



## Ist das lustig oder muss das weg?

Fachforum zum Umgang mit sexistischen und stereotypen Darstellungen in der Werbung

**Maria Kropp M.A.**

## Der Zornige Kaktus

Der „Zornige Kaktus“ ist ein Negativ-Preis, der jährlich von TERRE DES FEMMES an Unternehmen mit besonders frauenfeindlicher Werbung verliehen wird. TERRE DES FEMMES stellt jedes Jahr aufs Neue fest, dass das weibliche Geschlecht zu oft zu Werbezwecken instrumentalisiert wird.





Die Watchgroups beobachten die Werbelandschaft in Graz, Salzburg und Wien, überprüft Werbungen auf sexistische Sujets und zeigt diese auf. Entdeckt die Watchgroup eine sexistische Werbung oder erhält sie eine Beschwerde, wird diese zuerst analysiert und eingestuft, und dann auf der Website veröffentlicht. Parallel dazu werden die Unternehmen (und Agenturen) informiert und zur Stellungnahme aufgefordert; oft wird auch Beschwerde beim Werberat eingebracht.

<https://www.staedtebund.gv.at/themen/frauen/sexistische-werbung/>

# Leitfaden für diskriminierungsfreie Werbung



## **Werbung schafft Werte**

In der Werbung werden oftmals sexistische und diskriminierende Motive gewählt, um auf Produkte aufmerksam zu machen. Um solche Motive nicht öffentlich zu zeigen und den Urheber\*innen durch die Kritik größere Aufmerksamkeit zu schenken, wurde ein Leitfaden für Werbetreibende veröffentlicht, der mit einer kurzen Checkliste dabei hilft, Diskriminierungen zu erkennen und zu beheben.

**Frauenbüro Saarbrücken, FrauenGenderBibliothek Saar,  
Forum Geschlechterforschung der Universität des Saarlandes,  
Antidiskriminierungsforum Saar e.V., Landesarbeitsgemein-  
schaft der kommunalen Frauenbeauftragten im Saarland**



## Kriterienkatalog zum Umgang mit Sexismus in der Werbung

**STOPPT  
SEXISTISCHE WERBUNG  
IN LEIPZIG**

Herausgeber:  
Stadt Leipzig  
Referat für Gleichstellung von Frau und Mann

In der Werbung sollen vor allem keine Darstellungen und Aussagen verwendet werden,

- die Personen allein wegen ihres Geschlechts, ihres Glaubens, ihrer politischen Anschauung, ihres Alters, ihrer Behinderung, ihrer Herkunft, ihrer Sprache, ihrer Rasse oder ihrer Zugehörigkeit einer Berufsgruppe diskriminieren
- die Gewalt oder Verharmlosung von Gewalt gegenüber Personen und Sachen darstellen bzw. Gewalt als akzeptabel erscheinen lassen
- die Personen mit Objekten gleichsetzt oder den Eindruck erweckt, die Personen seien käuflich zu erwerben
- die Personen auf ihre Sexualität reduziert oder ihre sexuelle Verfügbarkeit nahelegt
- die pornographisch sind
- die durch übertrieben dargestellter Nacktheit das Geschlecht herabwürdigen
- die Personen abwertet, weil sie im Bezug auf ihr Verhalten und ihre Eigenschaft insbesondere ihre sexuelle Orientierung nicht den vorherrschenden Vorstellungen entspricht.

# GESCHLECHTER WERBUNG



Das Projekt ist im Rahmen einer Kooperation der TU Dresden und dem Büro der Gleichstellungsbeauftragten der Landeshauptstadt Dresden konzipiert worden.

Darin werden die Bestrebungen der Gleichstellungsbeauftragten, die sexistische, frauenverachtende Werbung in der Dresdner Öffentlichkeit aufzuzeigen bzw. zu beseitigen mit dem wissenschaftlichen Vorhaben von Mitgliedern der Technischen Universität, Geschlechterdichotomien und -hierarchien in medialen Diskursen und Bildern herauszuarbeiten, gebündelt.

Die Ergebnisse dieses Projektes wurden ab dem 25.11.2021 der Öffentlichkeit mittels der Webseite [www.geschlechterwerbung.de](http://www.geschlechterwerbung.de) langfristig zugänglich gemacht.

Diese Webseite soll das Wissen zur aktuellen Lage vermitteln und einen kritischen Blickwinkel auf mediale Geschlechterinszenierungen fördern.



## Die Webseite enthält unter anderem

- Eine Sammlung von pädagogischem Material ( u.a. von Pink stinks)
- Soziologisches Forschungsprojekt „Werbepbilder“ zu Werbung im öffentlichen Raum in Dresden
- Informationen zur Ausstellung „ Kauf mich“ des Büros der Gleichstellungsbeauftragten der Landeshauptstadt Dresden

# PINKSTINKS

DIE ZEITEN GENDERN SICH

Pinkstinks ist ein Magazin, ein Kampagnenbüro und eine Bildungsorganisation gegen Sexismus. Menschen sind mehr als Pink und Blau. Deshalb kritisieren wir starre Geschlechterrollen in Medien und Werbung und zeigen auf, dass es vielfältiger geht. Wie? Mit einem Online-Magazin, Bildungsarbeit in Kitas und Schulen und reichweitenstarken digitalen Kampagnen. Für eine moderne Gesellschaft müssen wir ermöglichen, dass Jungen und Männer zart sein dürfen und Mädchen und Frauen Raum einnehmen können. Frauen als Käpt'n und Männer als Feen: nicht immer, aber auch!



# PINKSTINKS

DIE ZEITEN GENDERN SICH

Pink Stinks hat auch eine App zu sexistischer Werbung entwickelt. Hier können alle Nutzenden Werbungen prüfen lassen, ob sie als sexistisch nach den Kriterien der App eingestuft werden.

Es gibt außerdem das Label „stereotyp“ für limitierende, klischeehafte aber nicht herabwürdigend diskriminierende Darstellungen.

<https://werbemelder.in>



# PINKSTINKS

DIE ZEITEN GENDERN SICH

Pink Stinks vergibt außerdem seit 2018 einen Positiv-Preis für gute, empowernde, nicht stereotype Werbung: Den Pinken Pudel.

<https://pinkstinks.de/pinker-pudel/>



## Erklärvideo zu „Sexismus“

<https://www.bpb.de/mediathek/video/202422/sexismus-begegnen/>

