

Schluss mit sexistischer Darstellung von Frauen in der Werbung!

Mindestens jede 5. Frau in Deutschland erlebt im Laufe ihres Lebens körperliche sexualisierte Gewalt¹. Weltweit sind es nach Schätzungen mindestens jede Dritte! Frauen in Deutschland leiden jedoch nicht nur unter *körperlicher* männlicher Gewalt. Die Twitter-Kampagne #Aufschrei hat gerade erst gezeigt, wie alltäglich auch andere sexistische Übergriffe von Männern auf Frauen sind, beruflich wie privat. Gleichzeitig leben wir in einer Gesellschaft, in der Prostitution, also der Verkauf von Frauen als Ware, legal ist, Pornographie im Internet jederzeit verfügbar, und sexistische Darstellungen von Frauen, insbesondere sexuell objektifizierende Darstellungen in der Werbung mittlerweile allgegenwärtig sind. Beispiele sind unter vielen anderen die TV-Werbungen der Firma Redcoon², die Unterwäschewerbung der Firma H&M im Winter 2012, sowie die aktuelle Plakatwerbung der Firma AXE („Astronauten regeln das mit dem Verkehr“).

Sexuelle Objektifizierung – also **die Degradierung von Frauen zu Gegenständen für den sexuellen Gebrauch durch Männer** – liegt dann vor, wenn mindestens eines der nachfolgenden sieben Kriterien erfüllt ist³:

1. Die Darstellung zeigt nur einen Teil/Teile des sexualisierten Körpers einer Person.
2. Die Darstellung zeigt eine sexualisierte Person als Platzhalter für einen Gegenstand.
3. Die Darstellung zeigt sexualisierte Personen als untereinander auswechselbar.
4. Die Darstellung zeigt eine sexualisierte Person als passives Objekt, also als wehrlos gegenüber Angriffen auf ihre körperliche Unversehrtheit.
5. Die Darstellung erweckt die Vorstellung, die sexuelle Verfügbarkeit der abgebildeten Person sei ihre bestimmende/primäre Eigenschaft.
6. Die Darstellung zeigt eine sexualisierte Person als Ware, welche gekauft und/oder konsumiert werden kann.
7. Die Darstellung benutzt den Körper einer sexualisierten Person als Leinwand.

Ebenso wie pornographische Darstellungen von Frauen produzieren objektifizierende Darstellungen von Frauenkörpern die Vorstellung, der Daseinszweck von Frauen bestehe darin, Männern als allzeit verfügbare Sexobjekte zu dienen. Alle Darstellungen, die Frauen in auf diese Weise entmenschlichen, festigen so die nach wie vor bestehende Hierarchie zwischen Männern und Frauen, denn sie reproduzieren und legitimieren damit letztlich übergriffiges und gewalttätiges Verhalten von Männern gegenüber Frauen. **Sexuell objektifizierende Darstellungen von Frauen verstoßen sowohl gegen die allgemeine Erklärung der Menschenrechte⁴, auf deren Einhaltung sich Deutschland sich 1948 verpflichtet hat, als auch gegen das Grundgesetz, Artikel 1.1⁵ und Artikel 3.2⁶.**

¹Hornberg, Claudia; Schröttle, Monika; Bohne, Sabine; Khelaifat, Nadia und Pauli, Andrea: Gesundheitliche Folgen von Gewalt unter besonderer Berücksichtigung von häuslicher Gewalt gegen Frauen. Gesundheitsberichterstattung des Bundes Heft 42. Robert Koch-Institut, Berlin 2008

² <http://www.redcoon.de/villa/>

³ nach Caroline Heldman aus The Sexy Lie: Caroline Heldman at TEDxYouth@SanDiego:
<http://www.youtube.com/watch?v=kMS4VJKekW8>

⁴ Artikel 5: „Niemand darf der Folter oder grausamer, unmenschlicher oder erniedrigender Behandlung oder Strafe unterworfen werden.“

⁵ „Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist Verpflichtung aller staatlichen Gewalt.“

⁶ „Männer und Frauen sind gleichberechtigt. Der Staat fördert die tatsächliche Durchsetzung der

Schluss mit sexistischer Darstellung von Frauen in der Werbung!

Über die Anregung von Männern zu Übergriffigkeit und Gewalt gegenüber Frauen hinaus kann die Gesundheit von Mädchen und Frauen durch sexuell objektifizierende Frauenbilder - besonders in der Werbung - auf gravierende Weise geschädigt und ihre Entwicklung zu selbstbewussten und handlungsfähigen Frauen behindert werden. Solche Werbekampagnen suggerieren besonders jungen Mädchen, sie seien nur dann attraktiv, wenn sie sich selbst zum Sexobjekt machen. Zeit- und geldaufwändige Beschäftigung mit Diäten, Kleidung und Kosmetik bis hin zu „Schönheits“-Operationen, Entwicklung von Essstörungen und Depressionen sind nur einige der Folgen.

Trotzdem halten Firmen wie Redcoon und, nach Angaben von Redcoon, **auch der Deutsche Werberat selbst**, derartige sexuell objektifizierende Darstellungen von Frauen in Print- und TV-Werbung für „nicht zu beanstanden“⁷!

Wir sind anderer Meinung und sagen jetzt entschieden: **ES REICHT!**

Wir fordern die Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend auf, *sexuell objektifizierende Darstellungen von Frauen als politisches Thema ernst zu nehmen* und:

1. ihrer Selbstverpflichtung aus dem Aktionsplan II zur Bekämpfung von Gewalt an Frauen von 2012 endlich umfassend nachzukommen. Dort heißt es: „Aufgabe eines präventiven und erzieherischen Jugendmedienschutzes ist es, **medialen Rollenbildern – einschließlich Gewalt als Ausdruck der Auseinandersetzung oder als Mittel von Sexualität – entgegenzuwirken**“,⁸
2. einen Gesetzesvorschlag zur **Verhinderung von sexuell objektifizierenden Darstellungen von Frauen in den Medien** auf den Weg zu bringen, in den die oben genannten 7 Kriterien einbezogen werden **und**
3. **einen der Regierung unterstellten Werberat einzurichten**, damit sexistische Werbung keine Chance mehr bekommt!

Die Initiatorinnen:

Feministische Partei DIE FRAUEN, Landesverband Berlin

Diese Petition startet am Internationalen Frauentag, dem 8. März 2013 und läuft bis zum 30. September 2013. Nach der Bundestagswahl werden wir sie der/dem BundesministerIn für Familie, Senioren, Frauen und Jugend überreichen. Ab April 2013 können Sie auch online unterschreiben. Den Link dazu werden wir auf www.feministischepartei.de veröffentlichen.

Gleichberechtigung von Frauen und Männern und wirkt auf die Beseitigung bestehender Nachteile hin.“

⁷ Antwortschreiben der Firma Redcoon auf ein Beschwerdeschreiben von Margot Müller an die Firma. Nachzulesen unter <http://www.feministischepartei.de/aktivitaeten-und-veranstaltungen/2012-sexistische-werbung-bei-redcoon.html#c529>

⁸ Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Aktionsplan II der Bundesregierung zur Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen. Berlin, 2012.

Schluss mit sexistischer Darstellung von Frauen in der Werbung!

Wir fordern die Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend auf, *sexuell objektifizierende Darstellungen von Frauen als politisches Thema ernst zu nehmen* und:

1. ihrer Selbstverpflichtung aus dem Aktionsplan II zur Bekämpfung von Gewalt an Frauen von 2012 endlich umfassend nachzukommen. Dort heißt es: „Aufgabe eines präventiven und erzieherischen Jugendmedienschutzes ist es, **medialen Rollenbildern – einschließlich Gewalt als Ausdruck der Auseinandersetzung oder als Mittel von Sexualität – entgegenzuwirken**“,⁹
2. einen Gesetzesvorschlag **zur Verhinderung von sexuell objektifizierenden Darstellungen von Frauen in den Medien** auf den Weg zu bringen, in den die oben genannten 7 Kriterien einbezogen werden **und**
3. **einen der Regierung unterstellten Werberat einzurichten**, damit sexistische Werbung keine Chance mehr bekommt!

Name, Vorname	Anschrift	Unterschrift

Diese Petition startet am Internationalen Frauentag, dem 8. März 2013 und läuft bis zum 30. September 2013. Nach der Bundestagswahl werden wir sie der/dem BundesministerIn für Familie, Senioren, Frauen und Jugend überreichen. Ab April 2013 können Sie auch online unterschreiben. Den Link dazu werden wir auf www.feministischepartei.de veröffentlichen.

***Ausgefüllte Listen bitte an Feministische Partei DIE FRAUEN, Greifswalder Str. 4, 10405 Berlin
DANKE!***

⁹ Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Aktionsplan II der Bundesregierung zur Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen. Berlin, 2012.