaturen wirkt die Nacktheit der Personen besonders künstlich. Unverhohlen werden die Personen in sexualisierter Funktion als Blickfang eingesetzt. Damit instrumentalisiert die Werbung Frauen wie Männer und suggeriert, es stehe frei, Menschen einseitig und abwertend als Objekte des Sexualbegehrens darzustellen dieses Instrumentalisieren erscheint auch mit Blick auf eine mögliche Hierarchisierung des Geschlechterverhältnisses problematisch (c).

Die Werberätinnen und Werberäte mögen die Aufforderung aussprechen, die Werbung umgehend abzusetzen.

Entscheidung: Der Österreichische Werberat spricht im Falle des beanstandeten Printsujets „You can leave your boots on, die Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen oder einzelner Sujets sensibler vorzugehen aus.