

Sexistische Werbung

Sexistische Werbung ist die Darstellung von geschlechterbezogenen Vorurteilen und Verhaltensweisen, die eine Personengruppe einer anderen gegenüber sozial abwertet. In der Werbung sind es meistens Frauen oder Personen der LGBTQI+ Community. Werbung prägt unsere Vorstellungen von Geschlechterrollen und somit schließt sie diese bestimmten Personengruppen aus. Frauen werden vermehrt objektiviert und zur Befriedigung der männlichen Heterosexualität eingesetzt. Hierbei entsteht der Eindruck, Frauen seien „Dekoration“, immer sexuell verfügbar oder eben nur für den Haushalt zuständig.

Aber wer kontrolliert die Werbetreibenden? Das macht der Deutsche Werberat.

Der Rat ist eine unabhängige Selbstkontrolleinrichtung der Werbewirtschaft. Unabhängig bedeutet hier, der Rat ist frei von staatlicher Aufsicht und da alle Mitglieder in der Werbebranche tätig sind, könnte man denken, sie verfolgen ihre eigenen Ziele und sind deshalb voreingenommen.

De facto können also die 15 Personen des Entscheidungsgremiums, hiervon sind 8 Männer und 7 Frauen, eigenmächtig entscheiden wen sie öffentlich „Rügen“.

Diese „Rüge“ stellt weder ein verbindliches Verbot noch eine Strafe dar, denn dazu ist der Werberat nicht befähigt. Desweiteren gibt es weder ein*e Frauen- oder Gleichstellungsbeauftragte*n, noch Fachexpert*innen aus der Zivilgesellschaft gibt, die sich mit dem Thema Sexismus auseinandersetzen. Schon im ersten Halbjahr im Jahre 2018 gingen 137 Beschwerden beim Werberat ein. Auf der Internetseite des Deutschen Werberates wurde eine Statistik veröffentlicht, die die Beschwerdebilanz von 2012-2016 zeigt. Hier sieht man, dass die Anzahl der Beschwerden deutlich wächst, während der Anteil der ausgesprochenen Rügen proportional dazu nicht zunimmt.

Es gibt viele Stimmen, die für ein Gesetz sind, welches Sexismus in der Werbung verbietet. Denn ein bundesweites Gesetz könnte dafür sorgen, dass es einen einheitlichen und eindeutigeren Standard bezüglich der darstellenden Inhalte von Werbung gibt. Ob dieser Standard konkret im Einzelfall eingehalten wird, könnte dann von den staatlichen, unabhängigen Gerichten überprüft und wenn notwendig, die weitere Nutzung und Darstellung der sexistischen Werbung verboten werden. Deutschland könnte sich hierbei ein Beispiel an Norwegen oder Dänemark nehmen, diese Länder haben bereits ein solches Gesetz implementiert. Dennoch scheiterte ein Gesetzesentwurf im Jahre 2016. Der damalige Justizminister Heiko Maas hatte mit viel Gegenwind zu kämpfen.

Zum Glück sehen einige Gemeinden das Problem der sexistischen Werbung und entfernten und verboten diese aus ihrem Stadtbild, wie unter anderem München und Berlin. Wir hoffen natürlich, dass in Zukunft mehr Städte mitziehen und doch noch ein bundesweites Gesetz verabschiedet wird.

Quellen

Früher *Gesellschaft Werbeagenturen*

<https://www.absatzwirtschaft.de/sexistische-werbung-heiko-maas-vorhaben-scheint-masslos-daneben-zu-gehen-80207/>

https://www.deutschlandfunk.de/sexismus-in-der-werbung-streit-ueber-grenzen-des-guten.862.de.html?dram:article_id=355985

https://www.deutschlandfunk.de/sexismus-in-der-werbung-streit-ueber-grenzen-des-guten.862.de.html?dram:article_id=355985

https://www.wienerzeitung.at/nachrichten/politik/oesterreich/48720_Ministerin-ueberlegt-Sexismus-Gesetz.html

<https://causa.tagesspiegel.de/gesellschaft/sexistische-werbung-verbieten-oder-nicht/sexismus-ist-keine-geschmacksfrage.html>

<https://www.werberat.de/aufgaben-und-ziele>

<https://www.antidiskriminierungsstelle.steiermark.at/cms/beitrag/12520580/132272525>

<https://www.frauenrechte.de/unsere-arbeit/themen/frauenfeindliche-werbung/aktuelles/3739-sexistischewerbung-leider-immer-noch-allgegenwaertig>