**Sexismus in der Werbung**

広告の中の性差別

DW Datum 23.02.2018

https://www.dw.com/de/sexismus-in-der-werbung/l-42694604

2018-02-23 Sexismus in der Werbung.docx

****

**Sexismus in der Werbung**

Frauen in Unterwäsche werben für frisches Fleisch, für Mädchen gibt es „Prinzessinnensuppe“ und für Jungen „Feuerwehrsuppe“: Obwohl viel über Sexismus diskutiert wird, gibt es diese Art von Werbung immer noch.

Werbespots, in denen Frauen den ganzen Tag für ihren Mann kochen und putzen, waren früher normal. Heute hat solche Werbung keine Chance mehr. Das bedeutet aber nicht, dass es in der Werbung keinen Sexismus mehr gibt. Im Gegenteil: Der Deutsche Werberat, eine Organisation zur Kontrolle der Werbung, erhält jedes Jahr mehrere Hundert Beschwerden, besonders wegen geschlechterdiskriminierender Werbung.

Trotzdem meint der Werberat, dass sexistische Werbung kein großes Problem mehr ist. Andere Organisationen und Wissenschaftler sehen das aber ganz anders. Zum Beispiel fordert der Verein „Pinkstinks“ strengere Gesetze gegen sexistische Werbung. Die Kommunikationswissenschaftlerin Martina Thiele sagt, dass man immer noch „übelste Formen sexistischer Werbung“ findet.

Thiele erklärt, wie Werbung uns beeinflusst: „Sexistische Werbung fördert das Schubladendenken, also ‚Männer sind so‘ und ‚Frauen sind so‘. Viele Werbetreibende behaupten, sie würden die Gesellschaft nur widerspiegeln, doch damit machen sie es sich zu einfach.“ Denn die Bilder aus der Werbung bleiben im Kopf und prägen unser Bild von der Welt.

Der Einfluss der Werbung ist sogar noch größer geworden, weil wir durch das Internet viel mehr Werbung sehen als früher. Martina Thiele meint, dass Werbetreibende deshalb eine besondere Verantwortung haben. Statt sexistischer Klischees kann die Werbung nämlich auch zeigen, dass Männer und Frauen viele verschiedene Rollen in der Gesellschaft haben.

Glossar

**Werbespot, -s (m.)** — ein kurzer Film, mit dem man für etwas Werbung macht

**Sexismus (m., nur Singular)** — die Tatsache, dass man eine Person auf eine bestimmte Art behandelt, weil sie ein Mann/eine Frau ist

**Deutscher Werberat (m., nur Singular)** — eine Organisation, die die Werbung kontrolliert

**Beschwerde, -n (f.)** — die Tatsache, dass man sich über etwas beschwert; die Tatsache, dass man seine Unzufriedenheit äußert

**geschlechterdiskriminierend** — so, dass Männer und Frauen nicht gleich behandelt werden

**Wissenschaftler, - /Wissenschaftlerin, -nen**— jemand, der an einer Forschung arbeitet

**etwas anders sehen** — hier: anderer Meinung sein

**streng** — hier: so, dass ein Gesetz wenig erlaubt

**sexistisch** — so, dass jemand anders behandelt wird, weil er ein Mann oder eine Frau ist

**übel** — hier: sehr schlimm

**etwas fördern** — hier: etwas verstärken; etwas unterstützen

**Schubladendenken (n., nur Singular)** — eine Art zu denken, in der alles in ein festes System passen muss

**Werbetreibende, -n (m./f.)** — jemand, der beruflich Werbung macht

**etwas wider|spiegeln** — hier:etwas zeigen; etwas sichtbar machen

**es sich zu einfach machen** — hier: den einfachsten Weg gehen

**jemanden/etwas prägen** — hier: einen starken Einfluss auf jemanden/etwas haben

**Klischee, -s (n.)**— das Vorurteil; so, wie viele Menschen über eine bestimmte Gruppe von Menschen denken

**Rolle, -n (f.)** — hier: die Aufgaben, die jemand in einer Gesellschaft hat

**Sexismus in der Werbung**

Frauen in Unterwäsche werben für frisches Fleisch,

für Mädchen gibt es „Prinzessinnensuppe“ und für Jungen „Feuerwehrsuppe“:

Obwohl viel über Sexismus diskutiert wird,

gibt es diese Art von Werbung immer noch.

Werbespots, in denen Frauen den ganzen Tag für ihren Mann kochen und putzen, waren früher normal.

Heute hat solche Werbung keine Chance mehr.

Das bedeutet aber nicht, dass es in der Werbung keinen Sexismus mehr gibt.

Im Gegenteil:

Der Deutsche Werberat, eine Organisation zur Kontrolle der Werbung,

erhält jedes Jahr mehrere Hundert Beschwerden,

besonders wegen geschlechterdiskriminierender Werbung.

Trotzdem meint der Werberat, dass sexistische Werbung kein großes Problem mehr ist.

Andere Organisationen und Wissenschaftler sehen das aber ganz anders.

Zum Beispiel fordert der Verein „Pinkstinks“ strengere Gesetze gegen sexistische Werbung.

Die Kommunikationswissenschaftlerin Martina Thiele sagt,

dass man immer noch „übelste Formen sexistischer Werbung“ findet.

Thiele erklärt, wie Werbung uns beeinflusst:

„Sexistische Werbung fördert das Schubladendenken, also

‚Männer sind so‘ und ‚Frauen sind so‘.

Viele Werbetreibende behaupten,

sie würden die Gesellschaft nur widerspiegeln,

doch damit machen sie es sich zu einfach.“

Denn die Bilder aus der Werbung bleiben im Kopf

und prägen unser Bild von der Welt.

Der Einfluss der Werbung ist sogar noch größer geworden,

weil wir durch das Internet viel mehr Werbung sehen als früher.

Martina Thiele meint,

dass Werbetreibende deshalb eine besondere Verantwortung haben.

Statt sexistischer Klischees kann die Werbung nämlich auch zeigen,

dass Männer und Frauen viele verschiedene Rollen in der Gesellschaft haben.