



Werbung – ein Reizthema?

Grussworte des Stadtpräsidenten

Meine Damen und Herren

Seien Sie herzlich im Stadthaus von Zürich zur Fachtagung "Werbung macht an!?" willkommen! Ich freue mich, Sie heute hier zu sehen. Diese Veranstaltung macht mir eine besondere Freude, denn heute versuchen zwei AkteurInnen, die in der Vergangenheit meistens als gegensätzliche Pole verstanden worden sind, sich einander anzunähern zur Klärung von Fragen wie: Darf Werbung alles? Oder gibt es Grenzen für die Werbung? Ist Diskriminierung – speziell auch Diskriminierung von Frauen – ein legitimes Mittel, um Aufmerksamkeit zu erzielen? Oder nicht?

Wenn Sie, die Werberinnen und Werber, mit Ihrem Produkt die Gefühle der Bevölkerung verletzen, dann beschweren sich Bürgerinnen und Bürger bei der Verwaltung der Stadt Zürich. Wenn eine Werbung von den Leuten als frauenfeindlich wahrgenommen wird, dann gelangen sie ans Gleichstellungsbüro. Zu Recht: Die Gleichstellung von Frau und Mann und die Beseitigung jeglicher Form von Geschlechterdiskriminierung ist ein erklärtes übergeordnetes Ziel des Stadtrates von Zürich. Das Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann nimmt darin die Aufgabe wahr, für sexistische Diskriminierung zu sensibilisieren.

Was ist sexistische Werbung? Diese Frage ist nicht einfach ein für allemal zu beantworten – eine differenzierte Betrachtung ist nötig. Auch Bürgerinnen und Bürger, die sich beschweren, verwechseln nicht selten "sexistisch" mit "sexuell". Aber nicht jede Abbildung von nackter Haut ist schon sexistisch. Die Frage lautet vielmehr: Setzt die jeweilige Werbung diejenigen herab, die auf dem Bild zu sehen sind? Ein eindrückliches Beispiel für den Umgang mit diesem Unterschied zeigt die Einladung zu dieser Veranstaltung: Vier werbeschaffende Männer, die alle Organisatoren dieser Veranstaltung sind, nicht Models, zeigen fast nackt ihre Rückansicht im String. Damit spielen sie nicht nur auf eine Plakatwerbung für Damen-Strings an, die die Gemüter erhitzt hat. Sie stellen auch souverän und mit ironischer Selbstdistanz ihr eigenes Bild für das Thema dieser Tagung zur Verfügung: Sie haben ohne Berührungsängste für einmal ihre Position als Herren über die Werbebilder mit der Position der abgebildeten Nackten vertauscht. Die Nacktheit, so zeigt das Foto, macht nicht die Diskriminierung. Und etwas Zweites wird deutlich: Die Aufweichung üblicher Positionen ermöglicht kreative und überraschende Bilder.

Ihre Tagung ist bereits in diesem Moment ein Erfolg: Denn Sie treffen sich hier als Fachleute aus Werbung und Gleichstellung, um sich auszutauschen und mit einander neue Wege der Auseinandersetzung mit diesem heiklen Thema auszuprobieren. Sie wollen heute konstruktive Lösungen erarbeiten, statt ein Lamento über die Position der anderen Seite anzustimmen. Auch das ist ungewöhnlich und überraschend.



Stellen sich nicht Werberinnen und Werber graue Mäuse vor, wenn sie an Gleichstellungsbeauftragte denken? Verbiesterte, humorlose Blaustrümpfe, die stets eine Schere in der Hand halten, um jedes freche, neue Werbeprodukt sofort zu zensurieren? Denken nicht die, die hauptberuflich für die Gleichstellung von Frau und Mann arbeiten: Werber sind schenkelklopfende Stammtischler ohne ethisches Bewusstsein?

Dass Sie heute hier zusammen gekommen sind, zeigt mir, Sie denken nicht so. Sie zeigen heute gegenseitige Neugier und Offenheit, wo viele wohl eher fertige Meinungen erwarten.

Der Schulterchluss der Werbe-Berufsverbände ASW, „script“ und SW mit dem Städtzürcher Gleichstellungsbüro hat diese Tagung ermöglicht. Eine solche Kooperation wäre noch vor wenigen Jahren unvorstellbar gewesen – sie ist jetzt gelungen, weil alle Seiten Berührungängste hinter sich gelassen haben. Genauso zeigen auch Sie, die Tagungsteilnehmerinnen und –teilnehmer, durch Ihre Anwesenheit die Bereitschaft, verhärtete Fronten hinter sich zu lassen. Sie werden einen Tag lang zusammen kreativ und tabulos für mehr Qualität in der Werbung arbeiten.

Ich persönlich freue mich über gut gemachte, qualitativ hochstehende, witzige, auch freche Werbung, die ohne Diskriminierung auskommt. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine erfolgreiche Tagung.

Dr. Elmar Ledergerber, Stadtpräsident

(Es gilt das gesprochene Wort.)