

## „Sexismus sells“ – stereotype und frauenfeindliche Werbung Workshop mit Planspiel anlässlich von 100 Jahren Frauenwahlrecht

**Fast so kompliziert  
wie eine Frau. Aber  
pünktlich.**



IWC International Watch Co. Ltd. Schaffhausen, Schweiz. 004933 00 00. Deutschland: 09047 02 71 10. Österreich: 01998 01 34. www.iwc.ch

„Sexismus sells“: Das scheint immer noch die Devise für viele Werbekampagnen zu sein, auch nach 100 Jahren Frauenwahlrecht und angesichts der zunehmenden Gleichstellung von Frauen und Männern in allen Teilen der Gesellschaft.

Werbung nutzt weiterhin stereotype Geschlechterzuschreibungen. Dabei bedient sie pauschalisierende Klischees: Frauen seien kompliziert, zickig, unpünktlich. Oder sie zementiert „traditionelle“ Rollenbilder: Die Frau kocht, der Mann schaut Fußball.

In Werbeanzeigen werden Frauen zudem auf ihren Körper reduziert und dieser auf diskriminierende Weise als „Verkaufsargument“ benutzt: Frauen werben in knapper Kleidung, unter Einnahme sexueller Posen oder begleitet von anzüglichen Werbesprüchen für Lebensmittel, Maschinen oder Urlaube.

Das Thema eignet sich aufgrund seiner aktuellen Brisanz und vielfältiger Bezüge zur Lebenswelt von Jugendlichen sehr für anregende und lebhaft Workshops an Schulen. 100 Jahre Frauenwahlrecht sind eingangs der Aufhänger für eine gegenwartsbezogene Debatte. Zum Ende des Workshops nehmen wir den historischen Faden wieder auf und vermitteln dabei unter anderem Wissen zur Geschichte des Frauenwahlrechts.

Dazwischen setzen sich die Teilnehmenden in einem Planspiel aktiv mit dem Frauenbild in der Werbung auseinander.

### Szenario

Verschiedene Frauenorganisationen haben in letzter Zeit mit Aktionen und Kampagnen sexistische Darstellungen und stereotype Rollenzuschreibungen in der Werbung skandalisiert. Das zuständige Bundesministerium lädt Repräsentant/innen dieser Organisationen sowie aus der Werbe- und Medienbranche zu einer Aktionskonferenz ein.

Ziel ist die Ausarbeitung eines „Aktionsplans zum Abbau von Diskriminierungen von Frauen in der Werbung“. Maßnahmen zur Verhinderung diskriminierender Darstellungen durch Selbstverpflichtungen oder gesetzliche Regelungen werden dabei ebenso besprochen wie Ideen zur Förderung von gleichberechtigten Darstellungen.

## Zielgruppen und Dauer

- Zielgruppe: Schüler/innen Sekundarstufe I und II
- Anzahl der Teilnehmenden: 15-30
- Dauer: 6 Unterrichtseinheiten (UE)

## Lernziele

- Problembewusstsein für patriarchale Rollenzuschreibungen und diskriminierende Darstellungen von Frauen schaffen
- unterschiedliche Perspektiven auf die Gleichberechtigung von Frau und Mann aufzeigen
- Maßnahmen erörtern, die auf mehr Gleichberechtigung von Frauen hinwirken
- die gegenwärtige Diskussion in einen historischen Kontext einbetten – anhand der Genese des Frauenwahlrechts und den Zuschreibungen von Geschlechterrollen in der Geschichte
- Verständnis für die Alltagsrelevanz politischer Fragen und die Vielschichtigkeit zivilgesellschaftlicher Zusammenhänge wecken

## Ablauf

45 min.	Begrüßung & Input zu 100 Jahre Frauenwahlrecht Visuelle Einführung in Thema und Ablauf
135 min.	Planspiel: Aktionsplan zum Abbau von Diskriminierungen von Frauen in der Werbung
90 min.	Auswertung des Planspiels Historisch-biographische Arbeit zum Frauenwahlrecht Gemeinsamer Ausblick auf die heutige Situation

## Über polyspektiv

Wir verfügen über umfassende Erfahrung in der Entwicklung und Anwendung handlungs- und erfahrungsorientierter Methoden zur Vermittlung politischer Prozesse und Inhalte.

Wir arbeiten für Parlamente, Regierungs- und Verwaltungsinstitutionen auf Bundes- und Landesebene sowie für Bildungs- und Fortbildungseinrichtungen wie auch für Akteure der Zivilgesellschaft im In- und Ausland.