

Frauenfeindliche Werbung

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Staatsbürgerin : Zeitschrift für politische Frauenbestrebungen**

Band (Jahr): **54 (1998)**

Heft 3

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-844489>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Betriebe werden eingeladen, ihre Verantwortung gegenüber den Frauen wahrzunehmen: "Betriebsklima und Betriebskultur sollen auf weibliche Zugangsweisen und Ansprüche ausgerichtet werden." Gewerkschaften, Berufsverbände und Arbeitgeber sind gleichermaßen gefordert.

Der Bericht rüttelt an zahlreichen Vorurteilen, er wischt die Probleme, die sich jungen Frauen stellen, nicht unter den Tisch. Nur: Wie soll eine Frau beispielsweise Beruf, Familie und Weiterbildung unter einen Hut bringen, wenn die Stundenpläne unserer Schulen nicht geändert werden, wenn Männer weiterhin nur sporadisch im Haushalt mithelfen?

Schliesslich liegt der Ball doch wieder bei der einzelnen Frau: "Frauen müssen in der Berufseinstiegsphase besonders ermuntert werden, schon zu Beginn ihrer Berufslaufbahn regelmässig Weiterbildung zu betreiben..."

FRAUENFEINDLICHE WERBUNG

DER PROSPEKT
KANN GEGEN EIN
FRANKIERTES C5-
RÜCKANTWORT-
COUVERT BEIM BFG
BESTELT WERDEN:
BÜRO FÜR DIE
GLEICHSTELLUNG
POSTFACH
8022 ZÜRICH

Bei frauenfeindlicher Werbung geht es nicht um Fragen des Geschmacks, sondern des Respekts. Zugenommen hat doppeldeutige Werbung: Gleichstellung und Selbständigkeit von Frauen werden zum Thema gemacht, gleichzeitig jedoch - und teils erst auf den zweiten Blick erkennbar - unter dem Vorwand von "Kreativität" und "Witz" karikiert und lächerlich gemacht, insbesondere mit ironischen, zweideutigen Wort- und Bildspielen.

Eine kleine Broschüre des Büros für die Gleichstellung von Frau und Mann listet zehn Beispiele frauenfeindlicher Werbung auf und führt zehn Möglichkeiten an, wie Frau sich dagegen wehren kann. Es lohnt sich, diese Mühe auf sich zu nehmen, wie kürzlich der Schweizerische Lehrerverein feststellen durfte. Er beschwerte sich bei der PTT über jene Plakate, die Jugendliche als Informatiksachverständige und ihre Lehrkräfte als hoffnungslose Hinterwäldler darstellten. Die Post hat sich beim Berufsverband entschuldigt und wird das nächste Mal bestimmt vorsichtiger sein.