

Antrag

der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

Sexistische, diskriminierende und frauenfeindliche Werbung vermeiden – Werbewatchgroup jetzt einrichten

Das Abgeordnetenhaus wolle beschließen:

Der Senat wird aufgefordert, eine Werbewatchgroup in Berlin einzurichten. Dazu soll der Senat die Erfahrungen und Erkenntnisse der Wiener Werbewatchgroup nutzen.

Dem Abgeordnetenhaus ist bis zum 30. Juni 2014 zu berichten.

Begründung:

Werbung erzeugt Aufmerksamkeit, Konsumbedürfnisse und Vorbilder, die die beworbenen Produkte mit Lebensstilen, -gefühlen und -zielen bestimmter Rollenbilder verknüpfen. Sie bedient sich dabei kultureller Zeichen und Bilder und prägt diese mit. In der Werbelandschaft werden immer wieder sexistische, diskriminierende und frauenfeindliche Motive verwendet. Derartige Werbung reduziert Menschen auf überwunden geglaubte stereotype Normen und diskriminierende Rollenvorstellungen und festigt Geschlechterklischees.

Sexistische, diskriminierende und frauenfeindliche Werbung hat negative Auswirkungen für die gesamte Gesellschaft und ist in Deutschland verboten. Sie beeinträchtigt insbesondere Kinder und Jugendliche, weil sie ihre Lebenswelt nicht unerheblich beeinflusst und ihr Bild von Geschlechterrollen nachhaltig negativ prägt. Deswegen muss sexistische, diskriminierende und frauenfeindliche Werbung nicht nur zum Schutz von Frauen kritisch wahrgenommen, bewusst gemacht und unterbunden werden.

Dem deutschen Werberat als Organ der Selbstkontrolle der Wirtschaft steht bei Beanstandung von Werbekampagnen lediglich das nicht bindende Mittel der öffentlichen Rüge zur Verfügung. Da der Rat zudem schwerpunktmäßig auf Beschwerden aus der Bevölkerung reagiert, kann er nur auf die Entfernung bereits veröffentlichter Werbemittel hinwirken.

Auf EU-Ebene wurden die Mitgliedsstaaten bereits 2008 in einer Entschließung des Europäischen Parlaments zu den Auswirkungen von Marketing und Werbung aufgerufen, durch geeignete Maßnahmen zu gewährleisten, dass diese die Achtung der menschlichen Würde und der Unversehrtheit der Person garantieren. Solange es keine bundesweite Regelung gibt ist es daher für Berlin sinnvoll, dem erfolgreichen Vorbild der Werbewatchgroup Wien zu folgen, die von der Wiener Stadträtin Sandra Frauenberger ins Leben gerufen wurde und seit zwei Jahren erfolgreich arbeitet (www.werbewatchgroup-wien.at).

Den BürgerInnen werden nicht nur niedrigschwellige Angebote zur Meldung von sexistischer und/oder diskriminierender Werbung gemacht, die Werbewatchgroup entwickelte mit ExpertInnen auch definierte Kriterien zur Beurteilung von Werbeinhalten und berät zusätzlich Unternehmen und Institutionen auch zu präventiven Maßnahmen. Das sollte in Berlin auch möglich und selbstverständlich sein, um die Debatte um Sexismus in der Werbung endlich von der polemischen auf eine sachliche und praktische Ebene zu bringen.

Berlin, den 19. Februar 2014

Pop Kapek Kofbinger
und die übrigen Mitglieder der
Fraktion Bündnis 90/Die Grünen