

## **Antrag an die 27. Bundeskonferenz der kommunalen Frauen und Gleichstellungsbeauftragten in Leipzig 2023**

**Antragstellerin:** LAG Saarland

**Antragsnummer:**

### **Gegenstand des Antrags:**

**Verbot von Gender-Marketing - gegen Sexismus und Geschlechterklischees in Werbung, Medien und Gesellschaft**

**AdressatInnen: An die Bundesregierung**

### **Antrag:**

**Wir fordern ein Verbot sexistischer und damit geschlechterdiskriminierender Werbung mit den Zielen**

- **Menschen, insbesondere Kinder, sich frei von geschlechterspezifischen Stereotypen entfalten und entwickeln zu lassen,**
- **Diskriminierung und Benachteiligung auf Grund des Geschlechts vorzubeugen,**
- **moderne, zeitgemäße Geschlechterbilder zu vermitteln.**

### **Begründung:**

Werbung ist dann sexistisch, wenn sie bestimmte Gesellschaftsgruppen aufgrund ihres Geschlechts oder ihrer Sexualität diskriminiert. Sie schädigt das Selbstwertgefühl betroffener Personen und festigt bestehende Vorurteile. Dadurch werden Menschen schon ab der frühen Kindheit in ihrer persönlichen Entfaltung beeinflusst und in bestehende Rollenklischees gedrängt. Oft sind diese Rollenklischees in traditionellen Geschlechterrollen so gefestigt, dass sie uns völlig normal erscheinen: Frauen kaufen eher Kosmetikprodukte, Männer eher Elektronik. Kleine Mädchen tragen rosa Kleider und Jungen spielen mit Dinos. Der Umgang der Industrie mit diesen Geschlechterklischees zur Vermarktung ihrer Produkte oder Dienstleistungen wird auch als Gendermarketing bezeichnet und ist ein gängiges Instrument zur Steigerung des Umsatzes.

Das Gendermarketing hemmt jedoch nicht nur die freie Entfaltung der angesprochenen Zielgruppen, sie schließt auch Menschen aus, die sich in den vermittelten Geschlechterrollen nicht zugehörig bzw. wohlfühlen. Denn klassische Geschlechterrollen unterliegen auch zunehmend in der gesellschaftlichen Wahrnehmung Veränderung, lösen sich auf und vermischen sich. So erkennt die deutsche Rechtsprechung seit 2018 auch die dritte Geschlechtsoption „divers“ an. Damit steht auch die Marketingbranche in der Pflicht, Gendervielfalt zu berücksichtigen und traditionelle Geschlechterklischees aufzulösen.

Seit 2014 fordert das antisexistische Bündnis Pinkstinks geschlechterdiskriminierende Produkte, Medien- und Werbeeinhalte gesetzlich zu regulieren. Heiko Maas hat, in seiner Funktion als Justizminister, 2014 gefordert, sexistische Werbung zu verbieten. Umgesetzt

wurde diese Forderung in Deutschland bislang jedoch lediglich in Berlin. Städte wie Leipzig, München, Bremen und Stuttgart wollen nachziehen. Auch im Ausland, beispielsweise in Spanien und Großbritannien gibt es bereits erste Regularien, die künftig noch verschärft werden sollen.

Mirjam Altmeier-Koletzki