



öffentlich

Betreff:

Keine sexistische oder diskriminierende Werbung auf öffentlichen Flächen der Landeshauptstadt Potsdam

Einreicher: Stadtverordnete verschiedener Fraktionen	Erstellungsdatum	22.05.2018
	Eingang 922:	

Beratungsfolge:		
Datum der Sitzung	Gremium	Zuständigkeit
06.06.2018	Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam	Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt, basierend auf den Grundsätzen des Deutschen Werberates gegen Herabwürdigung und Diskriminierung, ein Konzept zu erarbeiten, um sexistische und diskriminierende Werbung auf öffentlichen Flächen der Landeshauptstadt Potsdam zukünftig zu vermeiden.

Dieses ist der Stadtverordnetenversammlung im September 2018 vorzulegen.

Kurzfristig ist in der Stadtverwaltung Potsdam eine Kontaktstelle einzurichten, die Beschwerden über sexistische und diskriminierende Werbung entgegennimmt.

gez. Janny Armbruster, gez. Annina Beck, gez. Kati Biesecke, gez. Gesine Dannenberg, gez. Birgit Eifler, gez. Imke Eisenblätter, gez. Saskia Hüneke, gez. Irene Kamenz, gez. Dr. Carmen Klockow, gez. Kathleen Krause, gez. Corinna Liefeld, gez. Anke Michalske-Acioglu, gez. Dr. Sigrid Müller, gez. Birgit Müller, gez. Ingeborg Naundorf, gez. Babette Reimers, gez. Dr. Karin Schröter, gez. Jana Schulze, gez. Solveig Sudhoff

Unterschrift Ergebnisse der Vorberatungen
auf der Rückseite

Beschlussverfolgung gewünscht:

Termin:

Demografische Auswirkungen:

Klimatische Auswirkungen:

Finanzielle Auswirkungen?

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

Begründung:

Rollenzuschreibungen überwinden - öffentliche Herabwürdigungen nicht tolerieren

Werbung erzeugt Aufmerksamkeit und wirbt für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Zugleich transportiert sie Werte und Verhaltensweisen und drückt ein Lebensgefühl aus. Damit prägt sie direkt oder indirekt unser Bild von geschlechtlicher Zuweisung als Frauen und Männern, als Mädchen und Jungen. Darum ist es nicht egal, wie Werbung mit Rollenbildern umgeht und ob sie sexistische Botschaften und Klischees vermittelt.

Sexismus bedeutet die Diskriminierung aufgrund des Geschlechts oder Geschlechtszuweisung. Dies umfasst Vorurteile und Verhaltensweisen, die Frauen – und Menschen im Allgemeinen - abwerten, verächtlich machen oder auf ihre bloße Sexualität reduzieren. Kritik an sexualisierter Werbung ist in den vergangenen Jahren zunehmend lauter geworden. Viele Menschen sind nicht mehr bereit, Sexismus und Diskriminierung in der Werbung hinzunehmen. Das hat nichts mit Lustfeindlichkeit, Prüderie oder Humorlosigkeit zu tun und ist auch keine bloße „Geschmacksfrage“. Es geht darum, Rollenzuschreibungen zu überwinden und öffentliche Herabwürdigungen nicht zu tolerieren. Wer sich über eine sexistische oder diskriminierende Werbung auf einer öffentlichen Fläche ärgert, soll auch in Potsdam eine Kontaktmöglichkeit für eine Beschwerde erhalten, damit die Verwaltung dieser nachgehen kann. Vorbild könnte der Beschluss des Bremer Senats zu diesem Thema sein.

Deutscher Werberat

Für Beschwerden bei diskriminierender Werbung ist der Deutsche Werberat zuständig. Der hat als freiwillige Schiedsstelle der Werbewirtschaft allgemeine Regeln aufgestellt. Darin heißt es unter anderem: „Werbung genießt den grundrechtlichen Schutz der Freiheit der Meinungsäußerung. Diese Freiheit kann jedoch nicht schrankenlos sein. Sie findet ihre Grenzen in den allgemeinen Gesetzen und den schutzwürdigen Belangen anderer. Dazu zählen insbesondere die für die gesamte staatliche und gesellschaftliche Ordnung geltenden Prinzipien des Schutzes der Menschenwürde und der Nicht-Diskriminierung sowie des Kinder- und Jugendschutzes.“

Wenn der Werberat entscheidet, ein Werbemotiv sei diskriminierend, wird dem Unternehmen die Möglichkeit gegeben, das beanstandete Motiv zu verbessern oder zu entfernen. Unterbleibt das, ist die nächste und letzte Sanktion des Werberats die öffentlich ausgesprochene Rüge. Vielen Menschen geht die Handhabe durch den Deutschen Werberat nicht weit genug. Überdies haben sie Kritik daran, wie der Werberat mit Beschwerden wegen sexistischer Werbemotive umgeht – viele werden zurückgewiesen.

Melden sexistischer Werbemotive:

Seit August 2017 ist das vom Bundesfamilienministerium geförderte Webformular <https://werbemelder.in> zum einfachen Melden sexistischer Werbemotive verfügbar - die hier eingehenden Beschwerden gehen samt Einschätzung durch Pinkstinks online, womit transparent wird, welches Unternehmen wo und wann mit Sexismus wirbt.