Zeitschrift: Die Staatsbürgerin : Zeitschrift für politische Frauenbestrebungen
Herausgeber: Verein Aktiver Staatsbürgerinnen
Band: 54 (1998)
Heft: 3

Artikel: Frauenfeindliche Werbung
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-844489

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Die Betriebe werden eingeladen, ihre Verantwortung gegenüber den Frauen wahrzunehmen: "Betriebsklima und Betriebskultur sollen auf weibliche Zugangsweisen und Ansprüche ausgerichtet werden." Gewerkschften, Berufsverbände und Arbeitgeber sind gleichermassen gefordert.

Der Bericht rüttelt an zahlreichen Vorurteilen, er wischt die Probleme, die sich jungen Frauen stellen, nicht unter den Tisch. Nur: Wie soll eine Frau beispielsweise Beruf, Familie und Weiterbildung unter einen Hut bringen, wenn die Stundenpläne unserer Schulen nicht geändert werden, wenn Männer weiterhin nur sporadisch im Haushalt mithelfen?

Schliesslich liegt der Ball doch wieder bei der einzelnen Frau: "Frauen müssen in der Berufseinstiegsphase besonders ermuntert werden, schon zu Beginn ihrer Berufslaufbahn regelmässig Weiterbildung zu betreiben..."

FRAUENFEINDLICHE WERBUNG

DER PROSPEKT KANN GEGEN EIN FRANKIERTES C5-RÜCKANTWORT-COUVERT BEIM BFG BESTELLT WERDEN: BÜRO FÜR DIE GLEICHSTELLUNG POSTFACH 8022 ZÜRICH

Bei frauenfeindlicher Werbung geht es nicht um Fragen des Geschmacks, sondern des Respekts. Zugenommen hat doppeldeutige Werbung: Gleichstellung und Selbständigkeit von Frauen werden zum Thema gemacht, gleichzeitig jedoch - und teils erst auf den zweiten Blick erkennbar - unter dem Vorwand von "Kreativität" und "Witz" karikiert und lächerlich gemacht, insbesondere mit ironischen, zweideutigen Wort- und Bildspielen.

Eine kleine Broschüre des Büros für die Gleichstellung von Frau und Mann listet zehn Beispiele frauenfeindlicher Werbung auf und führt zehn Möglichkeiten an, wie Frau sich dagegen wehren kann. Es lohnt sich, diese Mühe auf sich zu nehmen, wie kürzlich der Schweizerische Lehrerverein feststellen durfte. Er beschwerte sich bei der PTT über jene Plakate, die Jugendliche als Informatiksachverständige und ihre Lehrkräfte als hoffnungslose Hinterwäldler darstellten. Die Post hat sich beim Berufsverband entschuldigt und wird das nächste Mal bestimmt vorsichtiger sein.