

M 264/2006 VOL

Motion

Jost, Thun (EVP)

Desarzens-Wunderlin, Boll (FDP)

Loosli-Amstutz, Detligen (Grüne)

Schneiter, Thierachern (EDU)

Schwarz-Sommer, Steffisburg (SVP)

Vaquin, Moutier (PDC)

Weitere Unterschriften: 47

Eingereicht am: 28.11.2006

Verbot sexistischer Werbung

Der Regierungsrat unterbreitet dem Parlament die gesetzlichen Grundlagen für ein Verbot geschlechter-diskriminierender Werbung im Kanton Bern.

Begründung:

Würde von Frau und Mann

Sexistische Werbung ist keine Frage des Geschmacks, sondern des Respekts, des Respekts gegenüber der Frau wie dem Mann. Sexistische Werbung reduziert Frauen oder Männer auf Klischees, Rollen und Eigenschaften. Auf Plakatwänden werden zum Teil Geschlechterrollen präsentiert, die Frauen als blosses Sexobjekt erscheinen lassen. Es wird unterschwellig vermittelt, dass die Frau Besitz oder Beute des Mannes sei. Oder es werden gar Assoziationen zu Gewalt gemacht.

Übersexualisierte Werbung verbindet Produkte mit (erotischen) menschlichen Körpern, die keinen natürlichen Zusammenhang aufweisen. Steht eine abgebildete Person oder die Art ihrer Darstellung in keinem Zusammenhang zum angepriesenen Produkt, und dient sie als reiner Blickfang, so liegt eindeutig eine Übersexualisierung vor, was ebenfalls geschlechter-diskriminierend ist.

Jugendschutz

„Sexuelle Gewalt unter Kindern und Jugendlichen ist ein zunehmendes Problem“, wurde von diversen Fachleuten im Zusammenhang mit den Vorfällen in der Schweiz, wo jeweils Jugendliche minderjährige Mädchen vergewaltigten, geäußert. Im Jahr 2006 kam es zu über 125 sexuellen Gewaltdelikten von Jugendlichen an Kindern. Der Vorfall in Steffisburg im Herbst 2006, wo ein minderjähriges Mädchen von einer Gruppe Jugendlicher sexuell belästigt wurde, liess auch im Kanton Bern aufhorchen. In der Presse war von den Folgen einer „sexuell enthemmten Gesellschaft“ die Rede. Eine erschreckende Realität, die leider nicht mit einer generellen Lösung eliminiert werden kann. Mehrmals wurde von Experten allerdings darauf hingewiesen, dass der Umgang von Kindern und Jugendlichen mit der Sexualität auch davon abhängt, was sie vorgesetzt bekommen. Damit nahmen sie auf das zunehmend sexualisierte Umfeld der Kinder und Jugendlichen Bezug. Neben anderen

Faktoren gehört zur sexualisierten Umwelt auch die Werbung auf Plakaten, Handzetteln und in der Zeitung.

Sexualität ist Privatsache

Sexualität, die eigentlich den Schutz einer intimen Privatsphäre genießen sollte, wird für Werbezwecke missbraucht und vermarktet. Die Werbebranche zeigt für unsere Privatsphäre keinen Respekt und überhäuft uns in der Öffentlichkeit ungefragt mit Bildern aus dem Intimbereich. Wer will, soll das Recht haben, diese Bilder zu konsumieren. Das ebenso wichtige Recht, sie nicht konsumieren zu müssen, ist heute aber verloren gegangen.

Ungenügende Kontrolle

In seiner Antwort zur Interpellation Vaquin „Erotikmarkt-Plakat sorgt für Aufregung“ (I 302/2005) verweist der Regierungsrat auf die Selbstkontrolle der Werbebranche durch die Lauterkeitskommission und vermittelt den Eindruck, dass mit dieser Kontrolle das Nötige getan sei. Diese Selbstkontrolle ist allerdings ungenügend. Das zeigen die wiederholt geschlechter-diskriminierenden Werbeplakate, die von der Öffentlichkeit geduldet werden müssen. Die Lauterkeitskommission kommt nämlich erst zum Einsatz, wenn die Werbung ihre Wirkung leider schon tätigen konnte. Die Kommission kann zudem keine Strafen festlegen. Und leider erhält durch eine Kritik das beanstandete Plakat weitere Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit. Rund zehn Prozent (20 – 25 Fälle pro Jahr) der Beschwerden an die Lauterkeitskommission betreffen Sexismus.

Werbung, die ein Geschlecht diskriminiert, indem sie die Würde der Frau oder des Mannes herabsetzt, ist unlauter. Es ist wünschenswert, dass solche respektlose Werbung gar nicht erst publiziert werden darf.