

Alina Zachar

Timeline der Wiener Werbewatchgroup

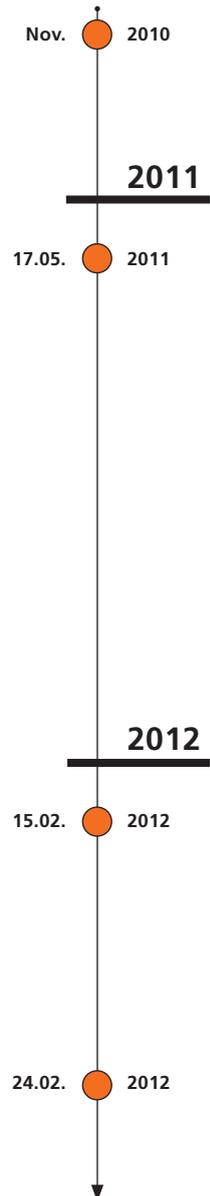
Die Einrichtung der **Werbewatchgroup Wien** wird im November 2010 im rot-grünen Regierungsübereinkommen der Wiener Landesregierung festgelegt und soll WienerInnen die Möglichkeit bieten, gegen sexistische Werbung aktiv zu werden.

Das **erste Treffen** der acht bestellten ExpertInnen der Werbewatchgroup Wien findet statt. Vier ExpertInnen sind Magistratsbedienstete, vier ExpertInnen sind extern. Sie kommen u. a. aus den Fachbereichen Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Frauengesundheit, Frauenpolitik, Antidiskriminierung und Männerberatung. Bis Anfang 2012 soll eine arbeitsfähige Struktur aufgebaut werden.

- Der Kriterienkatalog „Was ist sexistische Werbung“ der Werbewatchgroup Graz wird von den Wiener ExpertInnen gemeinsam mit der Watchgroup Graz gemeinsam überarbeitet und strukturiert.
- Parallel dazu werden Logos, Homepage, Arbeits- sowie Bewertungsstrukturen entwickelt sowie offene rechtliche Fragen und Rechtsgrundlagen abgeklärt.

Pressekonferenz anlässlich des Starts der Wiener Werbewatchgroup gegen sexistische Werbung mit Frauenstadträtin Sandra Frauenberger, Gemeinderätin Monika Vana (Grüne Wien) und Ulrike Weish (Werbewatchgroup Wien) im MUSA (Museum Startgalerie Artothek). Ab nun können Beschwerden unter www.werbewatchgroup-wien.at hochgeladen werden.

Videoclips zum Start der Werbewatchgroup Wien und zur MUSA Ausstellung **Beauty Contest** auf wien.at: www.wien.gv.at/video/198971/Beschwerden-gegen-sexistische-Werbung



12.03. 2012

Erstes Kooperationstreffen der Werbewatchgroups Wien – Graz – Salzburg. Salzburg erstellt eine **Kurzversion des Kriterienkatalogs**; Vertretungsmöglichkeiten bei Befangenheit werden besprochen.

30.03. 2012

Resolution betreffend der Aufforderung an die Bundesregierung, sexistische Werbung bundesgesetzlich zu verbieten, wird vom Wiener Landtag beschlossen.

03.05. 2012

Sexismus in der Werbung – Diskussionsveranstaltung der Werbewatchgroup Wien gemeinsam mit dem MUSA im Rahmen der Ausstellung „Beauty Contest“

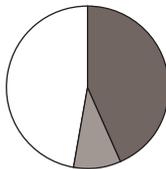
12.05. 2012

Zeltstadt der Plattform 20000frauen am Ring. Die Wiener Werbewatchgroup ist gemeinsam mit der Grazer Watchgroup vertreten.

28.11. 2012

Internationale FemCities Konferenz 2012 „Beendigung geschlechtsspezifischer Stereotypisierungen und sexistischer Darstellungen in der Werbung – Theoretische Sexismuskonzepte, rechtliche Rahmenbedingungen und praktische Lösungsansätze auf lokaler und europäischer Ebene“ im Wien-Haus/Brüssel. Die Wiener Werbewatchgroup ist bei der Konferenz vertreten.

Der **Kriterienkatalog** wird **auf Englisch** übersetzt. www.werbewatchgroup-wien.at/files/Catalogue_of_Criteria_Sexist_Advertising.pdf



2012: Zwischen 15.2. und 31.12.2012 langten 108 Beschwerden ein. Davon waren 57 Beschwerden formal bewertbar, 47 Beschwerden wurden als sexistisch bewertet, 10 als nicht sexistisch.

2013

Frühjahr 2013

Eine neue **App** erleichtert die Beschwerdeeinreichung bei der Werbewatchgroup Wien für Android- und iPhone-NutzerInnen.

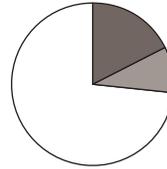
Die Werbewatchgroup stellt sich und ihren Kriterienkatalog bei der **Public Relations Verband Austria (PRVA)** vor.

28.11. 2013

Veranstaltung organisiert von der RTR-GmbH (Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH) zum Thema **Sexismusfreie Werbung: Wie geht das? Das geht?** Inputs zum nationalen und internationalen gesetzlichen Rahmen sowie zu Arbeitsweisen des Österreichischen Werberats und der drei Werbewatchgroups Wien Graz und Salzburg.

29.10. 2013

2013 sind 262 Beschwerden eingelangt, davon 70 Beschwerden formal bewertbar. 46 Beschwerden wurden als sexistisch und 24 als nicht sexistisch bewertet.



2014

Symposium **Discrimination sells?! Werbeethik und Werbekritik heute** im Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften (IPKW) – Kooperationsveranstaltung vom IPKW, der Wiener Werbewatchgroup, des Österreichischen Werberats und der Frauenabteilung der Stadt Wien.

27.02. 2014

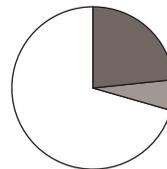
Statement der Werbewatchgroup Wien zum **Life Ball Plakat 2014**. Nachdem mit 18.05.2014 mehr als 40 Beschwerden über das Life Ball Plakat „Ich bin Adam. Ich bin Eva. Ich bin ich“ von David LaChapelle eingegangen sind, nimmt die Werbewatchgroup dazu Stellung, warum das Plakat mehrheitlich als nicht sexistisch bewertet wurde. www.werbewatchgroup-wien.at/life-ball-plakat-2014-statement-der-werbewatchgroup-wien

Mai 2014

Die Werbewatchgroup Wien ist jetzt auf **Facebook** aktiv. www.facebook.com/werbewatchgroupwien

02.06. 2014

2014 sind 128 Beschwerden eingelangt, davon 38 Beschwerden formal bewertbar, 30 Beschwerden wurden als sexistisch und 8 als nicht sexistisch bewertet.



2015

Februar 2015

Erweiterung der Werbewatchgroup Wien um weitere vier ExpertInnen – zwei externe ExpertInnen und zwei ExpertInnen aus der Stadtverwaltung.

März 2015

Der Leitfaden **Wa(h)re Schönheit und andere Werbemärchen: Sexismus in der Werbung erkennen**, der anhand anschaulicher Bilder hilft, diskriminierende Werbung zu erkennen, erscheint.

25.03. 2015

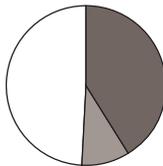
Symposium **Wahlverwandtschaften – Rollenbilder und Geschlechterklischees in Journalismus und Werbung**. Bereits zum zweiten Mal kooperieren das Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, die Frauenabteilung der Stadt Wien, die Werbewatchgroup Wien und der Österreichische Werberat, um im Rahmen eines Symposiums Fragen rund um die bildliche Darstellung von Geschlecht in Werbung und Journalismus nachzugehen.

09.09. – 21.10. 2015

Ausstellung **Reclaiming Gestures** im Kubus EXPORT – der Transparente Raum. In Reclaiming Gestures beschäftigt sich die Künstlerin Lena Rosa Händle aus einer queer-feministischen Perspektive einerseits mit Sexismus und Werbung, andererseits mit der Sichtbarmachung von (historischen) Orten und Strategien der Ermächtigung queerer Räume. Die Ausstellung wird am 09.09.2015 von der Wiener Frauenstadträtin Sandra Frauenberger eröffnet.

Dezember 2015

Frauen.Wissen.Wien. Nr. 4 erscheint unter dem Titel **Bild.macht – Sexismus in der Werbung. Analysen & Strategien**.



01.01. bis 10.12.2015: In diesem Zeitraum sind 116 Beschwerden eingelangt, davon 59 formal bewertbar. 48 Werbungen wurden als sexistisch, 11 als nicht sexistisch bewertet.