



SEXISM SELLS!

Frauen & Männer in der Werbung



DAS KORSETT IM KOPF

Werbung will dich als Konsument_in für ein bestimmtes Produkt gewinnen. Dies geschieht, indem der komplizierte Alltag in einfach verständliche Werbebotschaften und schöne Bilder gegossen wird. Sie reduziert die Wirklichkeit auf Klischees, vereinfachte Darstellungen und benutzt zweideutige Botschaften. Diese Werbewelt, der wir entsprechen sollten, wird der Vielfalt der realen Welt aber keineswegs gerecht und zwingt uns in ein Korsett.

Solch fixen Rollenbildern nicht entsprechen zu können, kann ernste Folgen haben:

- Einschränkungen im freien Denken und Handeln (du wagst nicht zu sagen, was du denkst?)
- geringes Selbstwertgefühl, Einsamkeit (du fühlst dich nicht verstanden, bist unsicher?)
- gesundheitliche Schäden durch Schlankeitswahn (du fühlst dich nicht wohl in deiner Haut?)
- Unsicherheit und falsche Wahrnehmung gegenüber Mitmenschen (du hast vielleicht gar kein Interesse am anderen Geschlecht und wirst deswegen ausgelacht?)

WANN IST WERBUNG SEXISTISCH?

- Wenn Frauen und Männer auf bestimmte Rollen oder Eigenschaften reduziert werden. Frauen sind schön, dienend und passiv. Männer sind geschäftstüchtig, dominant und doof. Diese Klischees werden oft mit Berufsbildern gestützt: Frauen sind Pflegerinnen, Sekretärinnen oder Kosmetikerinnen. Männer sind Experten, Bauarbeiter oder Professoren. (Werbung: Flughafen Zürich)
- Wenn nur die Beziehung zwischen Mann und Frau richtig scheint, (heteronormativ) (Werbung: Swica)
- Wenn durch manipulierte Bilder unrealistische Schönheits- oder Schlankeitsnormen als Mass aller Dinge vermittelt werden. (Werbung: Palmers)
- Wenn Frauen als Objekte, als blossen sexuellen Körper ohne Persönlichkeit, dargestellt oder sogar mit der Ware verglichen oder gleichgesetzt werden. Damit wird der Eindruck vermittelt, Frauen seien – wie das Produkt – zu kaufen. (Werbung: Hirter)



SEXY ≠ SEXISTISCH?

Nicht jede Werbung, die nackte Haut zeigt, ist automatisch sexistisch. Beispielsweise kann Dessouswerbung durchaus sexy und erotisch wirken, ohne diskriminierend zu sein.

Auch kann Werbung provokativ sexistisch sein und so auf einen Missstand hinweisen. Ein solches Beispiel ist Beth Ditto. Sie lässt sich nackt als selbstbewusste übergewichtige Frau abbilden und protestiert so gegen den grassierenden Magerkult (Sizeism).

Oder Werbung kann humorvoll sexistisch sein. Sich davon abzugrenzen ist dann schwierig, gilt man so doch tendenziell als prüde oder humorlos. Was also sexistisch und was sexy ist, ist nicht immer einfach zu bestimmen.

SEXISMUS IST VERBOTEN – SEXISTISCHE WERBUNG NICHT

In der universalen Menschenrechtserklärung steht, dass Männer und Frauen gleich sind an Würde und Rechten. Die Schweiz hat dieses Recht auch in ihre Bundesverfassung geschrieben, nämlich dass die Diskriminierung aufgrund des Geschlechts (Art. 8 Abs. 2) verboten ist.

Sexistische Werbung hingegen ist in der Schweiz erlaubt. Es gibt aber die Lauterkeitskommission – ein Rat, der regelmässig zusammen kommt und entscheidet, ob eine Werbung sexistisch ist oder nicht. Auch du kannst der Lauterkeitskommission eine Beschwerde schicken, solltest du dich von einer Werbung in deiner Würde als Frau oder Mann verletzt fühlen. Eine Anleitung findest du auf der Webseite der Lauterkeitskommission oder auch auf unserer Webseite.

SEXISTISCHE WERBUNG: WAS TUN?

- Findest du, dass eine Werbung im Internet, auf Facebook, im TV oder ein Werbeplakat usw. sexistisch ist? Dann setze dich zur Wehr!

Dies sind deine Möglichkeiten:

- Schreibe deine Beschwerde direkt an die Schweizerische Lauterkeitskommission (www.lauterkeit.ch) und informiere uns darüber. Auf unserer Website (www.terre-des-femmes.ch) findest du eine Anleitung, einen Musterbrief und die Adresse.
- Melde dich bei uns per Mail (info@terre-des-femmes.ch) und wir unterstützen dich.
- Boykottiere Produkte, für die sexistische Werbung gemacht wird.

Eine Informationsbroschüre von