

Demo gegen Sexismus in der Werbung am 1. September in Berlin

Pinkstinks organisiert die weltweit erste Demo gegen Sexismus in der Werbung! Am 1. September 2013 werden wir Berlin rocken – mit toller Musik, Reden, vielen Frauen- und Mädchenorganisationen, Menschen aller Gender, Cowgirls und Softies, Rockstars und Prinzessinnen. Das Motto: Come as you are: Vielfalt ist Schönheit! Stevie von Pinkstinks und Sookee werden die Demo eröffnen, es folgen Anne Wizorek und Kathy Meßmer, das Amt für Werbefreiheit und gutes Leben, Bernadette La Hengst, Missy Magazine, Terre des Femmes und Bff Frauen gegen Gewalt e.V., Doctorella, Occupy Barbie Dreamhouse und Dirk von Lowtzow (Tocotronic), und zum Abschluss spielen Sookee und Kobito. Wir sind von 15-17h auf einer großen Bühne auf der Mittelinsel am Pariser Platz, Berlin, direkt vor dem Brandenburger Tor.



Weiter Infos auf:

<http://pinkstinks.de>

Eine Kampagne von pinkstinks:

Gegen sexuelle Verfügbarkeit in der Außenwerbung: Kinderschutz

jetzt!



Lieber Deutscher Werberat,

Sie wollen uns vor Werbung schützen, in der „Frauen auf eine ständige sexuelle Verfügbarkeit“ reduziert werden. Werbung, die man bei Ihnen in diesem Sinne beanstandet, wird jedoch zu oft verteidigt, sie wäre doch nur ironisch gemeint, sie würde „mit einem Augenzwinkern“ arbeiten. Sie gehen dabei vom Eindruck eines „verständigen Durchschnittsverbrauchers“ aus.

Kinder sind keine „verständigen Durchschnittsverbraucher“! In der Außenwerbung muss von der Sicht von Kindern ausgegangen werden!

Kinder verstehen Ironie frühestens mit dem Schulalter. Darstellungen von überzogenen Geschlechterrollen treffen Kinder unvermittelt und direkt. Sie bekräftigen Klischees, denen sie auch in anderen Medien begegnen (Printwerbung, Musikvideos, Castingshows), vor denen Eltern ihre Kinder jedoch länger schützen können. Bilder sind mächtig, und die Außenwerbung in den Großstädten hat in den letzten Jahren bedeutend zugenommen. Gerade auf den Leuchtlitfaßsäulen und Leuchtttableaus, auf dem Weg zur Kita und Schule, sollten Kinder vor einer „Reduzierung von Frauen auf eine ständige sexuelle Verfügbarkeit“ geschützt werden.

Selbst, wenn Kinder über Knetmännchen und Schwimmreifen lachen

können, heißt das nicht, dass sie die dargestellten Rollenbilder nicht aufnehmen und speichern. Auch manchen Erwachsenen verstummt hier das Lachen, aber das ist nicht unser Thema. Das Problem ist, dass immer jüngere Kinder sich unwohl in ihrer Haut fühlen, sich extrem um ihr Aussehen sorgen, und zu früh von der Werbung suggeriert bekommen, dass sexuelle Attraktivität von höchster Wichtigkeit sei. Wir fordern:

Beurteilen Sie Außenwerbung aus der Sicht von Kindern! Streichen Sie den „verständigen Durchschnittsverbraucher“!

<http://pinkstinks.de>