

Sexistische Werbung ist keine Frage des Geschmacks sondern des Respektes. Und zwar Respekt gegenüber der Frau wie dem Mann.

Mehrheitlich trifft es immer noch Frauen, die als reine Sexualobjekte dargestellt oder in anderer Form herabgewürdigt werden.

Frauen werden in der Werbung auf bestimmte Klischees, Rollen und Eigenschaften reduziert. Weibliche Sexualität wird für Werbezwecke missbraucht und vermarktet. Steht die abgebildete Frau oder die Art ihrer Darstellung in keinem Zusammenhang zum angepriesenen Produkt und dient sie als reiner Blickfang, so kann eindeutig von frauenfeindlicher Werbung gesprochen werden (z.B. räkelnde Frau auf der Automotorhaube).

Frauenfeindlich ist ebenfalls, wenn unterschwellig vermittelt wird, dass die Frau Besitz oder Beute des Mannes ist oder gar Assoziationen zu Gewalt gemacht werden.

Werbung, die ein Geschlecht diskriminiert, indem sie die Würde der Frau oder des Mannes herabsetzt, ist unlauter. Es ist wünschenswert, dass solche respektlose Werbung gar nicht erst öffentlich aufgehängt wird.

Es besteht eine Plakat-Verordnung, die verlangt, dass im Zweifelsfalle das Bewilligungsbüro eingeschaltet werden muss. Im Moment ist die Situation aber so, dass faktisch die APG (Allgemeine Plakatgesellschaft) alleine entscheidet, ob sie ein Plakat dem Bewilligungsbüro zur Abklärung vorlegt. Wie die Vergangenheit gezeigt hat, ist dieses Vorgehen mehr als fragwürdig, sind bei der APG doch keine entsprechend sensibilisierten Fachpersonen im Entscheidungsprozess involviert.

Ein ausgewiesenes Gremium aus Fachpersonen der Bereiche Gleichstellung, Werbung etc. sollte darüber befinden, ob es sich um sexistische Werbung handelt. Kommen diese Expertinnen und Experten zum Schluss, dass dem so ist, müssen sie die Befugnis haben, den Aushang verbieten zu können.

Analog dem Verbot der Tabakwerbung, dem der Schutz der Gesundheit zugrunde liegt, ist es beim Verbot der sexistischen Werbung der Schutz der Menschenwürde.

Artikel 7 der schweizerischen Bundesverfassung hält fest, dass die Würde des Menschen zu achten und zu schützen ist.

Aus diesem Grund bitten die Unterzeichnenden den Regierungsrat zu prüfen und zu berichten, wie der Kanton seine Spielräume hinsichtlich eines Verbotes sexistischer Werbung im öffentlichen Raum ausschöpfen kann.

Brigitte Hollinger, Andrea Bollinger, Dominique König-Lüdin, Philippe Pierre Macherel, Gisela Traub, Ernst Jost, Susanna Banderet-Richner, Roland Stark, Gülsen Öztürk, Anita Heer, Francisca Schiess, Margrith von Felten, Brigitte Gerber, Heidi Mück, Brigitte Heilbronner, Maria Berger-Coenen, Doris Gysin, Katharina Herzog, Martin Lüchinger, Sabine Suter, Michael Martig, Fabienne Vuillamoz, Claudia Buess, Helen Schai-Zigerlig, Stephan Ebner, Christine Keller, Sibal Arslan, Michael Wüthrich, Jan Goepfert, Hans-Peter Wessels, Annemarie von Bidder