

## Bet at home Werbung im TV

[Drucken](#)

13.06.2016

### entscheidung

**Entscheidung:**

Der Österreichische Werberat spricht im Falle des beanstandeten TV-Spots des Unternehmens „bet-at-home“ die Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen sensibler vorzugehen aus.

**Begründung:**

Eine Vielzahl an Werberäten und Werberätinnen ist der Auffassung, dass die beanstandete TV-Werbemaßnahme hinsichtlich des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft, konkret Artikel 2.1 Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) sowie 1.1 Allgemeine Werbegrundsätze nicht sensibel genug gestaltet wurde.

Im Gegensatz zu den Print- und Online Sujets wird bei der TV-Kampagne des Wettanbieters eine Geschichte erzählt, bei welcher nicht vordergründig die Nacktheit thematisiert wird und per se diese nicht sexuell konnotiert ist.

Wenn auch werblich überzeichnet, wurde die Verbindung zu dem französischen Filmklassiker „Der Gendarm von Saint Tropez“ von den österreichischen Werberäten und Werberätinnen erkannt. Jedoch wurde insbesondere die Schlusszene des TV-Spots als äußerst kritisch beurteilt. Diese stellt auch das Key Visual der Gesamtkampagne dar und weist im Gesamtzusammenhang keinen Bezug zu dem beworbenen Produkt auf. Die Protagonistin fungiert in rein sexualisierter Funktion als Blickfang.

Die Werberäte und Werberätinnen empfehlen daher den sensibleren Umgang bei künftigen Werbemaßnahmen, im Speziellen entsprechend der nachfolgenden Kodex-Punkte:

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

*1.1. Geschlechterdiskriminierende Werbung (sexistische Werbung) liegt insbesondere vor, wenn d) die Person in rein sexualisierter Funktion als Blickfang dargestellt wird, insbesondere dürfen keine bildlichen Darstellungen von nackten weiblichen oder männlichen Körpern ohne direkten inhaltlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt verwendet werden.*

*1.1 Allgemeine Werbegrundsätze*

*5. Werbung darf nicht die Würde des Menschen verletzen, insbesondere durch eine entwürdigende Darstellung von Sexualität oder anderweitig diskriminierende Darstellungen.*

### be schwerde

Erstens besteht kein sachlicher Zusammenhang zwischen einer fast nackten Frau und einer Wette und zweitens wird die Frau hier rein als Objekt sexueller Attraktivität eingesetzt. Nicht nur am Plakat sondern auch in der Kino-Werbung.

### be schwerde

Die aktuelle bet-at-home Werbung anlässlich der EM 2016 macht mit dem Werbespot und dem Plakat sämtliche (vermeintliche) Errungenschaften in Sachen Respekt vor Frauen mit einem Schlag zunichte. Die nackte Frau, die leicht belämmert dreinschaut, der voyeuristische Blick durch den Feldstecher, die Frau, die das anscheinend (Blick in die Kamera bzw richtung Voyeurist) bemerkt, aber mit einem Lächeln als ok durchgehen lässt. Ich finde das Plakat furchtbar. Ich fühle mich als Frau sehr unwohl, wenn ich solche Plakate in der Öffentlichkeit sehe. Die Werbung tut das als lustig und ok ab, nackte Menschen bzw im speziellen Frauen zu begaffen. Ich kannte den Fernsehspot erst gar nicht. Aber der schlagt im Prinzip in die gleiche

Kerbe. Massiv sexistisch und frauenverachtend. Versteckt hinter vermeintlicher "Lustigkeit". Es ist traurig, dass im Jahr 2016 immer noch so platte sinnlose Werbungen existieren und es keine Mittel gibt, diese zu verbieten. Ich schäme mich für unsere Werbelandschaft.

be  
schwerde

Ich erachte die aktuelle Printwerbung von Bet at home als sehr sexistisch! Auch den Werbespot bzw. besonders das am Ende eingeblendete Bild, das schließlich die Printkampagne zielt, sehr unangebracht. Frauen werden damit zu Objekten degradiert. Ich bitte Sie für eine sofortige Beendigung der Kampagne einzutreten.

be  
schwerde

Ich möchte mich über die sexistische bet at home Werbung beschweren, in der Frauen zu reinen sexualobjekten degradiert werden und die bespannt werden. Diese Werbung ist daher auch in keinster weise komödiantischen.

be  
schwerde

Plakate sind unerträglich. Auch TV-Werbung dieser Firma unangemessen (zumindest im Deutschen TV gesehen).

be  
schwerde

Die Plakat- und Fernsehwerbung von Bet At Home zur EM ist massivst frauenverachtend und weder mit dem Schutz und der Würde jedes Menschen vereinbar noch mit dem Schutz der Kinder, die sich tagtäglich die nackten Körper des Werbemodells anschauen müssen. Ich verlange daher ein Eingreifen seitens des Werberates.

be  
schwerde

Ich finde es höchst unangemessen, dass vor und nach den EM-Spielen diese bet-at-home-Werbung mit lauter Nackten gespielt wird. Ich schau die EM mit meinen minderj. Kindern und bin bestürzt und fühle mich als ORF-Gebührenzahler gefrozzelt. Ich schau die EM jetzt nur mehr auf ZDF. Ich hoffe der Werberat rät dem ORF dazu, diese Werbung sofort abzustellen

be  
schwerde

Vielen Dank, dass sie die sexistische Printwerbung von bet at home com kritisieren, nun ist es höchste Zeit, auch den TV-Spot einzustellen. Warum soll dieser weniger sexistisch sein? Es geht um das gleiche Sujet, die gleich Problematik: Voyeurismus und sexistische Darstellung des weiblichen Körpers wird als gut und völlig normal verkauft.

European Advertising  
Standards Alliance



Medienpartner



[Kontakt](#)

[Impressum](#)

[Sitemap](#)

web by atwork