Meinung zu der Werbung des Unternehmens äußern und/oder das Unternehmen auffordern, die Werbung zurückzuziehen.

Bei jeder Beschwerde, egal ob direkt bei einem Unternehmen oder in einer verankerten Struktur (wie dem Österreichischen Werberat oder den Werbewatchgroups), ist es empfehlenswert, die folgenden Informationen anzugeben, damit der Beschwerde auch nachgegangen werden kann:

- Aktualität, Zeitpunkt der Werbung: wo und wann die Werbung gesehen worden ist
- Foto, Screenshot (auch bei Links) bzw. Streaming (Aufnahme) der Werbung im Radio oder Fernsehen (oft auf YouTube oder der Unternehmenswebsite abrufbar)
- Was wird beworben und von welchem Unternehmen?
- Wer ist der/die WerbeträgerIn (Werbemedium, Zeitschrift, EigentümerIn der Plakatwand, Fernsehsender ...)?
- Begründung, warum die Werbung als sexistisch und diskriminierend angesehen wird. Dazu kann z. B. der Kriterienkatalog der Werbewatchgroups herangezogen werden: www.werbewatchgroup-wien.at/downloads.
- Aufforderung, die Werbung einzustellen

Die folgenden Hinweise umfassen wichtige Links und Kontaktstellen, an die sich Einzelpersonen in Österreich wenden können, sowie Handlungsmöglichkeiten auch für Unternehmen und Werbeagenturen.

Beschwerden gegen sexistische Werbungen über die bestehenden Strukturen in Österreich bzw. in den einzelnen Bundesländern einbringen

- Österreichischer Werberat (Trägerverein zur Selbstkontrolle der Werbewirtschaft): www.werberat.at

- Wiener Werbewatchgroup: www.werbewatchgroup-wien.at
- Salzburger Watchgroup gegen sexistische Werbung: www.watchgroup-salzburg.at
- Grazer Watchgroup gegen sexistische Werbung: www.watchgroup-sexismus.at
- Kinder- und Jugendanwaltschaft des jeweiligen Bundeslandes (bei Werbungen, die auch eine Gefährdung von Kindern- und Jugendlichen vermuten lassen): www.kija.at

Beschwerden direkt an Unternehmen, WerbeträgerInnen und/oder Werbeagentur richten

Jede Einzelperson kann auch das Unternehmen, die Werbeträgerin und/oder die Werbeagentur direkt anschreiben. Für diese Schreiben gibt es Vorlagen, die verwendet werden können.

- Briefvorlagen gegen sexistische Werbung z.B. auf der Website des österreichischen Frauenrings www.frauenring.at/materialien/musterbriefe
- Rückmeldungen über soziale Medien an das Unternehmen

Sexistische Werbung im Internet melden

Internetwerbung kann zusätzlich bei den BetreiberInnen der Webseite/Plattform gemeldet und in manchen Fällen auch gesperrt werden. Bei Facebook oder YouTube etwa gibt es die Möglichkeit, sexistische oder diskriminierende Inhalte zu melden.

- Informationen für die Meldung bei sozialen Netzwerken finden sich auf den jeweiligen Seiten der Netzwerke selbst. Bei Onlinewerbung empfiehlt es sich, außerdem einen Screenshot zu machen.

Länderübergreifende Aktionen v. a. im Internet initiieren bzw. sich beteiligen

Werbungen international agierender Konzerne setzen oftmals die gleichen diskriminierenden Sujets (mit der jeweiligen Landessprache) in unterschiedlichen Staaten ein. Ausnahme sind dabei Länder mit Gesetzen gegen sexistische Werbung wie z.B. Island.

In der Regel initiieren NGOs gezielte, koordinierte und länderübergreifende Protestaktionen oder E-Mails, doch auch Einzelpersonen können über die sozialen Medien aktiv werden. Links zu aktiven Gruppen in sozialen Medien, die sich auch gegen sexistische Werbung engagieren:

- Facebookseite der Werbewatchgroup Wien: www.facebook.com/werbewatchgroupwien
- Web- und Facebookseite von Pinkstinks Germany: https://pinkstinks.de bzw. www.facebook.com/PinkstinksGermany
- Facebookseite der Plattform 20.000 Frauen: www.facebook.com/groups/114151758619696/
- Facebookseite der Women's European Coaltition Against Media Sexism: www.facebook.com/wecams/?fref=pb&hc_location=profile_browser

Als Unternehmen, Organisation oder Verein gegen sexistische Werbung aktiv werden

Auch Unternehmen und Organisationen können mit ihrer Werbegestaltung Rollenstereotype aufbrechen und sich bewusst gegen sexistische Werbung entscheiden. Information und Sensibilisierung sind dabei hilfreich. Nur weil z.B. eine Frau eine Werbekampagne entwirft, heißt das noch nicht, dass diese Kampagne deshalb frei von Sexismus ist. Der Kriterienkatalog der Watchgroups bietet für diese Beurteilung eine gute Orientierung. Innerhalb der Stadt Wien wurde z.B. ein Leitfaden für geschlechtergerechtes Formulieren und eine diskriminierungsfreie Bild-

sprache erstellt: www.wien.gv.at/medien/service/medienarbeit/richtlinien/pdf/leitfaden-formulieren-bf.pdf.

Gerade in Bezug auf diskriminierungsfreie Bildsprache, die auch für Werbung wichtig ist, werden in dem Leitfaden auf anschauliche Weise viele Positivbeispiele genannt. Workshops zur Sensibilisierung hinsichtlich sexistischer Werbung können z. B. bei den Werbewatchgroups angefragt werden. Nicht zuletzt bei der Vergabe von Werbeaufträgen haben Unternehmen immer die Möglichkeit, Agenturen darauf hinweisen, dass auf sexismusfreie Darstellungen zu achten ist.

Gründen einer eigenen Werbeatchgroup

Die Wiener Werbewatchgroup erhält regelmäßig Anfragen von Verwaltungen, Frauenpolitikerinnen und NGOs zum Aufbau einer Werbewatchgroup in der je eigenen Region. Siehe auch den Artikel „Werbewatchgroup selber machen“ S. 58.

Alina Zachar

Was tun?

Möglichkeiten gegen sexistische Werbung vorzugehen

Jeder Mensch sollte die Möglichkeit haben, sich gegen sexistische Werbung zu wehren. Wie gegen sexistische Werbung konkret vorgegangen werden kann, hängt davon ab, welche und wie viele Möglichkeiten es diesbezüglich im jeweiligen Land gibt.

In Österreich können sich Einzelpersonen an den Österreichischen Werberat wenden, in Wien zusätzlich an die Wiener Werbewatchgroup bzw. in Salzburg und Graz an die dort aktiven Watchgroups gegen Sexismus. Wichtig ist dabei immer, dass die Werbung auch auf eine Zielgruppe in Österreich oder, bei regionalen Initiativen, in der jeweiligen Region abzielt (d. h. eine sexistische Werbung, die im Internet abrufbar ist, aber deren Produkt z.B. nur in Deutschland erworben werden kann, wird beispielsweise von der Werbewatchgroup Wien nicht bewertet). Des Weiteren ist darauf zu achten, dass es einen Link, Screenshot, ein Video, oder ein Foto oder auch einen Screenshot der Werbung gibt. Werbungen, bei denen es Bedenken wegen des Jugendschutzes gibt, können zusätzlich noch bei der Kinder- und Jugendanwaltschaft gemeldet werden.

Unabhängig davon kann jede Person auch das Unternehmen, die Werbeträgerin (z. B. Zeitschrift, oder Fernsehsender, die Werbeplattform etc.) und/oder die Werbeagentur direkt anschreiben. Für diese Schreiben gibt es bereits Vorlagen, die verwendet werden können (siehe Links weiter unten).

Auch die Möglichkeiten des Internets können genutzt werden. Werbungen in sozialen Medien (z. B. Facebook, YouTube) können den BetreiberInnen gemeldet werden und mitunter von ihnen gesperrt oder blockiert werden. Ebenso können Aktionen lanciert werden, etwa dass zahlreiche Personen auf der Unternehmenswebsite oder Unternehmens-Facebookseite ihre