

## Sexismus in der Werbung

**Wir sind eigentlich ständig in irgendeiner Form von Werbung umgeben. Wenn das alleine nicht schon anstrengend genug ist, so stört gerade sexistische Werbung umso mehr. Bisher gibt es allerdings in Österreich noch keine Regelung zum Umgang mit frauen- und männerverachtenden Inhalten von Werbung.**

Werbung kann man nur schwer ausblenden. Es ist fast unmöglich, nicht von Werbung tangiert zu werden. Schließlich ist Werbung dafür konzipiert, möglichst viele Leute zu erreichen. Im Falle von sexistischer Werbung bedeutet das, täglich mit zahlreichen Botschaften bombardiert zu werden, bewusst oder unbewusst. Schlank, nackt, erfolgreich, weiß und jugendlich sollte man als Frau sein. Bei Männerwerbung dominiert Männlichkeit und gutes ausssehen.

Mit einer Frau als Werbeobjekt lässt sich wohl wirklich alles bewerben. Frau = Sex, Frau = Produkt. Diese Gleichungen scheinen immer zu funktionieren. Diese Darstellungen schaffen eine scheinbare Wirklichkeit. Dadurch können sich sexistische Frauen- und Männerbilder verfestigen und dann zu gesellschaftlicher Realität werden.

Neben offensichtlich sexistischer Werbung gibt es sehr viele subtilere Sujets. Um herauszufinden, ob eine Werbung

sexistische Inhalte vermittelt gibt es einen überraschend einfachen Test:

„Das Hauptkriterium für die Fragestellung, ob eine Werbung sexistisch ist oder nicht, ist – vor allem im Bereich der Körpersprache – die Umkehrregel: Könnte ein Sujet, welches eine Frau darstellt, mit dem identischen Arrangement auch einen Mann darstellen, ohne irritierend zu wirken? Umgekehrt: Könnte

wird das Problembewusstsein von sexistischer Werbung gefördert.

In Wien gibt es so eine Initiative leider nicht. Trotzdem kann sich jede und jeder über sexistische Werbung beschweren. Dazu gibt es auf der Homepage der Stadt Wien[2] schon fertige Musterbriefe, die man an das werbende Unternehmen und den Österreichischen Werberat schicken kann. Der Werberat ist ein

aus Mitgliedern der Werbebranche bestehender Verein, der Empfehlungen abgeben kann, wodurch schon einige Unternehmen ihre Werbekampagnen ein- oder umstellten.[3]

Ein Medienforum zu sexistischer Werbung gibt es auf [dieStandard.at](http://dieStandard.at), wo besonders negativ herausstechende Werbesujets regelmäßig mit einer Zitrone versehen werden.[4]



Die Sticker sind beispielsweise im HTU Großraum erhältlich.

ein Sujet, welches einen Mann darstellt, mit dem identischen Arrangement auch eine Frau darstellen, ohne irritierend zu wirken?“[1]

Es gibt in Österreich bereits Initiativen gegen sexistische Werbung, allerdings fehlt eine bundesweite Regelung. Eine Vorreiterin ist die „Watchgroup gegen sexistische Werbung“ in Graz. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, die Grazer Werbelandschaft auf sexistische Werbung zu beobachten und gegebenenfalls solche als negative Beispiele für Werbung aufzuzeigen. Durch solche Vorgangsweisen

Auch das Frauenreferat der HTU engagiert sich gegen sexistische Werbung. Hol dir jetzt Sticker gegen sexistische Werbung!

- [1] [www.watchgroup-sexismus.at/cms/?page\\_id=2](http://www.watchgroup-sexismus.at/cms/?page_id=2) (vgl. Mühlen-Achs 1998)
- [2] [www.wien.gv.at/menschen/frauen/themen/werbung](http://www.wien.gv.at/menschen/frauen/themen/werbung)

- [3] [www.werberat.or.at](http://www.werberat.or.at)
- [4] <http://diestandard.at>



Sarah hat sich viele nicht sexistisch beworbene Erdbeeren gepflanzt.