

Sex sells?

Mit mir nicht!

„Frauenfeindliche
Werbung“ –
und was Sie dagegen
tun können.

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 Verführenden 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 Fernsehdirektion.
- Machen Sie frauenfeindliche Werbung in Ihrem Bekanntenkreis, in Gruppen, Firmen, Organisationen, Aus- und Weiterbildung zum Thema.

Tipp:

Eine Postkarte, die sie für Ihren Protest verwenden können, finden Sie im Infoständer der Detmolder Gleichstellungsstelle im Detmolder Rathaus am Markt (3.OG) oder im Internet unter www.detmold.de

Vordrucke für Beschwerdebriefe an die Firmen und den Deutschen Werberat können sie im Internet unter <http://www.stadtdetmold.de/7190.0.html?&L=37614> als Downloads herunterladen

Wohin Sie sich wenden können!

- Beschwerden Sie sich beim Deutschen Werberat Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin Tel. 030/ 59 00 99-700, Fax 030/ 59 00 99-722
E-Mail: werberat@werberat.de
- Bei Werbeplakaten im Bereich der Deutschen Bahn wenden Sie sich an die Ströer DERG Media GmbH Bürgermeister-Brunner-Straße 2, 34117 Kassel Tel. 05 61/ 70 02-0, Fax 05 61/ 70 02-230 E-Mail: info@derg.de
- Halten Sie eine Reklame, Fotos, Schriften usw. für jugendgefährdend, informieren Sie bitte die Stadt Detmold – Fachbereich Jugend und Soziales Sabine Zurheide, Grabenstraße 1, 32756 Detmold, Tel. 05231 / 977 968, s.zurheide@detmold.de
- Auch uns können Sie gerne ansprechen: Stadt Detmold – Gleichstellungsstelle, Regina Homeyer, Marktplatz 5, 32756 Detmold, Tel. 05231 / 977 284, r.homeyer@detmold.de

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.**

Detmold bezieht Stellung

Manche mögen die Auseinandersetzung um Sprache und frauendiskriminierende Darstellungen für übertrieben oder gar für völlig überflüssig halten. Doch Tatsache ist: Diskriminierender Sprachgebrauch und einseitige Darstellung in Wort und Bild waren und werden immer wieder Anlass für Bürgerinnen und Bürger sein, sich bei verschiedenen Ansprechpartnerinnen und -partnern der Stadt Detmold zu beschweren.

Der Gleichstellungsbeirat und die Gleichstellungsstelle der Stadt Detmold haben sich intensiv mit sexistischer Werbung beschäftigt. Über Öffentlichkeitsarbeit wurde sensibilisiert und aufgezeigt, wie frau / man sich gegen diskriminierende Werbung wehren kann. In einem nächsten Schritt soll geprüft werden, welche Einflussmöglichkeiten die Stadt Detmold gegen sexistische Werbung hat.

Grundsätzlich gilt:

Wirksames Handeln gegen das Klischee Sex-sells fordert solidarisches und gemeinsames Engagement.

Grundsätze des Deutschen Werberats

Von der Homepage - www.werberat.de

In der kommerziellen Werbung dürfen Bilder und Texte nicht die Menschenwürde und das allgemeine Anstandsgefühl verletzen. Insbesondere darf Werbung - gerade gegenüber Kindern und Jugendlichen - nicht den Eindruck erwecken, dass bestimmte Personen minderwertig seien oder in Gesellschaft, Beruf und Familie willkürlich behandelt werden können.

Vor allem dürfen keine Aussagen oder Darstellungen verwendet werden

- die Personen wegen ihres Geschlechts, ihrer Abstammung, ihrer Rasse, ihrer Sprache, ihrer Herkunft, ihres Glaubens, ihrer politischen Anschauung, ihres Alters oder ihres Aussehens diskriminieren
- die Gewalt oder die Verharmlosung von Gewalt gegenüber Personen enthalten
- die den Eindruck erwecken, Personen seien käuflich zu erwerben
- die den herrschenden allgemeinen Grundüberzeugungen widersprechen (zum Beispiel durch übertriebene Nacktheit)
- die Personen auf ihre rein sexuelle Funktion reduzieren und/oder deren ständige sexuelle Verfügbarkeit nahelegen
- die pornografischen Charakter besitzen.

(aus: Grundsätze des Deutschen Werberats zur Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen, 2004)

- das Leitbild des durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers, der den von der Werbung angesprochenen Verkehrskreisen angehört
- die Tonalität und Themenvielfalt in den redaktionellen Teilen der Medien als Ausdruck gesellschaftlicher Realität
- den Charakter des die Werbung verbreitenden Mediums
- die den Eindruck erwecken, Personen seien käuflich zu erwerben
- die Situation, in der der Verbraucher mit der Werbung konfrontiert wird.

(aus: Grundregeln zur kommerziellen Kommunikation, Oktober 2007)

Wir meinen aber auch: Die zunehmende Tendenz der Werbewirtschaft und der Medien mit sexistischen Darstellungen Aufmerksamkeit zu erlangen und Verkaufszahlen zu erhöhen, ist nicht allein ein Spiegelbild der „gesellschaftlichen Realität“, sondern prägt sie wesentlich, weil sie gezielt eingesetzt wird.

Deshalb sex-sells? - Mit mir nicht!

Von der Homepage - www.werberat.de

Die Broschüre finden Sie im Internet unter der Adresse:
www.detmold.de

Hier können Sie sich auch über weitere Schwerpunkte unserer Arbeit informieren, denn unser Auftrag ist:

Zur Chancengleichheit von Frauen und Männern in Detmold beitragen, Strukturen verändern, Benachteiligung abbauen, mehr Chancen für konkrete Gleichberechtigung schaffen.

Hierfür arbeiten wir gemeinsam mit anderen städtischen Ämtern und Einrichtungen, mit Verbänden, Institutionen und den Frauenorganisationen in Detmold.

Unsere Themen: Arbeit, Beratung, Gewalt, Gesundheit, Kultur, Mädchen, Stadtplanung und vieles mehr.

Impressum

Herausgeberin: Stadt Detmold, Gleichstellungsstelle

Die Texte wurden übernommen aus der Broschüre der LAG der Bayrischen Gleichstellungsstellen und des Büros für die Gleichstellung von Frau und Mann der Landeshauptstadt München. Wir danken für die freundliche Unterstützung.
April 2011

Name, Vorname

Straße

PLZ, Ort

**An den
Deutschen Werberat
Am Weidendamm 1A**

10117 Berlin

Sexism sells?

Ich beschwere mich beim Werberat über die sexistische Werbung der Firma:

Ich habe sie gesehen/gehört am:

(Datum Ort)

Die Firma vermarktet ihr Produkt mit Hilfe eines diskriminierenden Frauenbildes:

Ich fordere den Werberat auf, gegen die Weiterverbreitung dieser Darstellung einzuschreiten!
Ich bitte um Rückantwort.

Datum/Ort/Unterschrift

Name, Vorname

Straße

PLZ, Ort

An die Firma

Sexism sells?

Mir ist Ihre Werbung negativ aufgefallen!

Ich habe sie gesehen/gehört am

Datum Ort

Sie vermarkten Ihr Produkt mit Hilfe eines diskriminierenden Frauenbildes:

Ich werde beim Werberat Beschwerde einlegen.
Ich fordere Sie auf, Ihre sexistische Werbung einzustellen!
Ich bitte um Rückantwort.

Datum/Ort/Unterschrift