

Medienmitteilung

## **Reality Check: Hui oder pfui in der Werbung?**

***Heute startet mit Reality Check ein lustvolles Projekt gegen Sexismus und Stereotypen in der Werbung. Kernmassnahme ist ein Wettbewerb, der bei Auszubildenden und Studierenden der Kommunikation und der Gender Studies ausgeschrieben wird. Hinter Reality Check stehen Carmen Bregy als Initiantin und TERRE DES FEMMES Schweiz als Trägerin. Der Projektaufakt erfolgt bei Lush (Switzerland) an der Linth-Escher-Gasse in Zürich.***

Hier eine knackige, softwaregebügelte Kehrseite, da ein appetitlich präsentierter, sonnengeölter Selbstbedienungs-Sixpack im Schnee, dort die duslig-schusslige Blondine, da der allzeitbereite Möchtegern. Hier ein Produkt, das fast so schön ist wie eine Frau, aber richtig tickt. Und dort Gebrauchsgegenstände, die sich ohne Wenn und Aber umtauschen lassen – anders, als der eigene Mann.

### **Nackte Haut und flotte Sprüche**

Sexismus und Stereotypen haben via Werbung ihren täglichen Auftritt. Sie spielen mit Klischees, die auf Kosten von Menschen gehen, mehrheitlich zu Lasten der Frauen, immer häufiger auch der Männer. Alte Denkmuster werden bestärkt, das gleichwertige Nebeneinander der Geschlechter karikiert. Es stellt sich die Frage nach der Würde und dem Wert von Frau und Mann, wenn über pauschale Entwürdigung und Abwertung von Geschlechtern und Gesellschaftsschichten geworben wird. Verschiedentlich schafft es sexistische Werbung in die redaktionellen Gefässe der Medien, verschiedentlich wird auf politischer Ebene diskutiert, was in der Werbung sein darf und was nicht. Trotzdem halten sich sexistische, stereotype Bilder und Sprüche hartnäckig – und mit ihnen alle Assoziationen, die sie auslösen.

### **Humor ist, wenn man trotzdem lacht?**

Man mag sich über die werberische Ästhetik und gekonnte Wortspielereien freuen, man mag sich umgekehrt über das Menschen- oder Geschlechterbild ärgern, das dahinter steckt. Beide Reaktionen sind besser, als wenn durch Gewöhnung unreflektierte Normalität entsteht. Noch besser hingegen wäre eine echte Auseinandersetzung darüber, welche Rollenbilder heute

durch die Werbung transportiert werden und in Zukunft transportiert werden sollen.

### **Auf die Jungen kommt es an!**

Reality Check setzt auf die Jungen und dort an, wo Werbung entsteht: bei den Werberinnen und Gestaltern, den Agenturen und Medien, den Auftraggebern von Werbung. Ein Wettbewerb unter dem Berufsnachwuchs soll zeigen, ob Werbung wertschätzend daher kommen kann, ohne ganz mit Reizen geizen zu müssen.

Kreative und Kommunikationsfachleute von morgen oder Gender-StudentInnen haben die Chance, der Werbebranche den Marsch zu blasen. Mit Werbung, die auf Abwertung pfeift, die reiz- und respektvoll, knackig und piffig, anregend, sinnlich und humorvoll ist. Mit Ideen, die zeigen, wie lustvoll Werbung jenseits von Sexismus sein könnte. Ziel ist es, frischen Wind und Inspiration ins Thema zu bringen. Oder wie es Jury-Mitglied Prof. Dr. Andrea Maihofer (Leiterin des Zentrums für Gender Studies Universität Basel) ausdrückt: «Ich erhoffe mir, dass das Projekt Reality Check ganz allgemein, aber besonders bei den für die Werbung Verantwortlichen zur Sensibilisierung beiträgt. Mehr Bewusstsein schafft über die fatale Bedeutung der Werbung bei der Reproduktion von traditionellen, unegalitären Geschlechterstereotypen und über die Problematik speziell sexistischer Werbung. Vielleicht weckt es Lust auf mehr Werbung mit innovativen Geschlechterbildern mit mehr Humor und utopischer Kreativität. Es gibt ja bereits vereinzelt wunderbare Beispiele. Aber vielleicht hilft es auch, dass mehr Menschen in der Schweiz auf Sexismus in der Werbung schneller negativ reagieren».

Der Wettbewerb wird in der Deutschschweiz am 12. Januar lanciert und läuft bis Mai 2009. Die Gewinneridee wird mit 2000 CHF honoriert. Die zehn besten Beiträge kommen an einer öffentlichen Vernissage im Oktober 2009 voll zur Geltung. Die Durchführung des Wettbewerbs ist finanziell gesichert. Da sich das Projekt über Sponsorenbeiträge und Spenden finanziert, hängen alle weiteren Massnahmen von der Budgetentwicklung ab. Im besten Fall tritt die Gewinneridee nach der Prämierung tatsächlich als Werbung auf Inseraten und Plakaten in Erscheinung. Über die laufenden Aktivitäten wird auf [www.realitycheck.ch](http://www.realitycheck.ch) berichtet.

## Startschuss mit Partnern

Reality Check ist von der Basler Konzepterin und Texterin Carmen Bregy in Zusammenarbeit mit TERRE DES FEMMES Schweiz ins Leben gerufen worden. Bereits jetzt stehen namhafte Partner hinter dem Projekt: als Matronats-/Patronatsgeber die BPW Business Professional Women Schweiz und FemWiss, Verein Feministische Wissenschaft Schweiz, als Netzwerkpartnerin die Mediengewerkschaft Comedia. Lush (Switzerland) AG, Weleda AG, das Migros Kulturprozent und die Paul Schiller Stiftung unterstützen Reality Check in materieller Form.

Für den offiziellen Projektstart mit geladenen Gästen und Medien stellt Lush ihren Laden an der Linth-Escher-Gasse in Zürich zur Verfügung, verteilt in ihren Filialen Reality Check Postkarten und wird in ihren Schaufenstern auf den Wettbewerb aufmerksam machen.

Auch für die Wettbewerbsjury haben neben Prof. Dr. Andrea Maihofer weitere hochkarätige Persönlichkeiten ihre Zusage gegeben: Sylvia Egli von Matt (MAZ-Direktorin, Journalistin BR), Alberto Meyer (Beauftragter für Öffentlichkeitsarbeit Eidgenössisches Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann), Claude Hitz (Vorstandsmitglied ASW, Allianz Schweizer Werbeagenturen), Stefan Nünlist (Leiter Unternehmenskommunikation Swisscom, Vorstandsmitglied des Schweizerischen Werbeauftraggeberverband), Dr. Regula Stämpfli (Dozentin, unter anderem Mitglied des Fachbeirats beim Internationalen Forum für Gestaltung Ulm), Annik Troxler (Grafik-Designerin).

Bern, 25. November 2008

Für weitere Informationen:

**Carmen Bregy** (Initiantin, Co-Projektleiterin Reality Check)  
076 561 11 56, [info@realitycheck.ch](mailto:info@realitycheck.ch) oder [bregy@bregy-buschle.ch](mailto:bregy@bregy-buschle.ch)

**Isabelle Zinn** (Projektverantwortliche bei TERRE DES FEMMES Schweiz, Co-Projektleiterin Reality Check)  
076 587 68 69, [i\\_zinn@terre-des-femmes.ch](mailto:i_zinn@terre-des-femmes.ch)

[www.realitycheck.ch](http://www.realitycheck.ch)

Materialien zu Reality Check (Projektossier, Logo, Kurzinfo, Banner, Postkarten) liegen auf [www.realitycheck.ch](http://www.realitycheck.ch) unter unter Projekt>Downloads zum Download bereit.