

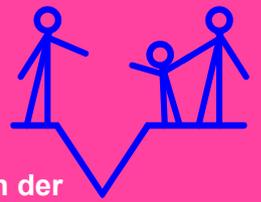
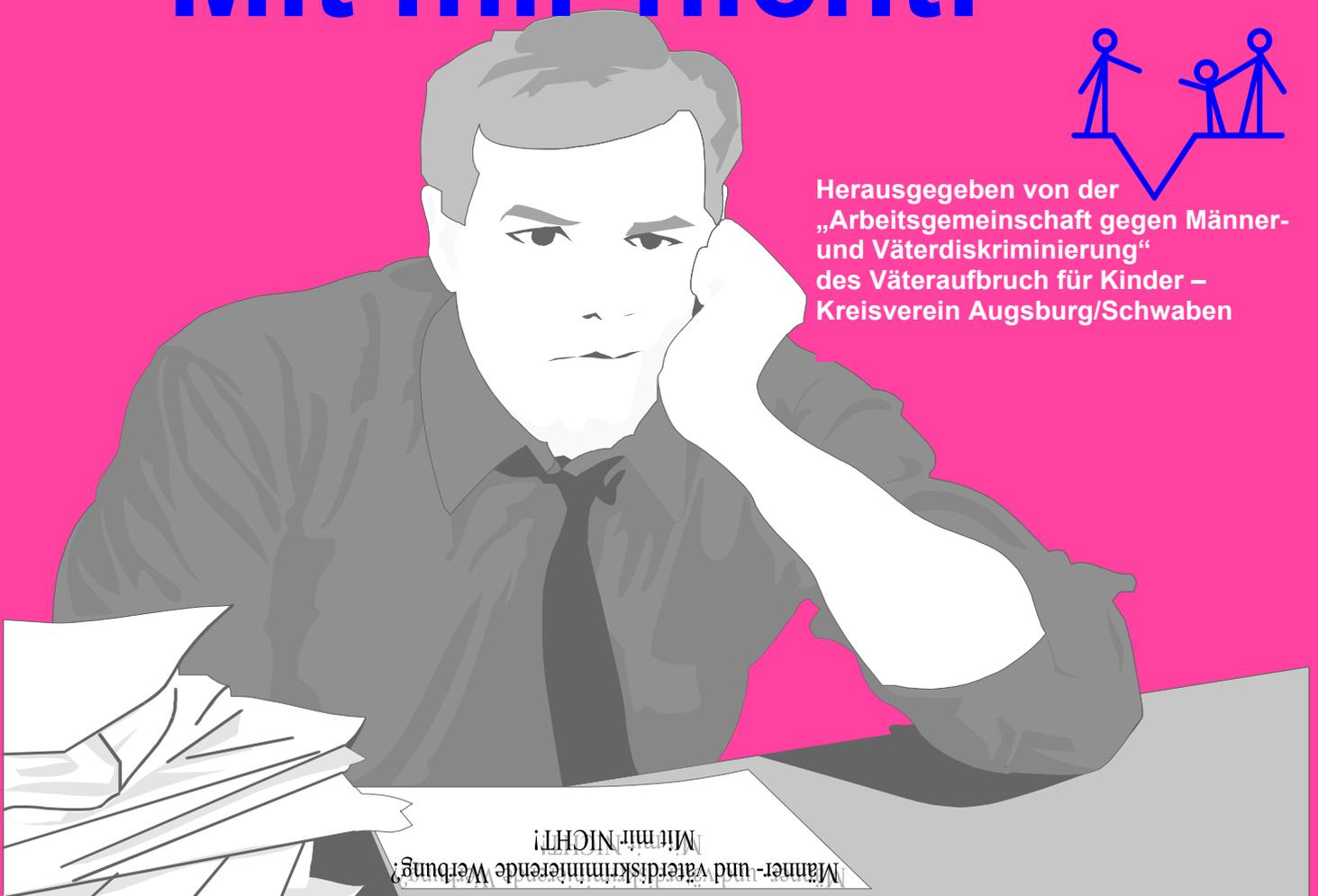
[frauenbeauftragte.de](http://frauenbeauftragte.de)

[frauenministerium.de](http://frauenministerium.de)

**Männerfeindliche  
Werbung -  
und was Sie  
dagegen  
tun können**

# Discrimination Sells?

## Mit mir nicht!



Herausgegeben von der  
„Arbeitsgemeinschaft gegen Männer-  
und Väterdiskriminierung“  
des Väteraufbruch für Kinder –  
Kreisverein Augsburg/Schwaben

Männer- und väterdiskriminierende Werbung?  
Mit mir NICHT!

**Diese Broschüre wurde überreicht von**

**Herausgeber und Kontaktadressen:**

Väteraufbruch für Kinder

**Kreisverein Augsburg/Schwaben**

Kreisvorstand: Edmund Koller, Herbert Eicher, Thomas Meierfels

Postfach 11 22 07

86047 Augsburg

eMail: [vafk-schwaben@gmx.de](mailto:vafk-schwaben@gmx.de)

Web: <http://www.vafk-schwaben.de>

Diese Veröffentlichung ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Väteraufbruch für Kinder –  
**Kreisverein Augsburg/Schwaben.**

Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Nachdruck unter Quellenangabe gestattet. Augsburg, 2005

## **Sexismus und Diskriminierung ist keine Frage des Geschmacks**

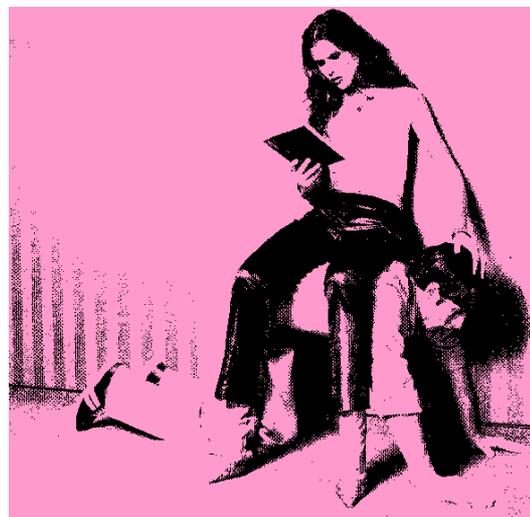
Längst überfällig wehren sich auch Männer gegen die zunehmende Diskriminierung in der Werbung und der Öffentlichkeit. Zwar werden auch Frauen sexistisch in der Werbung dargestellt, sind aber von Diskriminierungen und erniedrigenden Darstellungen weitgehend verschont, während Männer zunehmend damit konfrontiert werden, flächendeckend in Werbung, den Medien und in der Gesellschaft als Trottel, Pantoffelhelden, Gewalttäter, Kinderschänder, Vergewaltiger und Ehebrecher dargestellt zu werden. „Männer sind Schweine“ ist nur ein Beispiel, wie dumm sich Männer gegenüber Männern verhalten und in dieser Borniertheit nicht begreifen, dass sie mit im selben Boot sitzen. Hauptsache man verbucht hier finanziellen, flüchtigen Erfolg nach dem Motto: „Der Erfolg heiligt die Mittel!“ Dieser Erfolg kann allerdings sehr flüchtig sein, sollten die Verursacher einmal selbst mit dem Rechtsüberhang auf Seiten der Frauen konfrontiert werden, den sie mitverursacht haben.

Männer werden in der Werbung, den Medien und in der Politik oft auf bestimmte Klischees, Rollen oder Eigenschaften reduziert. Männer sind stets faul, drücken sich vor dem Haushalt, interessieren sich zu 100% nur für Autos, Sport und Sex. Kinder sind stets ungewollt oder „passiert“, Scheidungen und Trennungen werden ausschließlich direkt oder indirekt von Männern verursacht. Die Berufe die sie ausüben sind stets der einzige Lebensinhalt, ja scheinbar ein Hobby in dem sie aufgehen. Sie sitzen allesamt in geheizten Büros und verdienen sich dumm und dämlich. Der Mann ist stets Kavalier, erfolgreich, immer bei Kasse, niemals müde, immer gut gelaunt, stets verfügbar in Beruf und Haushalt. Wenn er diese Vorgaben nicht oder nur teilweise erfüllt, dann ist er ein „Versager“.

### **Zugenommen hat doppeldeutige Werbung:**

Anzeigen und Werbespots haben die Gleichstellung und Selbständigkeit von Frauen zum Thema – aber oft erst auf den zweiten Blick wird erkennbar, dass dafür die Gleichstellung und Selbständigkeit der Männer nicht nur außer Acht gelassen wird, sondern der Mann in einer Weise dargestellt wird, wie es im umgekehrten Fall nie möglich wäre, ohne die gesamte weibliche Gesellschaft, einschließlich der überwiegend frauenorientierten Politik und Justiz auf den Plan zu rufen.

**Bei männerfeindlicher  
Werbung geht es nicht um  
Fragen des guten oder  
schlechten Geschmacks,  
sondern um Respekt.**



## Sexismus und Diskriminierung ist kein Verkaufsargument!

Werbung nimmt in unserer Gesellschaft eine dominante Rolle ein. Sie schafft Bilder, transportiert Botschaften, beeinflusst und manipuliert Vorstellungen - effektiver und eindringlicher als andere Medien, denn Werbung ist plakativ und allgegenwärtig.

Werbefachleute sind aufgefordert, ihre Verantwortung wahrzunehmen. Sie haben es in der Hand, auf Werbung zu verzichten, die in irgendeiner Weise die Würde der Männer missachtet, ebenso wie auf Werbung, die ein einseitiges, einschränkendes Männerbild vermittelt. Werbemethoden, die mit männerfeindlichen Denkmustern und Assoziationen „spielen“, sind weder kreativ noch innovativ.

Darüber hinaus ist eine breite, kritische Auseinandersetzung mit Werbung, ihren Mechanismen, ihrer Wirkung nötig. Der Umgang mit Medien und Werbung muss bereits in Schulen, Ausbildung und Familie ein Thema sein. Zu dieser Auseinandersetzung gehört auch die Sensibilisierung gegenüber rassistischer, fremdenfeindlicher Werbung.

Firmen, die auf das Verkaufsargument „Diskriminierung“ setzen, denken nur dann um, wenn viele Verbraucher ihre Kaufentscheidung kritisch hinterfragen.



**Kreative Werbung kommt ohne Männerklischees aus.**

## Diskriminierung hat viele Gesichter

### Woran Sie männerfeindliche Werbung erkennen können

- **Bilder oder Texte fixieren Frauen und Männer (oder Kinder) in überholten oder stark renovierungsbedürftigen Geschlechterrollen (Mutter und Kind, anstatt Vater und Kind. Erfolgreicher u. zahlungskräftiger Kavalier, anstatt erfolgreiche u. freigiebige Dame. Berufstätiger Mann und Hausfrau, anstatt berufstätige Frau und Hausmann).**
- **Männer werden als unselbständige, frauenhörige Trottel oder als Gewalttäter dargestellt. Bilder und Texte vermitteln den Eindruck, Männer sind nur auf dieser Welt um Frauen jeden Wunsch von den Augen abzulesen, um sich ausbeuten zu lassen, oder um Gewalt auszuüben.**
- **Abgebildete Männer oder die Art ihrer Darstellung haben keinen Zusammenhang zum angepriesenen Produkt. Männer werden als „humorvoller“ Blickfang (meist in unterwürfiger Haltung in Verbindung mit einer Frau) dargestellt.**
- **Männer werden in Bild oder Text auf bestimmte Rollen (Trottel, selbstloser Kavalier, devoter Ehemann) oder auf bestimmte Eigenschaften (z.B. dumm, dienend, passiv) reduziert.**
- **Das Verhältnis von Männern zu Frauen ist in Bild und Text geprägt von Abhängigkeiten und Unterwürfigkeit.**
- **Bilder und Texte beleidigen Männer und stellen sie in entwürdigender Weise dar. Dazu gehören auch doppeldeutige Wort- und Bildspiele.**
- **Es wird unterschwellig vermittelt, Männer seien Besitz oder Beute einer Frau. Sein einziger Lebensinhalt besteht darin, ihr lebenslang seine Arbeitskraft zum Nulltarif zur Verfügung zu stellen. Entweder freiwillig oder unter Zwang.**
- **Texte sind ausschließlich in verharmlosender Form gehalten, die selbst schlimmste Diskriminierungen als „Normalität“ oder „witzig“ erscheinen lässt.**
- **Männliche Sexualität wird vermarktet. Der sexuelle Trieb eines Mannes entschuldigt nahezu jeden wirtschaftlichen Wahnsinn in Beziehung zu Frauen.**
- **Mittels Bildern oder Texten werden extreme männliche Ideale propagiert. Wer diesem Muster nicht entspricht, ist ohne (frauen)gesellschaftlichen Marktwert.**



## **Discrimination Sells? Mit mir nicht!**

**Wie Sie sich gegen  
männerfeindliche Werbung  
wehren können**

- **Beschweren Sie sich mündlich oder schriftlich bei dem Geschäft oder Unternehmen, das das beworbene Produkt herstellt oder verkauft, oder bei der Firma, die Dienstleistungen mittels männerfeindlicher Werbung anbietet.**
- **Beschweren Sie sich bei der Werbeagentur, die das Werbemittel (Plakat, Prospekt, Inserat, Werbespot usw.) hergestellt hat.**
- **Fassen Sie Ihre Kritik an einer männerfeindlichen Werbung kurz zusammen und schicken Sie diese als Leserbrief an Zeitungen oder Zeitschriften.**
- **Beschweren Sie sich bei elektronischen Medien über männerfeindliche Werbespots, zum Beispiel in einem Brief an die Fernsehdirektion.**
- **Machen Sie männerfeindliche Werbung in Ihrem Bekanntenkreis, in Gruppen, Firmen, Organisationen, Aus- und Weiterbildung zum Thema.**



**Tipp:  
Diese Broschüre enthält Postkarten, die Sie  
für Ihren Protest verwenden können.**

## Wohin Sie sich wenden können



- **Beschweren Sie sich beim Deutschen Werberat, Postfach 20 14 14, Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin. Tel. 030/590099200,**
- **Fax 030/590099222, E-Mail: [werberat@werberat.de](mailto:werberat@werberat.de).**
  
- **Schreiben Sie an die Verbraucherzentrale Bayern e.V., Mozartstr. 9, 80336 München, Tel. 089/53987-0, Fax 089/537553, E-Mail: [info@verbraucherzentrale-bayern.de](mailto:info@verbraucherzentrale-bayern.de).**
  
- **Bei Werbeplakaten im Bereich der Deutschen Bahn wenden Sie sich an die Deutsche Eisenbahn-Reklame GmbH, Bürgermeister-Brunner-Str. 2, 34117 Kassel, Tel. 0561/7002-0, Fax 0561/7002-230, E-Mail: [info@derg.de](mailto:info@derg.de).**

**Unterstützung finden Sie auch bei verschiedenen Männer- und Vätervereinen.**

**Also:**

**Produkte gezielt auswählen und Dienstleistungen, für die mit männerdiskriminierenden Methoden geworben wird, nicht mehr in Anspruch zu nehmen.**

**Den Unmut gegen männerdiskriminierende Werbung gemeinsam öffentlich machen – so wird Ihr Protest wirkungsvoll.**

# In eigener Sache

## Männer- und Vätervereine unterstützen Ihren Protest gegen männer-diskriminierende Werbung

Manche mögen die Auseinandersetzungen um Sprache und um männerdiskriminierende Darstellungen für übertrieben oder gar überflüssig halten. Doch Tatsache ist: Diskriminierender Sprachgebrauch und einseitige Darstellung von Frauen in Wort und Bild waren und werden immer wieder Anlass für Bürgerinnen sein, sich bei der zuständigen Gleichstellungsstelle zu beschweren.

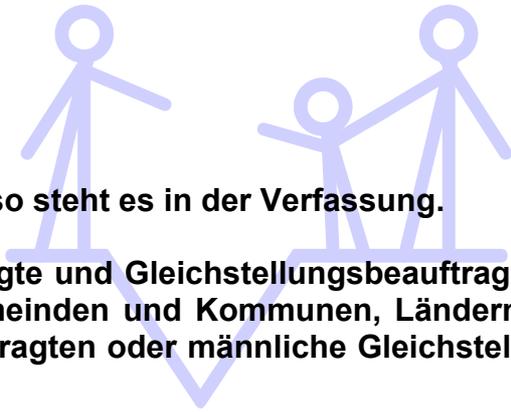
Aber bei welcher Gleichstellungsstelle können sich Männer beschweren?

Die Definition von Gleichstellung ist in diesem Lande offensichtlich etwas einseitig geraten. Im eigentlichen Sinne bedeutet Gleichstellung zwischen den Geschlechtern auch eine Gleichbehandlung und -betreuung. Dies bedeutet, dass eine Gleichstellungsstelle für beide Geschlechter zuständig ist. Es bedeutet aber auch, dass Gleichstellungsstellen bundesweit geschlechtsneutral zu besetzen sind, da diese ja für die Gleichstellung zwischen beiden Geschlechtern zuständig sind. Könnte dies Auffassung und Auslegung von Gleichstellung nicht ein weiterer aber äußerst tragfähiger Punkt von Diskriminierung und Sexismus in Politik und Gesellschaft sein?

Ist eine einseitige und geschlechtsspezifische Politik nicht flächendeckende, von Politik und Justiz geförderte Diskriminierung? Was sind das für Leute, die ihr eigenes Geschlecht diffamieren und diskreditieren? Sind das Leute, die ein Volk vertreten, oder Leute, die ein Volk zum Eigennutz verkaufen? Diese Frage soll sich jeder selbst beantworten, nachdem er sich über die wahre Benachteiligung von Frauen in Gesellschaft und Familie kundig gemacht und mit den Vorteilen der Männer in diesen Bereichen verglichen hat. Er wird danach die lapidaren Aussagen seiner Geschlechtsgenossen in Politik und Justiz über die Benachteiligung der Frau sowie auch diese Personen selbst in einem völlig neuen Licht erkennen.

Wirksames Handeln gegen das Geschäft mit Klischees und gegen Benachteiligung erfordert solidarisches und gemeinsames Engagement. Deshalb unterstützen die bundesdeutschen Männer- und Vätervereine IHREN Protest gegen männerfeindliche Werbung, sowie Diskriminierung von Männern und Vätern seitens Politik, Justiz, wie auch in der Gesellschaft.

## Über den Väteraufbruch für Kinder – Kreisverein Augsburg / Schwaben



*„Frauen und Männer sind gleichberechtigt“*, so steht es in der Verfassung.

Dennoch sind Tausende von Frauenbeauftragte und Gleichstellungsbeauftragte (100% Frauen) in Behörden, Ämtern, Gemeinden und Kommunen, Ländern und auch im Bund tätig. Keine Männerbeauftragten oder männliche Gleichstellungsbeauftragte.

Die BRD unterhält unzählige Frauenhäuser, aber kein einziges Männerhaus, obwohl die Opfer häuslicher Gewalt gleichhäufig Männer und Frauen sind (Opferstudie des Kriminologischen Forschungsinstitutes Niedersachsen, 1992).

Tausende von Frauenvereinen und –verbänden finanzieren sich überwiegend oder ausschließlich aus Steuermitteln. Männer- und Vätervereine erhalten nichts oder nur geringfügig Fördergelder, die im Vergleich zur Frauenförderung nicht einmal erwähnenswert sind. Meist nur Sachleistungen von ein paar Briefmarken oder Buchgutscheine etc.

Obwohl Männer im Durchschnitt sieben Jahre früher sterben als Frauen, werden sie im Gesundheitswesen extrem benachteiligt. Es gibt im Gegensatz zu Frauen keinerlei Männergesundheitsberichte. Die Forschungsmittel für Brustkrebs liegen um ein Vielfaches über denjenigen für Prostata- oder Hodenkrebs.

Diese Liste lässt sich endlos fortführen. Nähere Info's erhalten Sie beim VafK-Kreisverein Augsburg/Schwaben, <http://www.vafk-schwaben.de>. Sie werden staunen, was unsere PolitikerInnen verkünden und was sie tatsächlich tun.

Der Väteraufbruch – Kreisverein Augsburg / Schwaben will durch eigene Publikationen, Presseerklärungen, Informationsstände, Veranstaltungen, Kampagnen und Lobbyarbeit die breite Öffentlichkeit sensibilisieren und aufklären über Misshandlung, Diskriminierung und Ausbeutung von Männern und Vätern. Ziel ist ein partnerschaftliches und gleichberechtigtes Geschlechterverhältnis, bei dem auch die Lasten, Risiken und Pflichten gleich verteilt sind.

## Über den Väteraufbruch für Kinder e.V. – Bundesverein

Der Väteraufbruch für Kinder e.V. wurde 1989 von einigen Vätern in Köln gegründet. Von Vätern, die auf Grund unseres Familienrechts, das insbesondere seit 1977 mit „Recht“ im eigentlichen Sinne nicht einmal mehr ansatzweise etwas gemein hat, alles verloren haben. Ihre Kinder, ihr erarbeitetes Vermögen, ihr Einkommen und nicht zuletzt ihre Zukunft. Der ursprünglich nur regional tätige Väteraufbruch e.V. ist heute ein bundesweit tätiger Bundesverein mit ca. 85 Landes-, Kreis- und Ortsvereinen, sowie ca. 150 freien Kontaktstellen. Der Väteraufbruch e.V. -Bundesverein arbeitet mit etlichen gleichartigen Vereinen im In- und Ausland zusammen, die auf Grund des Mediums „Internet“ jährlich mehr werden. Vereine, die teilweise schon länger bestehen als der Väteraufbruch, aber jahrelang mangels Förderung nur regionale oder kommunale Bekanntheitsgrade erlangt haben. Der Väteraufbruch e.V. fordert Gleichstellung der Geschlechter in Familie und Gesellschaft, auch was die Übernahme von Lebensrisiken und der gleichberechtigten Übernahme von Pflichten in Familie und gegenüber dem Staat anbelangt. Insbesondere fordert der Väteraufbruch eine rechtliche Gleichstellung der Elternteile gegenüber gemeinsamen Kindern.

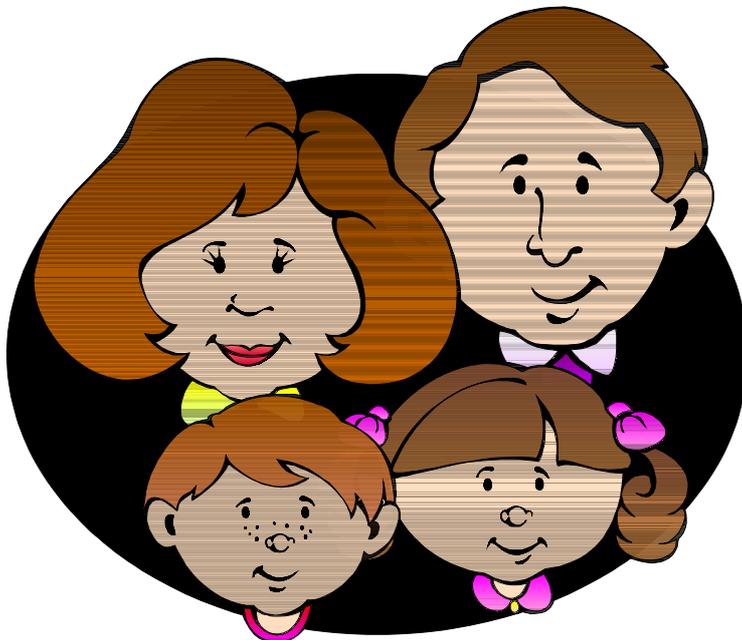
# Discrimination sells? Mit mir nicht!

Diese und viele weitere Broschüren finden Sie im Internet unter der Adresse [www.vafk-schwaben.de/downloads.html](http://www.vafk-schwaben.de/downloads.html)

Weitere Informationen finden Sie unter:

[www.vafk-schwaben.de](http://www.vafk-schwaben.de)  
[www.vafk.de](http://www.vafk.de)  
[www.pappa.com](http://www.pappa.com)  
[www.manddat.de](http://www.manddat.de)  
[www.vaeter-aktuell.de](http://www.vaeter-aktuell.de)  
[www.majuze.de](http://www.majuze.de)  
[www.skifas.de](http://www.skifas.de)  
[www.pro-test.net](http://www.pro-test.net)

Das Männer- und Väternetzwerk steht für den Slogan „ES REICHT!“ Wir brauchen keinen Geschlechterrassismus sondern Gleichberechtigung.





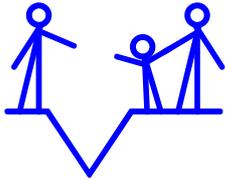
Absender

\_\_\_\_\_  
Name, Vorname

\_\_\_\_\_  
Straße

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

Eine Protestkarte vom Väteraufbruch für Kinder –  
Kreisverein Augsburg/Schwaben



Väteraufbruch für Kinder – Augsburg/Schwaben  
Postfach 11 22 07  
86047 Augsburg  
www.vafk-schwaben.de

bitte  
frankieren

Deutscher Werberat  
Am Weidendamm 1A

10117 Berlin

**discrimination sells?**

**Ich beschwere mich beim Werberat über die männerdiskriminierende  
Werbung der Firma**

hier knicken  
und zusam-  
menkleben

\_\_\_\_\_  
Firmenname

Ich habe sie gesehen/gehört am

\_\_\_\_\_  
Datum

\_\_\_\_\_  
Ort

**Die Firma vermarktet ihr Produkt mit Hilfe eines diskriminierenden Männerbildes**

\_\_\_\_\_  
Beschreibung

**Ich fordere den Werberat auf, gegen die  
Weiterverbreitung dieser Darstellung einzuschreiten!  
Ich bitte um Rückantwort**

\_\_\_\_\_  
Datum/Ort/Unterschrift





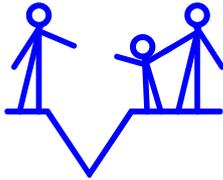
Absender

\_\_\_\_\_  
Name, Vorname

\_\_\_\_\_  
Straße

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

**Eine Protestkarte vom Väteraufbruch für Kinder –  
Kreisverein Augsburg/Schwaben**



**Väteraufbruch für Kinder – Augsburg/Schwaben**  
Postfach 11 22 07  
86047 Augsburg  
[www.vafk-schwaben.de](http://www.vafk-schwaben.de)

bitte  
frankieren

**An**

**discrimination sells?**

**Mir ist Ihre Werbung negativ aufgefallen!  
Ich habe sie gesehen/gehört am**

\_\_\_\_\_  
Datum

\_\_\_\_\_  
Ort

**Die Firma vermarktet ihr Produkt mit Hilfe eines diskriminierenden Männerbildes**

\_\_\_\_\_  
Beschreibung

**Ich werde beim Werberat Beschwerde einlegen! Ich fordere Sie auf,  
Ihre männerdiskriminierende Werbung einzustellen!  
Ich bitte um Rückantwort**

\_\_\_\_\_  
Datum/Ort/Unterschrift



hier knicken  
und  
zusammen-  
kleben

