

Das Frauenbild in der Werbung – was ist sexistisch?

Die #MeToo-Debatte macht auch vor der Werbung nicht halt. Warum Frauenfeindlichkeit und Sexismus nicht (nur) die Darstellung nackter Haut bedeuten, erfahren Sie in diesem Beitrag.

68 Prozent

der Frauen in Deutschland gaben 2019 an, in ihrem Leben am Arbeitsplatz Sexismus erfahren zu haben.

Quelle: Foundation for European Progressive Studies

Früher war alles besser? Zumindest was das Frauenbild in den 50er-Jahren betrifft, gilt dies nicht unbedingt. So heißt es in einem Werbespot von Dr. Oetker aus dieser Zeit: „Eine Frau hat zwei Lebensfragen: Was soll ich anziehen? Was soll ich kochen?“. Schließlich wollte der Gatte nach einem anstrengenden Arbeitstag unterhalten und versorgt werden. Von Gleichberechtigung war damals kaum die Rede, obwohl diese bereits seit 1949 im Grundgesetz verankert wurde und seit 1958 sogar ein eigenes Gesetz hat.

Doch dann kam die Frauenbewegung in den 60er- oder 70er-Jahren und versuchte, mit der alten Rollenverteilung aufzuräumen. Und 2008 beschloss das Europäische Parlament, dass jedes sexistische Klischee und die damit verbundene Darstellung von Geschlechterstereotypen untersagt ist – zumindest in der Fernsehwerbung.

Das biedere „Heimchen am Herd“ hat also ausgedient. Fortschrittlicher ist das Frauenbild in der Werbung damit aber nicht unbedingt. Sexistische Darstellungen sind weiterhin alltäglich. Sexismus bedeutet dabei jedoch nicht – wie oft falsch interpretiert – zwingend die Abbildung von Erotik und nackter Haut. Es geht vielmehr um jede Form von geschlechterspezifischer Diskriminierung. Somit können natürlich auch Männer oder nicht binäre Menschen Opfer von Sexismus sein.

Ist also jeder halb nackte Frauenkörper in der Werbung zwingend sexistisch? Nein, es kommt immer auf den Kontext der Darstellung an. Selbst eine reine Textanzeige kann somit frauenfeindlich sein.



Die Initiative Pinkstinks zeigt in ihrer Kampagne die Wirkung von Rollenbildern in der Werbung.

CHECKLISTE: Kennzeichen frauenfeindlicher Werbung

1. Frauen werden im Bild oder Text auf bestimmte Rollen (Hausfrau, Verführerin) oder Eigenschaften (dumm, passiv) reduziert.
2. Bilder und Texte beleidigen Frauen als Gruppe und stellen sie in abwertender Weise dar.
3. Es werden gesundheitsschädigende Schönheits- oder Schlankheitsnormen propagiert, die Frauen beeinflussen. Zum Beispiel wird ein Produkt zum Abnehmen beworben, und die Abnehmende hat bereits eine sehr schlanke Figur.
4. Frauen werden als Objekte, als sexueller Körper ohne Persönlichkeit definiert. Die sexuelle Verfügbarkeit der Frauen wird signalisiert und damit die Käuflichkeit wie das Produkt.
5. Das sexualisierte Darstellen der Frau oder Reduzierung auf bestimmte Körperteile hat keinen Zusammenhang mit dem Produkt und dient nur als Blickfang.
6. Das Verhältnis von Frauen zu Männern ist in Bild oder Text geprägt von Abhängigkeit und Unterwürfigkeit.

Quelle: TERRE DES FEMMES <https://www.frauenrechte.de/unsere-arbeit/themen/frauenfeindliche-werbung/checkliste>

Beschwerdemöglichkeiten

Sie ärgern sich über ein frauenfeindliches Werbemotiv? Dann werden Sie aktiv! Hier einige Ideen für Ihre Beschwerde:

- Sprechen Sie das werbetreibende Unternehmen direkt an, zum Beispiel per Telefon, Mail oder über dessen soziale Kanäle.

- Sie sehen ein sexistisches Werbeplakat im öffentlichen Raum? Dann wenden Sie sich an Ihre Gemeinde oder Stadtverwaltung. Immer mehr Städte haben Sexismus-Verbote in ihren Werberegeln.
- Nutzen Sie das Beschwerdeformular des Deutschen Werberates gegen frauenfeindliche Werbung. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft überprüft die Anträge und kann die Einstellung der Werbung erreichen. www.werberat.de
- Laden Sie das Werbemotiv auf der Webseite www.werbemelder.in hoch. Das Monitoring-Portal ist eine Initiative von „Pinkstinks“, einer Protest- und Bildungsorganisation, die gegen abwertende Frauenbilder in der Werbung kämpft.
- Nominieren Sie die Werbung für den Preis „Zorniger Kaktus“. Dieser Negativ-Preis von TERRE DES FEMMES wird jedes Jahr an die sexistischste Werbung vergeben. www.frauenrechte.de



Claudia Mattheis
Geschäftsführerin
mattheis. Werbeagentur GmbH
BVMW-Mitglied

www.mattheis-berlin.de

