

## Stellungnahme des Anti Sexismus Beirates

Das beworbene Produkt hat einen klaren sachlichen Bezug zum Körper, denn es soll die erotische Attraktivität des Mannes durch eine anziehende Duftnote verstärken. Die Werbegestaltung arbeitet aber mit weit über diesen Sachzusammenhang hinausgehenden Aufladungen. Die Frau in High-Heels mit überknappem Höschen in aufreizender Pose signalisiert Sexdienstleistungen für heterosexuelle Männer. Der Unterkörper der Frau, in der Grätsche klar als sexuelle Chiffre inszeniert, vermittelt Männern, das Parfum werde ihnen zu raschen sexuellen Eroberungserfolgen verhelfen. Dieses Signal bestärkt der Slogan REAL MEN SCORE: Echte Männer treffen, punkten, erbeuten etwas. Damit wird dem Heteromann versichert, dass er ein echter (real) Mann ist; weiters wird er durch das Wort score als Sieger einer sexuellen Eroberung programmiert. Die Frau wird in hochgradig sexualisierter Funktion als Hingucker instrumentalisiert. Mit dieser Strategie des Blickfangs durch sexualisierte Komponenten ohne adäquaten sachlichen Bezug zum beworbenen Produkt verstößt die Werbung gegen Selbstbeschränkungskodex Artikel 2.1.1.1.1.d. Den Eindruck der Entpersönlichung verstärkt das Reduzieren der Frau auf ihren sexualisierend zugerichteten Unterkörper. Das Plakat stellt die Frau einseitig und abwertend als Objekt männlicher-heterosexuellen Begehrens dar (2.1.1.1.1.a). All dies untergräbt auch die Gleichwertigkeit der Geschlechter (2.1.1.1.1.b.) und erscheint geeignet, männlichem Dominanzgebaren Vorschub zu leisten (2.1.1.1.1.c). Es wird empfohlen, die Aufforderung auszusprechen, die Werbung umgehend abzusetzen.