

Werbewatchgroup selber machen!

In den letzten Jahren ist sexistische Werbung verstärkt in den Blickpunkt von Politik und öffentlicher Verwaltung geraten. Sexistische Werbung hat auf alle Menschen negative Auswirkungen, aber besonders auf Frauen, die in der Mehrzahl der sexistischen Werbungen diskriminierend dargestellt werden. Mit den Werbewatchgroups wurde in Österreich ein Instrument geschaffen, um aktiv gegen sexistische Werbung vorzugehen. Die Werbewatchgroups haben es sich zum Ziel gesetzt, die Öffentlichkeit, werbende Unternehmen und Werbeagenturen zu sensibilisieren und sexistische Werbung(en) zu stoppen.

In Österreich war Graz Vorreiterin in Sachen Watchgroup gegen sexistische Werbung. Auf Initiative der damaligen Frauenstadträtin Elke Edlinger wurde in Kooperation mit der damaligen Unabhängigen Frauenbeauftragten der Stadt Graz, Maggie Jansenberger, und dem DOKU GRAZ (Frauendokumentations-, Forschungs- und Bildungszentrum) 2009 eine Watchgroup gegen sexistische Werbung gegründet. 2012 folgten die Städte Wien und Salzburg, die ihre Werbewatchgroups im Unterschied zu Graz jedoch direkt in den jeweiligen Verwaltungen ansiedelten, in Wien beispielsweise in der Frauenabteilung der Stadt Wien (MA 57). Die Wiener Werbewatchgroup hat ihren Ursprung im rot-grünen Regierungsübereinkommen von 2010, das die Einrichtung einer solchen Werbewatchgroup initiierte (siehe Timeline der Wiener Werbewatchgroup S. 69).

Was macht eine Werbewatchgroup eigentlich?

Die österreichischen Werbewatchgroups sind Anlaufstellen für Beschwerden bezüglich sexistischer Werbung. Sie nehmen Beschwerden über einzelne Werbemaßnahmen ent-

Reclaiming Gestures

In **Reclaiming Gestures** beschäftigt sich Lena Rosa Händle einerseits mit Sexismus und Werbung, andererseits mit der Sichtbarmachung von (historischen) Orten und Strategien der Ermächtigung queer-feministischer Räume.

In der fotografischen Arbeit **Reclaiming Gestures** deuten die Titel *Zu schön um wahr zu sein* und *Wenn's lustig war, wenn's lustig wird* auf Slogans sexistisch inszenierter Werbesujets hin, deren ikonografische Posen sich die Künstlerin aneignet, sie umdeutet, wiedergewinnt und als großformatige Leuchtwerbung präsentiert, die mit der transparenten Glasarchitektur des Kubus EXPORT in einen Dialog tritt.

Die Arbeit *Pelze* bezieht sich u. a. auf den FrauenLesben-Raum PELZE-multimedia, der als internationaler Avantgarde-Treffpunkt von Künstlerinnen und Aktivistinnen in einem ehemaligen Pelzgeschäft in Berlin (1980–1994) existierte. Ausgehend von der Originaltypografie wird die händische Übersetzung des Schriftzugs in Neon als eine fragile Installation gezeigt, die zugleich Zitat und Hommage an PELZE-multimedia ist.

Ausstellung: 10.09.2015 bis 21.10.2015
Kubus EXPORT – der Transparente Raum
Lerchenfelder Gürtel, Bogen 48, 1080 Wien
U6 Josefstädter Straße





Leitz



Leitz

Kubus EXPORT - Der Transparente Raum, 1999

Zielgebiet Westgürtel Gründerzeit, MA 21A









