

Fraktion DIE LINKE. • Verwaltungsgebäude Katschhof • 52058 Aachen

Herrn
Oberbürgermeister Marcel Philipp
Rathaus/Markt – Fax 432-8008
52058 Aachen

Aachen, 11. Februar 2016

Ratsantrag: Verbot sexistischer Werbung in Aachen

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,
der Rat möge beschließen:

Die Verwaltung wird beauftragt eine Werbemittelsatzung zu erarbeiten, mit der sexistische Werbung im Stadtgebiet Aachen unterbunden wird.

Hierbei sollen die Kriterien von TERRE DES FEMMES Anwendung finden.

Begründung

Ein sexistisches Frauenbild in Werbung und Medien macht es Frauen schwer, ein starkes Selbstbewusstsein aufzubauen. Frauen gelten in der Werbung zu oft als "Dekoration", als sexuell verfügbar, als eher für den Haushalt zuständig, als weniger technisch begabt. Damit sind weitere Eigenschaften assoziiert wie "weniger kompetent", "dümmlich", "leicht zu haben", weil Frauen weniger meinungsstark und autoritär dargestellt werden.

Geschlechtsdiskriminierende Werbung ist problematisch, weil Werbung nicht nur ein Spiegel der Gesellschaft ist, der bereits existierende Verhaltensmuster reflektiert, sondern eine aktive Rolle im Rahmen der Konstruktion und Verfestigung von Geschlechtsrollenstereotypen spielt.

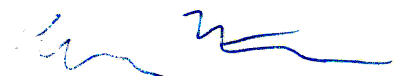
Mit freundlichen Grüßen



Leo Deumens



Ellen Begolli



Lasse Klopstein

Anlage

Checkliste: Kennzeichen frauenfeindlicher Werbung (Herausgegeben von TERRE DES FEMMES)

Checkliste: Kennzeichen frauenfeindlicher Werbung

(Herausgegeben von terre des femmes)

1. Frauen werden im Bild oder Text auf bestimmte Rollen (Hausfrau, Verführerin) oder Eigenschaften (dumm, passiv) reduziert.
2. Bilder und Texte beleidigen Frauen als Gruppe und stellen sie in abwertender Weise dar.
3. Es werden gesundheitsschädigende Schönheits- oder Schlankkeitsnormen propagiert, die Frauen beeinflussen. Z.B. wird ein Produkt zum Abnehmen beworben und die Abnehmende hat bereits eine sehr schlanke Figur.
4. Frauen werden als Objekte, als sexueller Körper ohne Persönlichkeit definiert. Die sexuelle Verfügbarkeit der Frauen wird signalisiert und damit die Käuflichkeit wie das Produkt.
5. Das sexualisierte Darstellen der Frau oder Reduzierung auf bestimmte Körperteile hat keinen Zusammenhang mit dem Produkt und dient nur als Blickfang.
6. Das Verhältnis von Frauen zu Männern ist in Bild oder Text geprägt von Abhängigkeit und Unterwürfigkeit.