

1 32/II/2018

2 ASF Brandenburg

3 Der Landesparteitag möge beschließen:

4

5 **Sexistische Werbung verbieten**

6 Die Landtagsfraktion wird aufgefordert, auf die Landesregierung einzuwirken, sexistische Werbung auf landeseigenen Reklameflächen zu verbieten.

9

10 **Begründung**

11 Die Vergabebedingungen müssen dahingehend geändert werden, dass Werbeanzeigen keine Personen aufgrund ihres Geschlechts diskriminieren, insbesondere in dem sie als Lustobjekte dargestellt werden oder ihnen geschlechtsstereotype Eigenschaften zugeordnet werden.

17

18 Ein Monitoring wird bis 2019 auf Bundesebene vom BMFSFJ bereits gefördert. Darüber hinaus stellte der wissenschaftliche Dienst des Bundestags klar, dass eine solche Gesetzesnorm nicht mit dem EU-Recht kollidiert. Sogenannte „Blickfangwerbung“, in der eine Frau sexualisiert wird, wird heute regelmäßig vom deutschen Werberat gerügt. Eine Rüge hat aber keine rechtliche Durchsetzungskraft, daher fordern wir mit einer Gesetzesnorm ein Durchgriffsinstrument für den Werberat auf Bundesebene.

28

29 Ein entsprechender Vorschlag ist zu unterstützen. Bis dahin soll die Landesregierung ein Zeichen gegen Sexismus setzen, in dem sie Werbeverträge für landeseigene Werbeflächen ausschließt, die sexistischer Natur sind.

33

34 Der SPD-Parteivorstand, sowie die Mehrheit der SPD-Delegierten auf dem Bundesparteitag 2016 haben sich für das Verbot sexistischer Werbung ausgesprochen. Trotzdem hat das Thema keinen Zugang in das Wahlprogramm, noch in den jetzigen Koalitionsvertrag gefunden.

40

41 Es geht der ASF Brandenburg nicht darum, Schönheitsmerkmale zu verhüllen. Ziel ist es, die Öffentlichkeit und Werbetreibenden zu sensibilisieren und ein grundsätzliches Zeichen zu setzen, dass niemand aufgrund seines Geschlechts herabzuwürdigen ist.

46

47 Sehr oft erleben wir, dass Frauen als Lustobjekte dargestellt werden (z. B. wenn ein Sessel beworben wird, auf der eine Frau in Dessous sitzt – würde es Werbung für diese Dessous sein, wäre das völlig

Empfehlung zurückgestellt

1 legitim). Des Weiteren werden Frauen oft zwar als
2 „schön“ aber auch als dumm, überemotional und naiv
3 dargestellt. Sexistisch ist Werbung in unseren Augen
4 auch, wenn ein Mann voll bekleidet dargestellt wird,
5 während die Frau ihm gegenüber wenig bis nichts trägt.
6
7 Darüber hinaus erleben wir oft, dass Mädchenspielzeug
8 etwas zum Backen ist, während es Lernspielzeug für
9 Jungen gibt. Kindercomputer in rosa für Mädchen mit
10 wenigen Funktionen und für Jungen in blau mit vielen
11 Funktionen sind diskriminierend und ganz und gar
12 nicht zeitgemäß. Werbung sollte diesen veralteten
13 Geschlechtsstereotypen nicht untermauern.
14
15 Die ASF bringt sich gern in die Erarbeitung eines Kriteri-
16 enkatalogs gegen Sexismus ein.