

Eing.: 30. MRZ 2012

PEL-01225-20120001/AT
Geschäftsstelle Landtag, Gemeinderat,
Landesregierung und Stadtsenat

Post-Nr. 1

Antr. 1

Beschluss- (Resolutions-) Antrag

AN

der Landtagsabgeordneten Nurten Yilmaz, Mag. Nicole Berger-Krotsch, Franz Ekkamp, Christian Hursky, Anica Matzka-Dojder, Silvia Rubik, Dr. Kurt Stürzenbecher und GenossInnen (SPÖ), sowie Birgit Hebein, Dr. Sigrid Pilz, David Ellensohn und FreundInnen (Grüne),

eingebracht in der Sitzung des Wiener Landtages am 30. März 2012 zu Post 1

betreffend Aufforderung an die Bundesregierung, sexistische Werbung bundesgesetzlich zu verbieten

Werbung prägt mittels bewusster und unbewusster Wahrnehmung Bilder und Vorstellungen in den Köpfen der Menschen. Werbung ist fast überall sichtbar, und gerade durch die Plakatierung des öffentlichen Raums ist es im Alltag schwierig bis unmöglich, sich ihr zu entziehen.

Sexistische Werbung umfasst eine große Bandbreite an Darstellungen, und reicht von sexualisierten Bildern über die Reduktion auf den Körper bis zu klischeehaften Rollen von Frauen und Männern. Sie kann sowohl Männer als auch Frauen betreffen. Tatsächlich werden meist Frauen in sexualisierter, klischeehafter oder abwertender Weise dargestellt. Ob jemand persönlich sexistische Werbung als störend empfindet, hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab. Abgesehen von einer persönlichen Betroffenheit hat sexistische Werbung klare Auswirkungen für die Gesellschaft. Die durch Werbung vermittelten Botschaften über Frauen und Männer beeinflussen die Selbstwahrnehmung sowie Aussehen-, Verhaltens- und Schönheitsnormen für Frauen, Männer, Mädchen und Burschen. Sexualisierte Darstellungen haben vor allem für die Psyche von Kindern und jungen Mädchen besonders negative Konsequenzen, denn sie beeinträchtigen insbesondere das Selbstbild, Selbstbewusstsein und die psychische Gesundheit.

Die Tatsache, dass Frauen und Mädchen in vielen Bereichen nach wie vor gegenüber Männern massiv benachteiligt sind, hat auch mit dem gesellschaftlich verankerten Frauen- und Männerbildern zu tun. Dieses Bild wird durch sexistische Werbung (mit-)erzeugt, verankert und verfestigt. Durch diskriminierende Werbung werden Sexismus und Vorurteile in der Gesellschaft gefördert und damit letztendlich bestehende Diskriminierungen (mit-) verursacht und bestärkt.

Sexistische Werbung ist derzeit in Österreich bis auf wenige Ausnahmen (z. B. Pornografiegesetz, Rundfunkgesetz) nicht gesetzlich geregelt. Das derzeitige System der freiwilligen Selbstregulation durch den Österreichischen Werberat ist aus mehreren Gründen nicht ausreichend: einige Bereiche wie zB Politik und Non-Profit-Organisationen sind nicht umfasst, die Prävention ist unzureichend, der Werberat verfügt auch nicht über effektive Sanktionsmöglichkeiten. Initiativen auf Gemeindeebene können auch nur in Richtung des Aufzeigens und Ächtens von sexistischer Werbung gehen, wie es etwa über Watchgroups gegen sexistische Werbung in Graz und Salzburg sowie über die Wiener Werbewatchgroup stattfindet.

Österreich bekennt sich in Artikel 7 Abs 2 B-VG zur tatsächlichen Gleichstellung von Frauen und Männern und ist unter der UN-Konvention zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau (BGBl I Nr. 443/1982) völkerrechtlich dazu verpflichtet, jegliche rechtliche und tatsächliche Diskriminierung von Frauen zu beseitigen. Insbesondere abwertende und stereotypisierende Darstellungen in Medien und Werbung sind in dieser Verpflichtung umfasst. Auch auf EU-Ebene wurden die Mitgliedsstaaten bereits 2008 in einer Entschließung des Europäischen Parlaments zu den Auswirkungen von Marketing und Werbung aufgerufen geeignete Maßnahmen zu gewährleisten. Diese sollen die Achtung der menschlichen Würde und der Unversehrtheit der Person garantieren, weder unmittelbar noch mittelbar diskriminierend sein, noch irgendeine Aufstachelung zum Hass oder Material

enthalten, das, wenn es im jeweiligen Zusammenhang beurteilt wird, Gewalt gegen Frauen billigt, fördert oder verherrlicht.

Die gefertigten Landtagsabgeordneten stellen daher gemäß § 27 Abs. 4 der Geschäftsordnung des Landtages für Wien folgenden

Beschluss- (Resolutions-) Antrag

Der Wiener Landtag wolle beschließen:

- 1) Die Bundesregierung wird aufgefordert, sexistische Werbung bundesweit einheitlich zu verbieten:
 - In einer solchen bundesgesetzlichen Regelung soll die Definition von „sexistisch“ anhand existierender Kriterienkataloge aus der Frauen- und Geschlechterforschung erfolgen.
 - Das Verbot soll sich nicht auf Wirtschaftswerbung beschränken, sondern alle Werbebereiche und Medien umfassen.
 - Die Sanktion für eine Verletzung des Verbots sollte so ausgestaltet sein, dass es sich jedenfalls - insbesondere für große Unternehmen - nicht aus wirtschaftlichen Überlegungen „lohnen“ darf, trotz Strafandrohung sexistische Werbemaßnahmen zu setzen.
 - Der Vollzug dieser Regelung muss durch ein Gremium erfolgen, welches ausgewiesene Expertise im Bereich Frauen- und Geschlechterforschung, Gleichstellung, Antidiskriminierung und Menschenrechte aufweist und aus Frauen und Männern zusammengesetzt ist.
 - Aus diesen Gründen wird unter Anlehnung an bereits existierende effektive europäische Regelungen (Island, Norwegen, Kroatien) eine Verankerung im Gleichbehandlungsgesetz angeregt.
- 2) Eine solche Regelung sollte zusätzlich auch das Verbot der Diskriminierung aufgrund von Religion, ethnischer Zugehörigkeit oder Herkunft, Zugehörigkeit zu einer sonstigen Minderheit, sexueller Orientierung, Alter, Behinderung oder Krankheit, Armut sowie eventuell weiterer Diskriminierungskategorien enthalten, da abwertende und diskriminierende Werbebotschaften in diesen Bereichen ebenfalls eklatant negative gesellschaftliche Auswirkungen haben.
- 3) Aus diesem Grund wird auch eine dringende Empfehlung an die Bundesregierung ausgesprochen, die Thematik „Gender und Menschenrechte“ in allen bundesgesetzlich geregelten Berufsausbildungen zu verankern und sicherzustellen, dass Weiterbildung in diesem Bereich in allen relevanten Berufsgruppen angeboten und tatsächlich wahrgenommen wird.
- 4) Die Bundesregierung möge sich auch auf internationaler Ebene für grenzüberschreitende Regelungen einsetzen, da Werbekampagnen europa- und weltweit agierender Konzerne sonst nicht effektiv begegnet werden kann.

In formeller Hinsicht wird die sofortige Abstimmung verlangt.

Wien, am 30. März 2012

Wiederberger-Koch
Quatemberg
K. G.
Albrecht
M. W.
Quatemberg
W. G.
P. J.