

Deutsch Arbeitsmaterialien

#deutsch

#17-12-2023

Wirkung der Posen

| typisch männlich | typisch weiblich |
|------------------|------------------|
| streng | bezaubernd |
| selbstbewusst | übertrieben |
| verschlossen | selbstverliebt |
| mächtig | präsentierend |
| ernst | elegant |
| raum einnehmend | zurückhaltend |
| | sympathisch |
| | vornehm |
| | extrovertiert |
| | offen |
| | bedeckend |

"Männer verdienen mehr als Frauen [...] und die Wäsche wäscht in Beziehungen immer der ohne Penis" titelt Julia Friedrichs in ihrem Aufsatz "Gerechtigkeit ist ein Urgefühl" am 17.12.18 in der Süddeutschen Zeitung. Spätestens seit der "#Metoo"-Debatte, eigentlich jedoch schon seit den 70ern ist die Diskussion um die Gleichberechtigung von Mann und Frau öffentlich entbrannt und kommt bis zum heutigen Tag nicht zum Erliegen. Dabei haben visuelle Medien einen großen Einfluss, denn sie produzieren Vorstellungen von Männern und Frauen, verstärken oder durchbrechen Vorurteile. Eine Lösung scheint noch nicht gefunden. Wir müssen reden!

[AB-Lachel-doch-mal-Shirin-David.pdf](#)

[Da-tanzen-sie-die-studierenden.pdf](#)

Stereotype

- Frauen werden dabei überwiegend als Sexualobjekt, jung, schön und begehrt, dargestellt und auf passiv dienende, aufreizende oder ästhetische Handlungen

beschränkt. Die Frau scheint stets für Sex verfügbar und tritt dabei als Objekt auf, als Ware ohne Willen und stets auswechselbar. Oft wird die Frau als zerstückelter, sexbereiter Körper inszeniert und auf einzelne Körperteile reduziert.

- Außerdem werden Frauen in Werben aufgefördert, sich für den heterosexuellen Mann stets schön zu machen.
- Frauen werden wie Konsumartikel behandelt und Artikel scheinen wiederum wie Frauen zu sein: jung, schön, unverbraucht.
- Frauen werden oft als fürsorgliche Hausfrau und Mutter inszeniert, wobei sie im Haushalt, bei Kindern und Ehemann ihre Stärken zur Geltung bringen - "dort gehören sie hin".
- Frauen werden bestimmte Charaktereigenschaften zugeschrieben: Sie sind fleißig, verständnisvoll und emotional, tratschen gerne, sind unbeholfen und unbedarft.
- Männer sind unabhängig, dominant und zielstrebig.

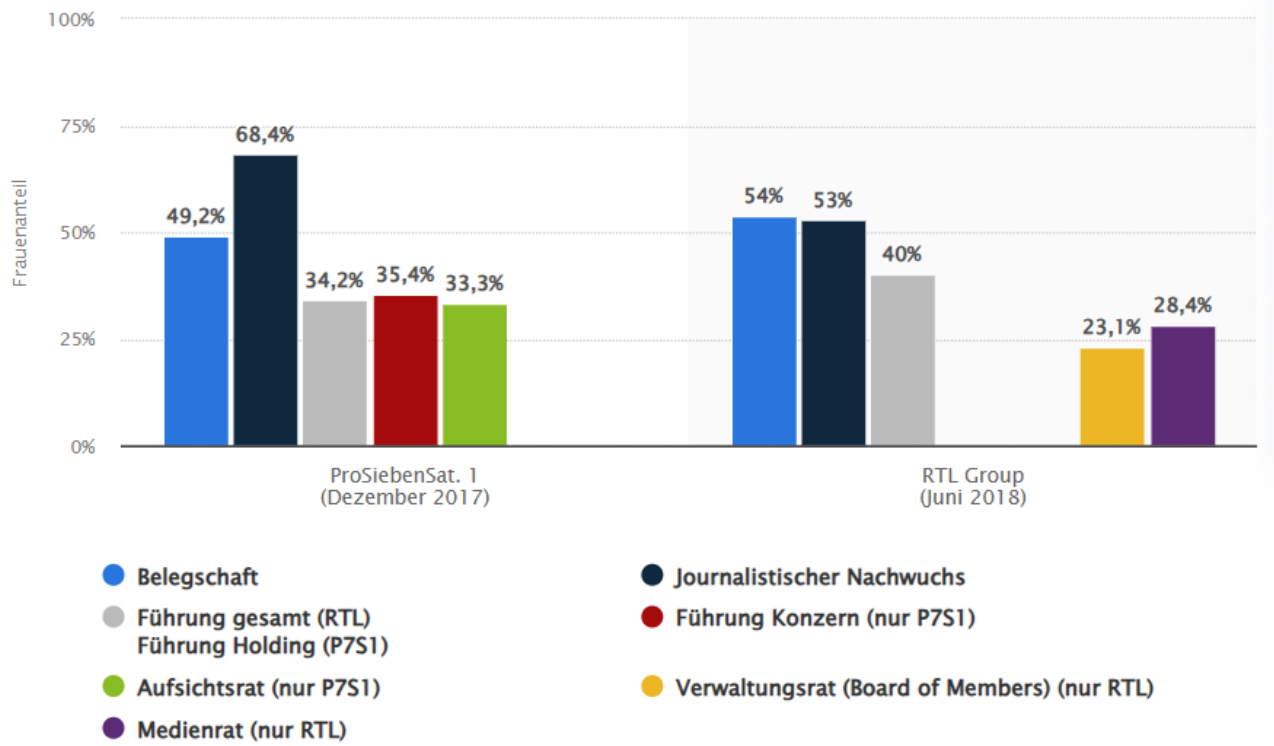
Quelle: [Werbung und Sexismus \(wien.gv.at\)](https://www.wien.gv.at) 17. 12. 2023, 14:42.

Der Beitrag analysiert Sexismus und Genderstereotype in der Werbung, insbesondere im Kontext von selbstregulierten Maßnahmen in Großbritannien im Vergleich zur Situation in Deutschland. In Großbritannien wurde zu Beginn des Jahres eine selbstverpflichtende Regelung eingeführt, die gegen offensichtliche Geschlechterklischees in der Werbung vorgeht. Die Advertising Standards Authority (ASA) überwacht und sanktioniert entsprechende Verstöße. Im Gegensatz dazu gibt es in Deutschland weder ein derartiges Gesetz noch eine Selbstregulierung.

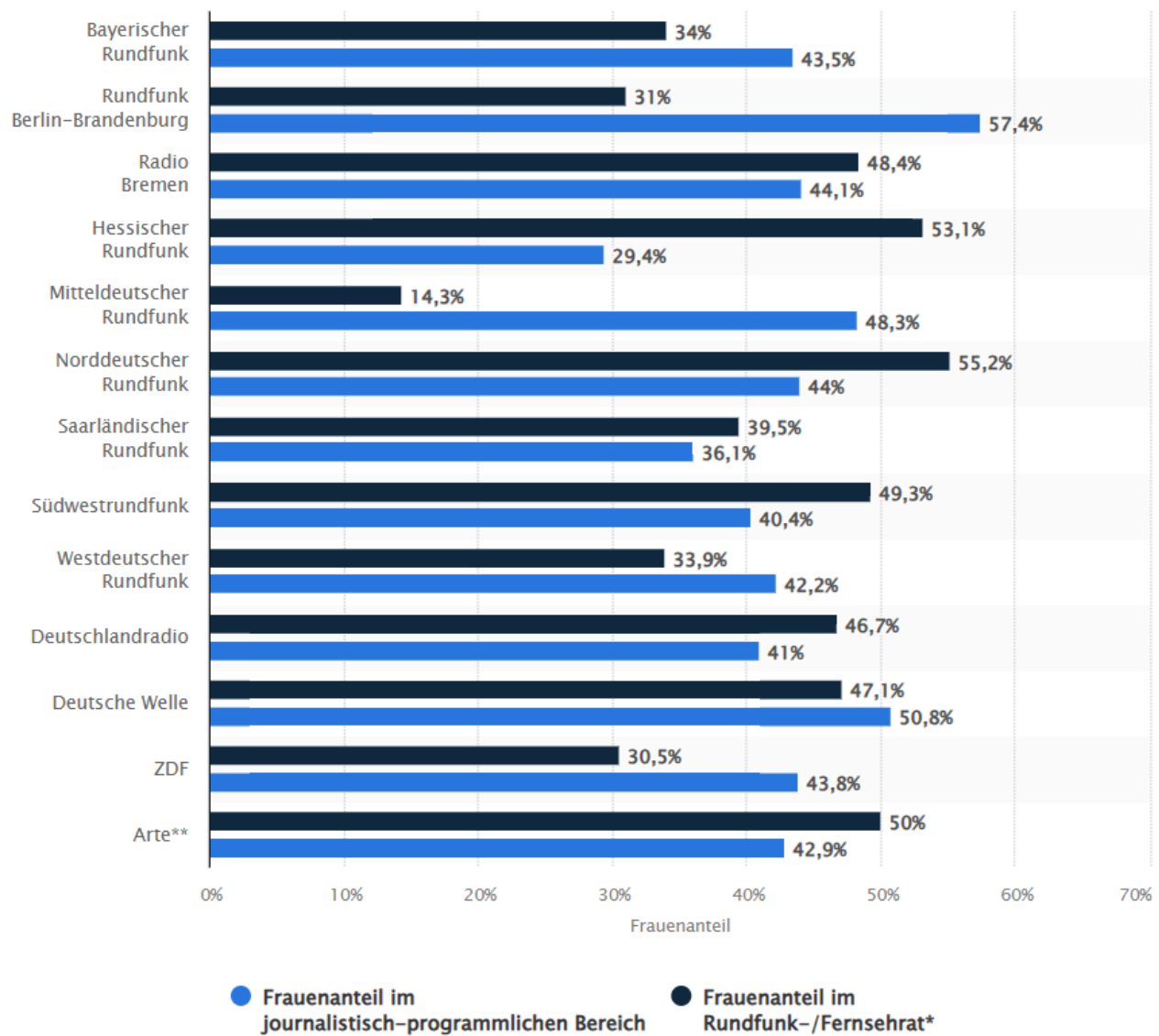
Die Meinungen der Experten variieren: Dr. Stevie Schmiedel, Geschäftsführerin von Pinkstinks, setzt sich für ein Gesetz gegen schädliche Stereotype und Sexismus in der deutschen Werbung ein. Sie betont die Gefahr von Klischees, wie die Darstellung inkompetenter Väter in der Fürsorge. Rechtsanwalt Michael Terhaag hält ein solches Gesetz für überflüssig und argumentiert, dass bestehende Gesetze bereits Werbung regulieren. Dr. Berit Völzmann, Juristin mit Fokus auf Gender-Recht, befürwortet hingegen eine gesetzliche Regulierung in Deutschland, insbesondere wegen der unterschweligen Wirkung von Werbung auf Konsumenten, besonders auf Kinder und Jugendliche, die Geschlechterrollen entwickeln.

Der Artikel schließt mit dem Hinweis, dass ohne gesetzliche Regelungen Beschwerden beim Werberat und politisches Engagement die einzigen Mittel sind, um gegen sexistische Werbung vorzugehen.

Quelle: [Braucht Deutschland eine Regelung gegen Sexismus und Genderstereotype in der Werbung?](https://www.wien.gv.at) Susan Barth, 23.08.2019, 19:05



Quelle: [Frauenanteil bei den Sendern von ProSiebenSat.1 und der RTL Group im Jahr 2021](#)
03. 2022



Quelle: [Frauenanteil bei den Sendern und in den Fernseh- und Rundfunkräten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Jahr 2021](#) 03. 2022