

# DEUTSCHER WERBERAT

DEUTSCHER WERBERAT | AM WEIDENDAMM 1A | 10117 BERLIN

An die Beschwerdeführenden  
im Fall „wellyou Fitness“

per E-Mail

AKT.-Z.

A\_2025-0395-SB u.a.

DATUM

05.12.2025

BETRIFFT

**Werbung für „wellyou Fitness“ in den sozialen Netzwerken und auf Plakaten**

Sehr geehrte/r Beschwerdeführende/r,

Sie hatten sich beim Deutschen Werberat über die oben genannte Werbung von „wellyou Fitness“ beschwert.

Zwischenzeitlich wurde die Werbung unter Berücksichtigung Ihrer Kritik sowie der dazu eingeholten Stellungnahme des Unternehmens vom Entscheidungsgremium des Deutschen Werberats geprüft.

Das Gremium hat das Reel „Am Ende zählt nur, was Du bist“ sowie das Plakat/Motiv mit der nackten Frau auf dem Laufband beanstandet. Beide Werbemaßnahmen verstößen gegen die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats, insbesondere die Ziffer 5 und 6 der Verhaltensregeln des Deutschen Werberats gegen Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen. Danach dürfen in der kommerziellen Kommunikation vor allem keine Aussagen oder Darstellungen verwendet werden, die Personen auf Ihre Sexualität reduzieren oder ihre sexuelle Verfügbarkeit nahelegen und/oder die mit übertrieben herausgestellter Nacktheit eine Herabwürdigung des Geschlechts vermitteln.

## **I. Reel: „Am Ende zählt nur, was du bist“**

Es liegt ein Verstoß gegen Ziffer 5 und 6 der Verhaltensregeln des Deutschen Werberats gegen Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen vor.

Das Gremium hat festgestellt, dass die Kombination aus körperbetonten Szenen und doppeldeutigen, sexualisierten Texten („Mach die Beine breit...“, „...bis du endlich den größten hast.“) die gezeigten Personen auf ihre Sexualität reduziert und ihre sexuelle Verfügbarkeit nahelegt. In Verbindung mit dem Slogan „Am Ende zählt nur, was du bist – nicht, was du an hast.“ wird der Eindruck verstärkt, dass die physische Attraktivität und nicht die sportliche Leistung im Mittelpunkt steht. Damit liegt sowohl eine Reduzierung auf die Sexualität der dargestellten Personen (Ziffer 5) als auch eine übertrieben herausgestellte Nacktheit mit herabwürdigender Wirkung (Ziffer 6) vor.



DEUTSCHER WERBERAT | AM WEIDENDAMM 1A | 10117 BERLIN  
TEL.: +49 30 590099-700 | FAX: +49 30 590099-722 | E-MAIL: WERBERAT@WERBERAT.DE | WWW.WERBERAT.DE

# DEUTSCHER WERBERAT

## II. Nackte Frau

Es liegt ein Verstoß gegen Ziffer 6 der Verhaltensregeln des Deutschen Werberats gegen Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen vor.

Das Gremium hat festgestellt, dass die Darstellung der Frau in einem Fitnessstudio ohne Sportbekleidung eine übertrieben herausgestellte Nacktheit vermittelt. Der weibliche Körper wird hier primär als Blickfang eingesetzt, ohne dass ein sachlicher Bezug zum beworbenen Fitnessangebot erkennbar wäre. Damit entsteht der Eindruck einer sexualisierten Darstellung des weiblichen Geschlechts, die Frauen herabwürdigt. Die Inszenierung reduziert die Frau auf ihre körperlichen und sexuellen Merkmale und überschreitet die Grenze zulässiger werblicher Gestaltung.

Nachdem der Deutsche Werberat den Werbetreibende über die Entscheidung des Gremiums informiert hatte, hat dies das Reel aus den Social-Media-Auftritten entfernt und die Plakate abgehängt.

Zudem hat das Unternehmen angekündigt, die Motive so nicht mehr zu verwenden.

Der Deutsche Werberat geht deshalb davon aus, dass künftige Werbemaßnahmen des Unternehmens mit den Verhaltensregeln des Deutschen Werberats in Einklang stehen werden und schließt dieses Verfahren nun ab.

Sollten künftig Werbemaßnahmen erscheinen, die erneut im Konflikt mit den Verhaltensregeln der Branche stehen, wird der Werberat erneut tätig werden.

## III. Beschwerden zu weiteren Motiven

Teilweise waren beim Werberat auch Beschwerden zu weiteren früheren Werbemaßnahmen des Unternehmens eingegangen. Hier hatten wir die Motive „Frau mit Handtuch“ und „Nackter Mann“ dem Entscheidungsgremium vorgelegt.

Den Spot „Epic save“ zu dem ebenfalls Beschwerden eingegangen waren, hatte das Unternehmen bereits nach Aufforderung zur Stellungnahme zurückgezogen.

Bei den Motiven „Frau mit Handtuch“ und „Nackter Mann“ hat das Gremium entschieden, dass kein Verstoß gegen die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats vorliegt.

### 1. Frau mit Handtuch

Es liegt kein Verstoß gegen die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats gegen Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen vor.

Das Gremium hat in seiner Entscheidung berücksichtigt, dass sämtliche Geschlechtsmerkmale bedeckt sind und die Darstellung sportlich-athletisch wirkt. Die Inszenierung ist auf den Körper als Gegenstand des Fitnesstrainings gerichtet und nicht auf eine sexualisierte Verfügbarkeit. Eine übertrieben herausgestellte Nacktheit, die eine Herabwürdigung des Geschlechts vermittelt, liegt daher nicht vor.

### 2. Nackter Mann

Es liegt kein Verstoß gegen die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats gegen Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen vor.

# DEUTSCHER WERBERAT

Das Gremium des Deutschen Werberats hat festgestellt, dass der Intimbereich des Mannes vollständig verdeckt ist und die Darstellung den sportlichen Trainingserfolg, insbesondere der Oberkörper und die Arme, betont. Die Inszenierung des Mannes ist nicht auf eine sexualisierte Wirkung, sondern auf den Körper als Trainingsobjekt gerichtet. Damit fehlt die Voraussetzung einer übertrieben herausgestellten Nacktheit im Sinne von Ziffer 6. Eine Herabwürdigung des männlichen Geschlechts konnte nicht erkannt werden.

Wir bedanken uns abschließend für Ihren Hinweis.

Mit freundlichen Grüßen  
Team Deutscher Werberat