

Sexismus ist keine Frage des Geschmacks

Seit langem wehren sich Frauen gegen sexistische, diskriminierende, herabsetzende oder respektlose Werbung. Zwar werden heute vereinzelt auch Männer in entwürdigender Weise dargestellt. Dennoch ist frauenfeindliche Werbung aber nach wie vor verbreitet oder nimmt sogar zu. Das Geschäft mit der Werbung bestimmt der Slogan: "Sex sells".

Frauen werden in der Werbung oft auf bestimmte Klischees, Rollen oder Eigenschaften reduziert. Frauen sollen zum Beispiel in der Rolle der Verführerin oder zu Verführerinnen zum Kauf eines Produktes animieren. Auf verschiedene Arten wird weibliche Sexualität für Werbezwecke missbraucht und Frauen als reine Sexualobjekte dargestellt.

Zugenommen hat doppeldeutige Werbung: Anzeigen und Werbespots haben die Gleichstellung und Selbständigkeit von Frauen zum Thema – aber oft erst auf den zweiten Blick wird erkennbar, dass diese dabei karikiert und lächerlich gemacht wird, insbesondere mit ironischen, zweideutigen Wort- und Bildspielen. Unter dem Vorwand, "kreativ" oder "witzig" werben zu wollen, werden alte frauenfeindliche Denkmuster neu aufgenommen und verbreitet.

Bei frauenfeindlicher Werbung geht es nicht um Fragen des guten oder schlechten Geschmacks, sondern um Respekt.

Sexismus ist kein Verkaufsargument

Werbung nimmt in unserer Gesellschaft eine dominante Rolle ein: Sie schafft Bilder, transportiert Botschaften, beeinflusst Vorstellungen – effektiver und eindringlicher als andere Medien, denn Werbung ist plakativ und allgegenwärtig.

Werbefachleute sind aufgefordert, ihre Verantwortung wahrzunehmen. Sie haben es in der Hand, auf Werbung zu verzichten, die in irgendeiner Weise die Würde der Frauen missachtet, ebenso wie auf Werbung, die ein einseitiges, einschränkendes Frauenbild vermittelt. Werbemethoden, die mit frauenfeindlichen Denkmustern und Assoziationen "spielen", sind weder kreativ noch innovativ.

Darüber hinaus ist eine breite, kritische Auseinandersetzung mit Werbung, ihren Mechanismen, ihrer Wirkung nötig. Der Umgang mit Medien und Werbung muss bereits in Schulen, Ausbildung und Familie ein Thema sein. Zu dieser Auseinandersetzung gehört auch die Sensibilisierung gegenüber rassistischer, fremdenfeindlicher Werbung. Firmen, die auf das Verkaufsargument "Sex sells" setzen, denken nur dann um, wenn viele Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Kaufentscheidung kritisch hinterfragen.

Kreative Werbung kommt ohne Frauenklischees aus.

Sexismus hat viele Gesichter

Woran Sie frauenfeindliche Werbung erkennen können

- Bilder und Texte beleidigen Frauen und stellen sie in entwürdigender Weise dar. Dazu gehören auch doppeldeutige Wort- und Bildspiele.
- Frauen werden mit Waren verglichen oder gleichgesetzt. Bilder und Texte vermitteln den Eindruck, Frauen seien – wie das Produkt – zu kaufen.
- Abgebildete Frauen oder die Art ihrer Darstellung haben keinen Zusammenhang zum angepriesenen Produkt. Frauen (oder Teile ihres Körpers) werden als reiner Blickfang oder als Dekoration verwendet.
- Frauen werden in Bild oder Text auf bestimmte Rollen (z. B. Verführerin, Luxusgeschöpf) oder auf bestimmte Eigenschaften (z. B. dumm, dienend, passiv) reduziert.
- Bilder oder Texte fixieren Frauen und Männer (oder Kinder) in überholten Geschlechterrollen (z. B. stets Arzt und Krankenschwester statt wechselweise auch Ärztin und Krankenpfleger).
- Das Verhältnis von Frauen zu Männern ist in Bild und Text geprägt von Abhängigkeiten und Unterwürfigkeit.
- Es wird unterschwellig vermittelt, Frauen seien Besitz oder Beute eines Mannes, oder es werden Assoziationen im Bereich Gewalt ausgelöst.
- Weibliche Sexualität wird vermarktet. Die sexuelle Verfügbarkeit von Frauen wird signalisiert.
- Mittels Bildern oder Texten werden extreme Schönheits- oder Schlankkeitsnormen propagiert.
- Texte sind ausschließlich in der männlichen Form geschrieben, obwohl Frauen gemeint sind.

Sex sells? Mit mir nicht!

Wie Sie sich gegen frauenfeindliche Werbung wehren können

- Beschweren Sie sich mündlich oder schriftlich bei dem Geschäft oder Unternehmen, das das beworbene Produkt herstellt oder verkauft, oder bei der Firma, die Dienstleistungen mittels frauenfeindlicher Werbung anbietet.
- Beschweren Sie sich bei der Werbeagentur, die das Werbemittel (Plakat, Prospekt, Inserat, Werbespot usw.) hergestellt hat.
- Fassen Sie Ihre Kritik an einer frauenfeindlichen Werbung kurz zusammen und schicken Sie diese als LeserInnenbrief an Zeitungen oder Zeitschriften.
- Beschweren Sie sich bei elektronischen Medien über frauenfeindliche Werbespots, zum Beispiel in einem Brief an die Fernsehleitung.
- Machen Sie frauenfeindliche Werbung in Ihrem Bekanntenkreis, in Gruppen, Firmen, Organisationen, Aus- und Weiterbildung zum Thema.

Tipp: Diese Broschüre enthält eine Postkarte, die Sie für ihren Protest verwenden können.

Wohin Sie sich wenden können

- Beschwerden Sie sich beim Deutschen Werberat, Postfach 20 14 14, Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin
Tel. 030/590099200, Fax 030/590099222
E-Mail: werberat@werberat.de

- Schreiben Sie an die Verbraucherzentrale Bayern e.V., Mozartstr. 9, 80336 München, Tel. 0 89/5 39 87-0, Fax 0 89/53 75 53, E-Mail: info@verbraucherzentrale-bayern.de

- Bei Werbeplakaten im Bereich der Deutschen Bahn wenden Sie sich an die Deutsche Eisenbahn-Reklame GmbH
Bürgermeister-Brunner-Str. 2
34117 Kassel, Tel. 0561/7002-0
Fax 0561/7002-230,
E-Mail: info@derg.de

Unterstützung finden Sie beim Deutschen Frauenrat e.V.
Axel-Springer-Str. 54 a, 10117 Berlin,
Tel. 030/204569-0, Fax 030/204569-44
E-Mail: kontakt@frauenrat.de

Tipp: Halten Sie eine Reklame, Fotos, Schriften usw. für jugendgefährdend, stellen Sie bitte Strafantrag bei der Polizeidirektion, die für Ihren Wohnort zuständig ist. Das Material wird von der Staatsanwaltschaft auf eine mögliche Jugendgefährdung geprüft. Ist der Strafantrag erfolgreich, so muss es vom Markt genommen werden.

Also:

- Produkte gezielt auswählen und Dienstleistungen, für die mit frauenfeindlichen Methoden geworben wird, nicht mehr in Anspruch nehmen

- Den Unmut gegen sexistische Werbung gemeinsam öffentlich machen - so wird Ihr Protest wirkungsvoll.

In eigener Sache

Frauenbüros unterstützen Ihren Protest gegen sexistische Werbung

Manche mögen die Auseinandersetzungen um Sprache und um frauendiskriminierende Darstellungen für übertrieben oder gar für völlig überflüssig halten. Doch Tatsache ist: Diskriminierender Sprachgebrauch und einseitige Darstellung von Frauen in Wort und Bild waren und werden immer wieder Anlass für Bürgerinnen und Bürger sein, sich bei der zuständigen Gleichstellungsstelle für Frauen zu beschweren. Häufig fordern Betroffene ganz massiv den Protest der Gleichstellungsbeauftragten gegenüber den Verantwortlichen ein.

Tritt die Frauenbeauftragte dann öffentlich gegen sexistische Darstellungen auf, so ist in aller Regel eine überaus negative Berichterstattung in den Medien die Folge. Motto: "Haben die denn keine anderen Sorgen?!" Über diese Erfahrung berichtet nicht nur die Münchner Gleichstellungsstelle. Um dem entgegen zu treten, hat sich das Münchner Frauenbüro dafür entschieden, regelmäßig eine Frauenkommission des Stadtrates mit den Protesten zu befassen. Mit gutem Erfolg.

Wirksames Handeln gegen das Geschäft mit dem Klischee sex-sells erfordert solidarisches und gemeinsames Engagement. Deshalb unterstützen die in der Landesarbeitsgemeinschaft der bayerischen Gleichstellungsstellen vertretenen Gleichstellungsbeauftragten IHREN Protest gegen frauenfeindliche Werbung.



Über die LAG Bayern

"Frauen und Männer sind gleichberechtigt", so steht es in der Verfassung. Bundesweit tragen in vielen Städten, Gemeinden oder Bezirken kommunale Gleichstellungs- und Frauenbeauftragte dazu bei, dieses Verfassungsgebot in die Praxis zu übertragen. Sie wollen

- Frauen zu ihren Rechten verhelfen
- sich in ihren Verwaltungen zugunsten der Gleichberechtigung von Frauen einmischen
- in der Gesellschaft das Bewusstsein für mehr Gleichberechtigung fördern.

In der Landesarbeitsgemeinschaft (LAG) haben sich Kolleginnen aus bayerischen Kommunen, Landkreisen und Bezirken freiwillig zusammengeschlossen, um die Interessen der Frauen in Bayern stärker in den Mittelpunkt der Politik zu rücken und die Arbeit und Stellung der Gleichstellungsbeauftragten wirkungsvoller zu gestalten.

Mehr Informationen über die LAG Bayern: im Internet unter www.gleich-im-netz.de

Über TERRE DES FEMMES e.V.

TDF wurde 1981 als eine gemeinnützige Menschenrechtsorganisation gegründet. Durch eigene Publikationen, Presseerklärungen, Informationsstände, Veranstaltungen, Jahreskampagnen und Lobbyarbeit will TERRE DES FEMMES die breite Öffentlichkeit sensibilisieren und aufklären über Misshandlung, Diskriminierung und Ausbeutung von Frauen. TERRE DES FEMMES macht sich stark für ein selbstbestimmtes und freies Leben von Frauen und Mädchen weltweit. Ziel ist ein partnerschaftliches und gleichberechtigtes Geschlechterverhältnis.

TERRE DES FEMMES E.V.
Menschenrechte für die Frau
D-Postfach 2565
72015 Tübingen
Tel. 07071/79730
Fax 07071/797322
tdf@frauenrechte.de
www.frauenrechte.de

Sex sells? Mit mir nicht!

- Die Broschüre finden Sie im Internet unter der Adresse:

www.gleich-im-netz.de

Die homepage der Landesarbeitsgemeinschaft der bayerischen Gleichstellungsstellen wird finanziell unterstützt von der Leitstelle für die Gleichstellung von Frauen und Männern im Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Gesundheit.

- Außerdem ist diese Broschüre im Internet veröffentlicht unter der Adresse:
www.fan2003.de



Fan2003 steht für das Münchner frauenaktions-netz. Mit dem Slogan "lets netz - Wir kicken Männergewalt aus dem Internet" startete anlässlich des Internationalen Frauentags 2003 eine Protestaktion im WWW.

Diesem virtuellen Protest hat sich die LAG Bayern, TERRE DES FEMMES E.V. und zahlreiche andere Institutionen angeschlossen.

Die homepage www.fan2003.de enthält außerdem umfassende Informationen zum Thema Gewalt gegen Frauen und Kinder.