

presse

AG Recht und Verbraucherschutz

Schluss mit sexistischer Werbung

*Elvira Drobinski-Weiß, verbraucherpolitische Sprecherin;
Dorothee Schlegel, zuständige Berichterstatterin:*

Wir begrüßen die Überlegungen von Bundesjustizminister Heiko Maas über gesetzliche Regelungen gegen sexistische Werbung. Eine Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb würde geschlechterdiskriminierende Werbung unterbinden. Leider sind erniedrigende Geschlechterstereotypen in der Reklame immer noch an der Tagesordnung. Eine Gesetzesänderung würde es leichter machen, diese einzudämmen und so zu mehr Gleichberechtigung beitragen.

„Werbung beeinflusst nicht nur das Kaufverhalten, sondern auch das Selbstbild von Männern, Frauen und insbesondere Heranwachsenden. Wenn wir wollen, dass Jungen und Mädchen respektvoll miteinander umgehen, ein gesundes Körperbild entwickeln und Gleichberechtigung für sie selbstverständlich wird, dann müssen wir auch dafür sorgen, dass sexistische Werbung der Vergangenheit angehört. Das wäre ein wichtiger Schritt auf dem Weg dorthin.

Wer jetzt "Bevormundung" oder "Geschmackspolizei" schreit, hat nicht verstanden, worum es geht. Auch rassistische Werbung ist aus gutem Grund nicht akzeptabel, warum sollten wir sexistische Werbung weiter hinnehmen?

Was zulässig ist und was nicht, wird von Fall zu Fall zu entscheiden sein. Wichtig ist, dass es für Beschwerden von Verbraucherinnen und Verbrauchern, Unternehmen oder Organisationen künftig eine wirksame rechtliche Grundlage geben wird - und zwar jenseits der nicht gerade wirkungsvollen Selbstregulierung der Branche. Damit fördern wir den gegenseitigen Respekt im Alltag und die Chancengleichheit von Männern und Frauen.“