

### Stellungnahme des Antisexismusbeirates zur Werbung eines Sportwettenunternehmens:

Die Homepage begrüßt Besucher\*innen derzeit mit einem Werbeelement, das eine nackte Frau von hinten zeigt. Das Bild ist so gestaltet, als würde durch ein Fernglas geblickt werden. Sichtbar ist die Frau ab etwa der Mitte des Pos; sie hat rechts einen Fußball zwischen Arm und Hüfte geklemmt und blickt mit rückwärtsgedrehtem Kopf dem wohl als männlich-heterosexuell imaginierten Betrachter verheißungsvoll-aufreizend entgegen. Darunter befindet sich eine Art Spruchbanner mit dem Text „OH LÀ LÀ! Jetzt 200 EUR EM-Bonus holen!“ Hier ist der klassische Fall einer Blickfangwerbung gegeben. Die abgebildete Frau wird „in rein sexualisierter Form als Blickfang dargestellt“; das Bild hat keinen wie auch immer gearteten „direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt“. Eine solche Blickfangwerbung ist gemäß Art. 2.1.1.1.1.d) Ethikkodex des österreichischen Werberates untersagt. Besonders problematisch erscheint der Voyeurismus, den der Blick durch das Fernglas den Betrachter\*innen aufzwingt. Damit wird der Eindruck noch verstärkt, bei der dargestellten Frau handle es sich um verfügbares Objekt männlich-heterosexuellen Zugriffs. Der Antisexismusbeirat regt an, das Unternehmen zum sofortigen Stopp der Werbung aufzufordern.