



TÄTIGKEITSBERICHT 2021

Berliner Jury gegen diskriminierende
und sexistische Werbung



LANDESSTELLE
FÜR GLEICHBEHANDLUNG -
GEGEN DISKRIMINIERUNG



Vorwort

Dr. Gabriele Kämper

Vorsitzende der Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung



Von der Konstituierung und der Entwicklung von Geschäftsordnung und Kriterienkatalog über die Einrichtung des Online-Meldeformulars und die Etablierung der Beschwerdebearbeitung bis hin zu Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit: Das erste Jahr der Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung war geprägt von Prozessen der Arbeitsaufnahme. Erfreulicherweise hat sich das unabhängige, ehrenamtliche Fachgremium in 2021 als Beschwerdestelle im Land Berlin etabliert und es sind bereits eine Reihe von Beschwerden eingegangen. Diese sind auch Gegenstand des vorliegenden Berichts.

Ein Großteil der Beschwerden hat sich auf Motive bezogen, die Frauen in sexistischer und herabsetzender Weise präsentieren. Solche Darbietungen als dekorative und käufliche Objekte sprechen Frauen Menschlichkeit und Würde ab. Dies ist ein für das Jahr 2021 erschreckender Befund, zumal Werbung als hoch professioneller Seismograph für gesellschaftliche Tiefenstrukturen gelten kann.

Insofern ist die Sensibilisierungsarbeit der Jury und der Geschäftsstelle ein wichtiger und wohl auch weiterhin unverzichtbarer antidiskriminierungspolitischer Beitrag zum gleichberechtigten gesellschaftlichen Zusammenleben.

Inhalt

1	Hintergrund	2
1.1	Berliner Rahmenkonzept gegen diskriminierende und sexistische Werbung	2
1.2	Ziele der Juryarbeit	3
1.3	Ablauf der Beschwerdebearbeitung	3
1.4	Geschäftsstelle der Jury	4
1.5	Öffentlichkeitsarbeit	5
2	Beschwerdefälle 2021.....	6
2.1	Anzahl der Beschwerdefälle	6
2.2	Betroffene Diskriminierungsmerkmale	6
2.3	Beschwerdefälle nach Werbemitteln.....	7
2.4	Beschwerdefälle nach Branchen/Themen	7
2.6	Reaktion der Werbetreibenden.....	9
3	Fazit und Ausblick.....	9

1 Hintergrund

Die Reduzierung diskriminierender Werbung ist - merkmalsübergreifend - ein wichtiges antidiskriminierungspolitisches Anliegen. Werbung, die subtil oder sogar offen Gleichwertigkeit infrage stellt, Stereotype reproduziert oder bestehende Dominanzverhältnisse legitimiert, formt gesellschaftliche Wahrnehmung. Aufgrund ihrer Allgegenwärtigkeit kann Werbung somit eine immense, dem Gleichheitsgebot entgegenstehende Wirkung entfalten und bestehende Ungleichheiten verstärken.

Vor diesem Hintergrund hat sich der Berliner Senat zum Ziel gesetzt, diskriminierender und sexistischer Werbung entschieden entgegenzutreten. Folglich wurde der Ausschluss von diskriminierenden Inhalten zur Vergabebedingung in der Ausschreibung des Landes Berlin zur Nutzung von Werbeflächen im öffentlichen Straßenland. Ein entsprechendes Verbot (beispielsweise für Litfaßsäulen etc.) gilt seit 2019. Um diskriminierende Werbung auch auf anderen Werbeflächen zu reduzieren, wurde die Einrichtung eines Fachgremiums vorgesehen.

1.1 Berliner Rahmenkonzept gegen diskriminierende und sexistische Werbung

Anknüpfend an dieses Verbot hat der Senat im September 2020 das Berliner Rahmenkonzept gegen diskriminierende und sexistische Werbung beschlossen. Dessen Kernstück ist die Einrichtung der **Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung**, an die sich Personen wenden können, wenn sie eine Werbemaßnahme als diskriminierend empfinden. Das unabhängige Fachgremium hat sich daraufhin am 20. Januar 2021 konstituiert. Es zeichnet sich durch ein **diverses und multiprofessionelles Profil** aus und besteht aus Fachleuten unterschiedlicher Handlungsfelder der Gleichstellungs- und Antidiskriminierungsarbeit aus den Bereichen Wissenschaft, Bildung, Zivilgesellschaft, Verwaltung und mit Bezug zur Wirtschaft. Diese breite Antidiskriminierungsexpertise ermöglicht es, neben Beschwerden zu sexistischen Werbemaßnahmen, auch Diskriminierungsbeschwerden, die auf anderen Merkmalen - wie rassistischen Zuschreibungen, Alter etc. - beruhen, zu bearbeiten.

Mitglieder der Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung

 Wolf Dermann Mitgründer und stellvertretender Geschäftsführer bei ArbeiterKind.de	 Petra Koch-Knöbel Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte im Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg
 Dörte Elß Vorstand der Verbraucherzentrale Berlin	 Iris Rajanayagam, stellvertretende Juryvorsitzende Referentin bei der Bundeszentrale für politische Bildung und Dozentin an der Alice Salomon Hochschule Berlin
 Stefan Fuerst Diversity Manager der Berliner Verkehrsbetriebe und Vorstandsmitglied im SchwuZ e.V.	 Judyta Smykowski Leiterin des Projekts „Leidmedien.de“ und Redaktionsleitung bei „Die Neue Norm“ des Sozialhelden e.V.
 Dr. Gabriele Kämper, Juryvorsitzende Referatsleiterin bei der für Frauen und Gleichstellung zuständigen Senatsverwaltung	 Leo Yannick Wild Teamleiter bei der Schulenberatung Berlin und Trainer für Antidiskriminierungsberatung
 Sarah Klemm wissenschaftliche Mitarbeiterin und Fortbildnerin bei Dissens - Institut für Bildung und Forschung e.V.	 Prof. Dr. Gökce Yurdakul Professorin an der Humboldt-Universität zu Berlin und Abteilungsleiterin im Berliner Institut für Empirische Integrations- und Migrationsforschung

Als **Vorsitzende** wählte die Jury Dr. Gabriele Kämper, Leiterin des Referates „Gleichstellungspolitisches Rahmenprogramm (GPR), Öffentlichkeit, Digitalisierung“ der Abteilung Frauen und Gleichstellung in der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Gesundheit, Pflege und Gleichstellung. **Stellvertretende Vorsitzende** ist Iris Rajanayagam, Referentin für Diversität, Intersektionalität und Dekolonialität bei der Bundeszentrale für politische Bildung und Dozentin an der Alice Salomon Hochschule Berlin.

Arbeitsabläufe und Verantwortlichkeiten sind in der verabschiedeten **Geschäftsordnung** festgelegt. Zum Austausch und um grundlegende Absprachen zu treffen, finden regelmäßig **Jurysitzungen** statt. Abstimmungen zu Bewertungen erfolgen mithilfe eines digitalen Umfragetools.

1.2 Ziele der Juryarbeit

Mittels Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeit trägt die Jury zur **Reduzierung diskriminierender bzw. sexistischer Werbung** im Land Berlin bei. Die Ansprache von werbenden Unternehmen und Kommunikationsagenturen erhöht **Sensibilität** für die Thematik und fördert eine **Kultur der kritischen Auseinandersetzung** mit Werbung.

Außerdem bietet die Jury eine **Anlaufstelle für Betroffene**. Ihre Meldungen werden ernst genommen und nach der fachlichen Auseinandersetzung mit dem Sachverhalt, erhält die meldende Person auf Wunsch eine Rückmeldung zum Vorgang. Dies unterstützt und bestärkt die Betroffenen bzw. meldenden Personen auch in den Fällen, in denen die Intervention der Jury nicht zu einem Einlenken aufseiten der werbenden Unternehmen führt.

1.3 Ablauf der Beschwerdebearbeitung

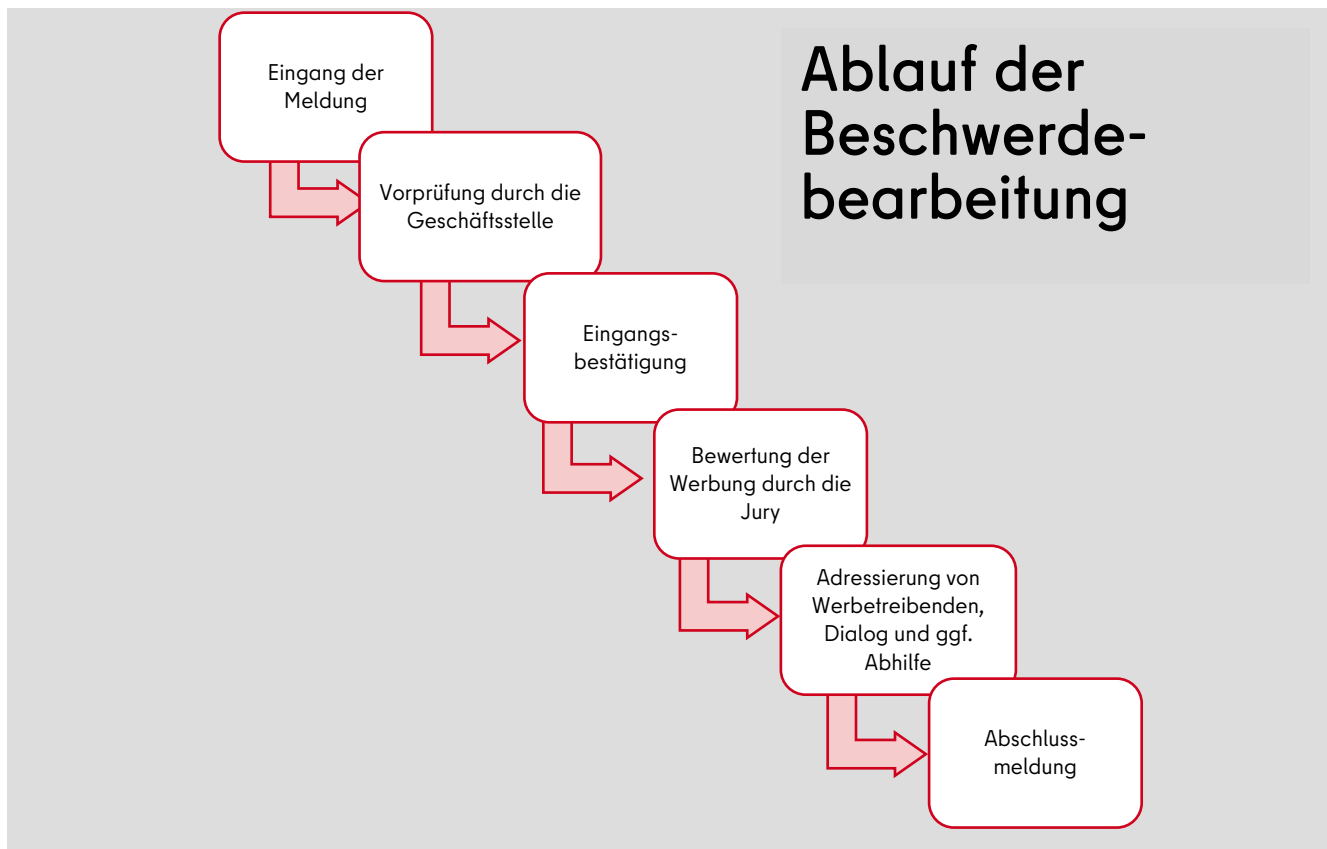
Um die unkomplizierte Meldung von Werbemaßnahmen zu ermöglichen, wurde ein **Online-Formular** auf der Webseite der Senatsverwaltung für Justiz, Vielfalt und Antidiskriminierung unter www.berlin.de/diskriminierende-werbung-melden eingestellt. Hier sind auch anonyme Meldungen möglich.

Nach Eingang einer Meldung stimmt das Fachgremium darüber ab, ob es sich um diskriminierende und sexistische Werbung handelt und in welcher Form interveniert werden kann:

- Bei diskriminierenden Inhalten auf privaten Werbeflächen bzw. in Online-, TV- oder Radio-Werbung ergreift die Jury vor allem **Maßnahmen der Sensibilisierung und Aufklärung** mittels direkter Ansprache der werbenden Unternehmen.
- Bei diskriminierenden Inhalten auf Werbeflächen, die unter die Verträge des Landes Berlin für Werbung auf öffentlichem Straßenland fallen, kann auf Anregung der Jury durch die für diese Verträge zuständige Senatsverwaltung für Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz ein **Verfahren zum Entfernen der Werbung** eingeleitet werden, da Werbung dieser Art hier vertraglich ausgeschlossen wurde.

Die Bewertung der Werbemaßnahmen findet zeitnah nach Eingang der Meldung statt. Sie erfolgt anhand eines durch die Jury entwickelten, einstimmig beschlossenen **Kriterienkataloges**.

Die Beschwerdebearbeitung erfolgt grundsätzlich nach dem folgenden Muster:



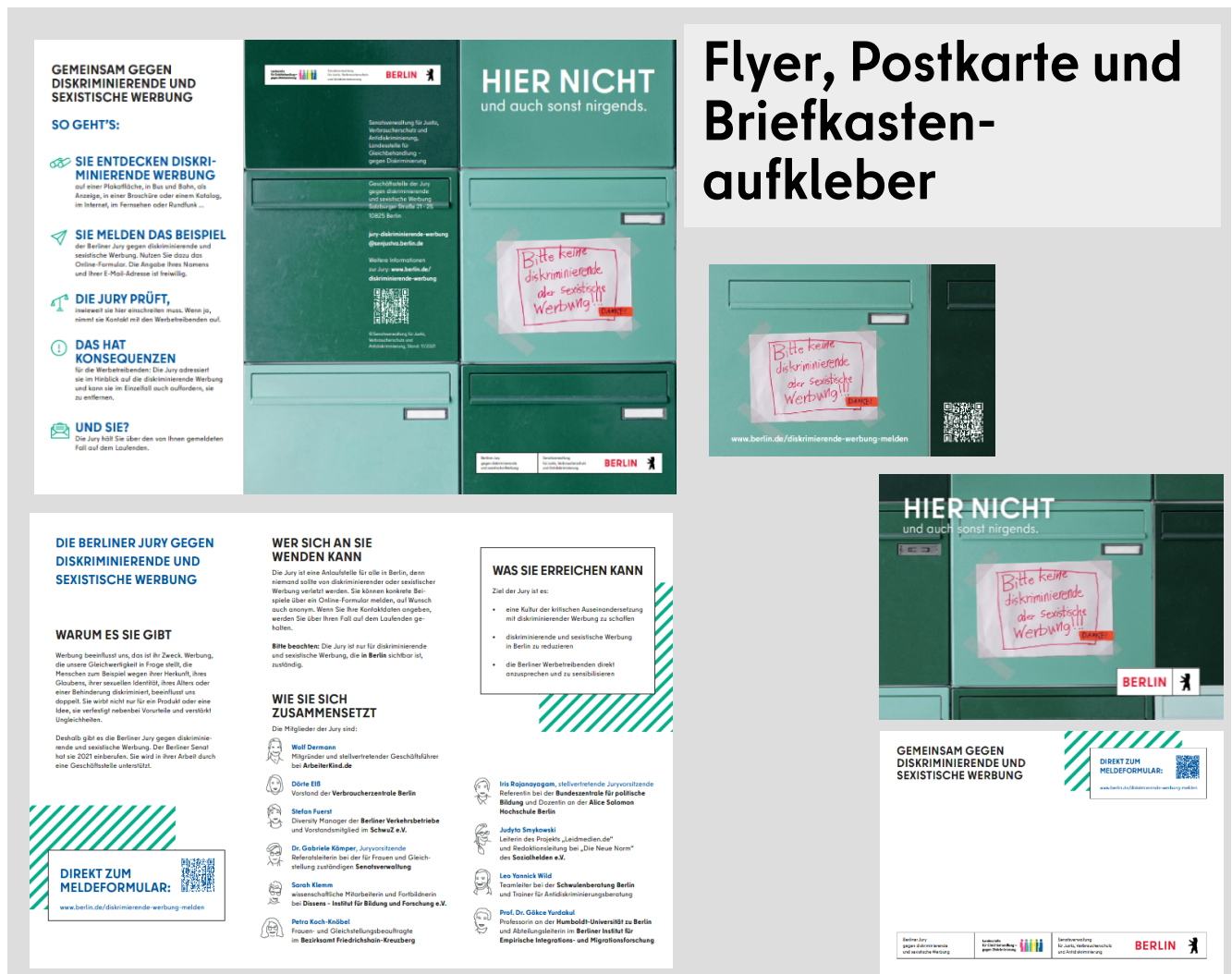
1.4 Geschäftsstelle der Jury

Wie im Rahmenkonzept des Senats vorgesehen, wurde bei der Senatsverwaltung für Justiz, Vielfalt und Antidiskriminierung eine Geschäftsstelle der Jury eingerichtet. Ihre Aufgaben sind u. a.:

- Führung der täglichen Geschäfte sowie des Schriftverkehrs der Jury
- Vorbereitung und Begleitung von Jurysitzungen
- Entgegennahme von Meldungen möglicherweise diskriminierender bzw. sexistischer Werbung und Aufbereitung für die Bewertung durch die Jurymitglieder
- Ausführung beschlossener Maßnahmen in Abstimmung und Zusammenarbeit mit dem Juryvorsitz: Kontaktaufnahme, Sensibilisierungsarbeit, etc.
- Kontakt zu anderen Behörden

1.5 Öffentlichkeitsarbeit

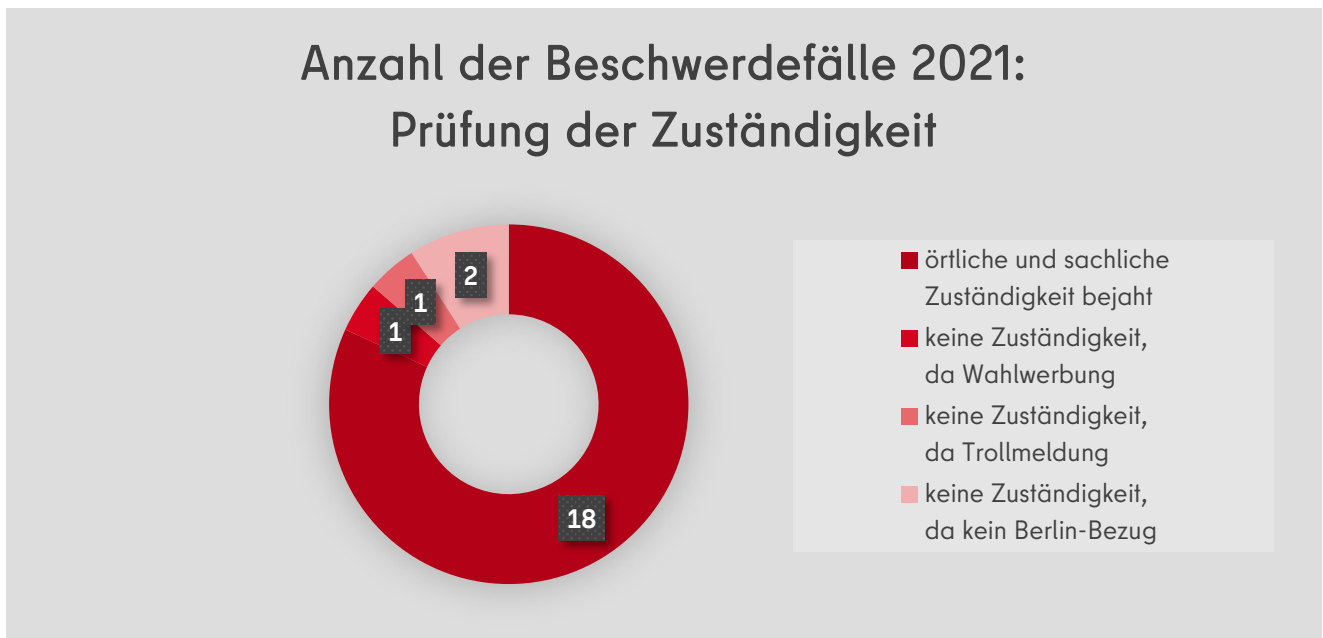
Die Jury hat sich für **aufbauende Öffentlichkeitsarbeit** entschieden, um sich im Jahr 2021 gut aufstellen und künftig eine größere Anzahl von Fällen bearbeiten zu können. Es wurde ein Grundlayout und darauf aufbauend Flyer, Postkarten, Briefkastenaufkleber sowie Vorlagen für Print- und Online-Werbeanzeigen entwickelt. Im Dezember 2021 wurden Postkarten in der Berliner Gastronomie verteilt. Zudem waren die Flyer und Aufkleber in Wartebereichen von Berliner Behörden zu finden.



2 Beschwerdefälle 2021

2.1 Anzahl der Beschwerdefälle

Im Jahr 2021 gingen 22 Beschwerden bei der Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung ein. Bei 18 dieser Meldungen war die Jury örtlich und sachlich zuständig.



2.2 Betroffene Diskriminierungsmerkmale

Bei fast allen der 18 von der Jury bewerteten Werbemaßnahmen stand eine Diskriminierung aufgrund des Geschlechtes im Raum. Meistens handelte es sich um sexualisierende Darstellungen von Frauen ohne jeglichen Produktbezug: z. B. eine Frau in Unterwäsche, mit der für Trockenbau, Türen und Fenster geworben wird.

Lediglich eine Beschwerde betraf eine mögliche Diskriminierung aufgrund einer rassistischen Zuschreibung.

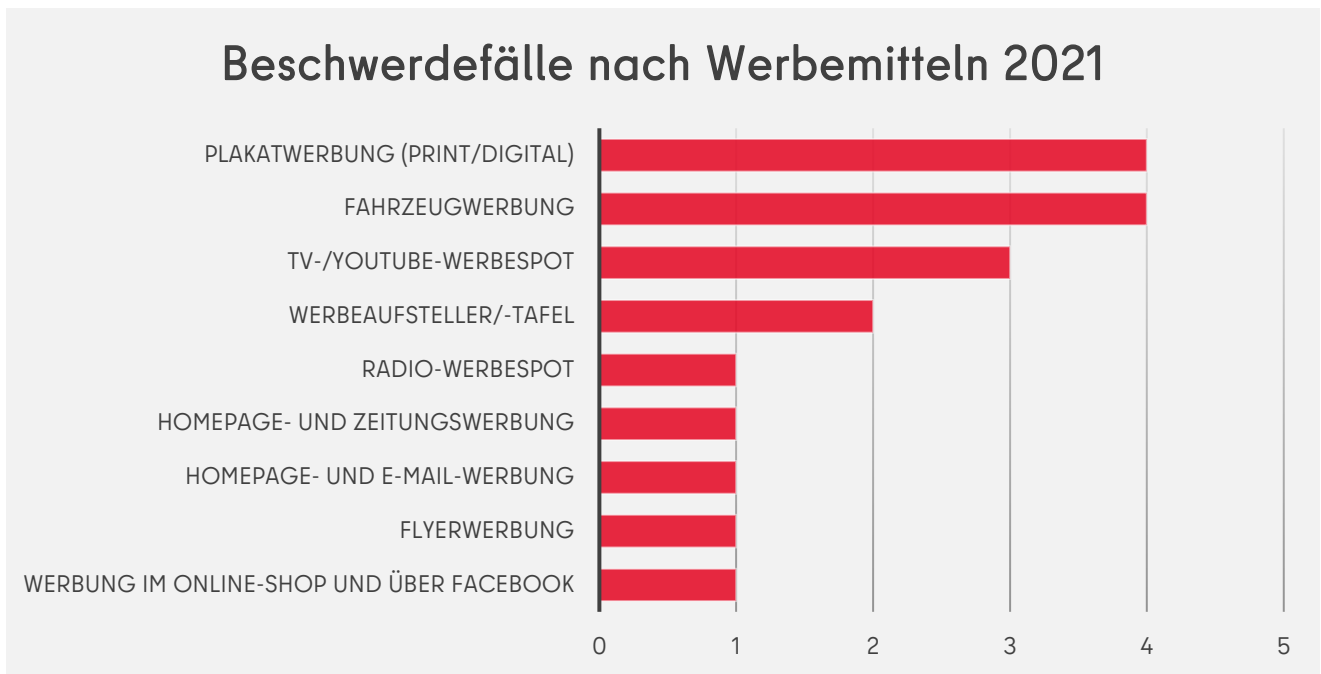


Vorhandene Intersektionalität bzw. Mehrfachdiskriminierungen werden in der Abbildung nicht dargestellt. Vielmehr wurde das von der meldenden Person vornehmlich in den Fokus gerückte Diskriminierungsmerkmal verwendet.

2.3 Beschwerdefälle nach Werbemitteln

Der größte Teil der gemeldeten Werbemaßnahmen fällt in den Bereich der Offline-Werbung (z. B. Plakat-, Flyer-, Radio- und Fahrzeugwerbung). Mehrere Werbemaßnahmen waren sowohl online als auch offline zu finden (z. B. Werbespots, die sowohl über TV als auch YouTube veröffentlicht wurden). Lediglich zwei Beschwerden betrafen reine Online-Werbung.

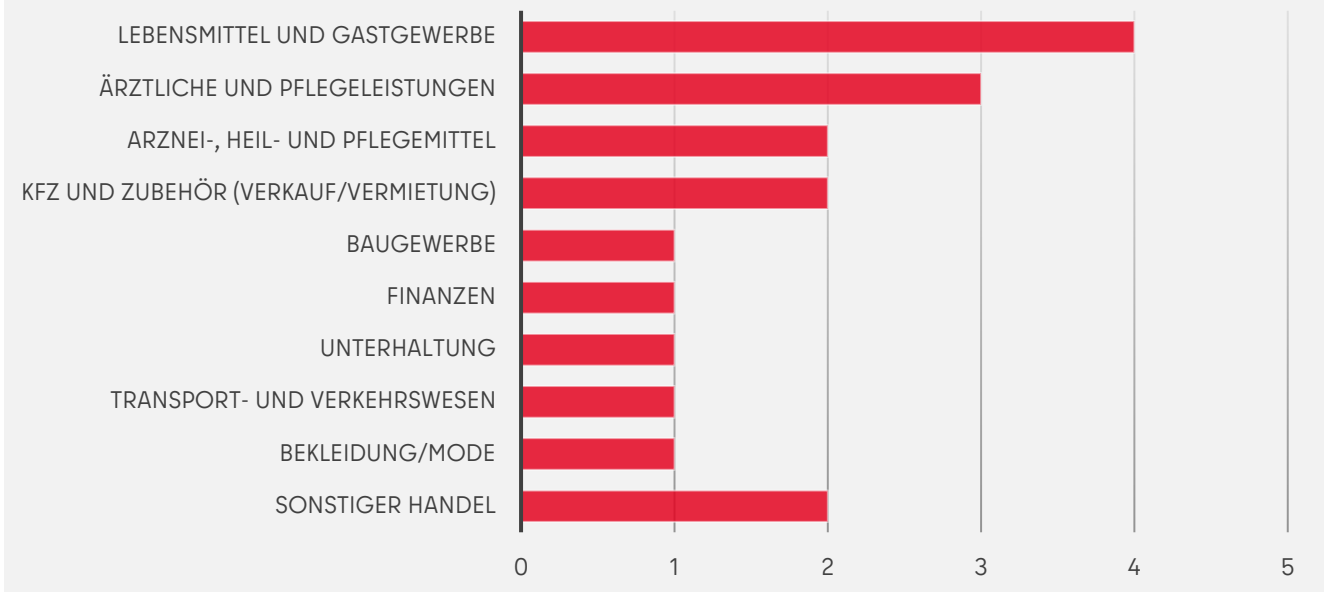
Bei **keiner der gemeldeten Werbemaßnahmen** lagen Hinweise vor, dass sie sich auf Werbeträgern befanden, die unter die Verträge des Landes Berlin über Werbung im öffentlichen Straßenland fallen.



2.4 Beschwerdefälle nach Branchen/Themen

Bei der Betrachtung der betroffenen Bereiche ist anzumerken, dass die Unternehmen nicht immer eindeutig einer Branche zuzuordnen sind und die Abgrenzung nicht trennscharf ist. Dennoch zeigt die Abbildung die Bandbreite der betroffenen Themenbereiche.

Beschwerdefälle nach Branchen/Themen 2021



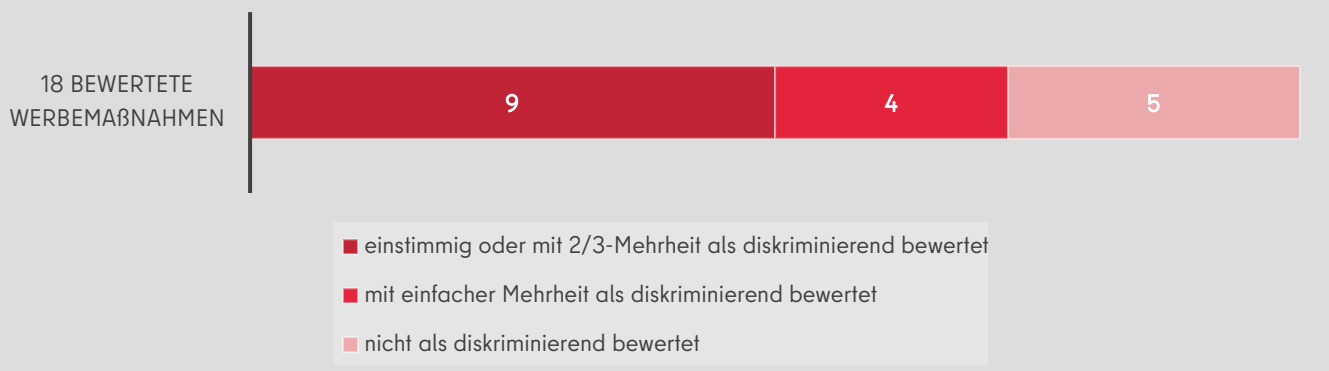
Ein Großteil der Beschwerden betraf den Handel. Hierbei handelte es sich z. B. um Werbung für Lebensmittel, Arzneimittel, Automobile und Kleidung. Einige Beschwerden betrafen Werbemaßnahmen für Dienstleistungen, u. a. in den Bereichen Gesundheit, Finanzen und Unterhaltung.

Es wurden sowohl Werbemaßnahmen von sehr großen als auch von sehr kleinen Unternehmen gemeldet.

2.5 Bewertungen der Jury

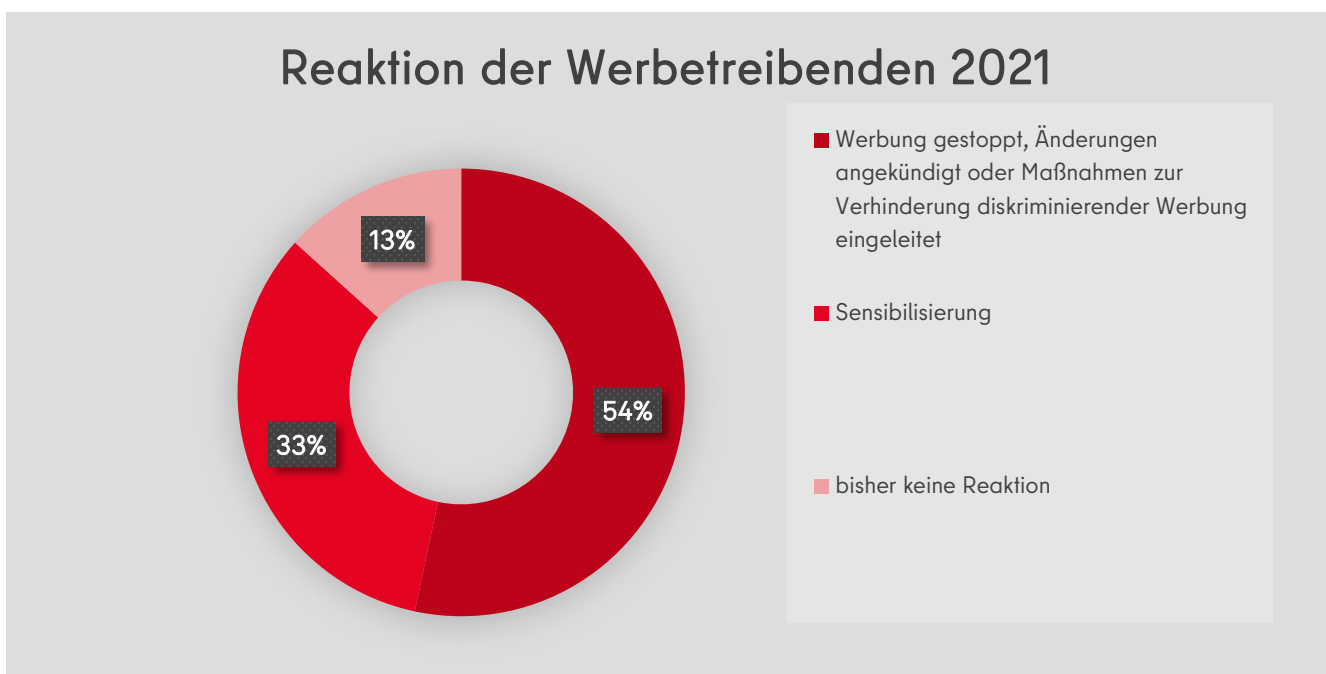
Von den 18 bewerteten Werbemaßnahmen wurden 13 mit mindestens einfacher Mehrheit als diskriminierend bewertet. Bei zwei weiteren sah die Jury problematische Elemente, auch wenn sie die Werbemaßnahme insgesamt nicht als diskriminierend bewertete.

Bewertungen der Jury 2021



2.6 Reaktion der Werbetreibenden

Bei 15 der im Jahr 2021 gemeldeten Fälle wurde Kontakt zu den werbenden Unternehmen aufgenommen, um diese über die fachliche Bewertung der Jury zu informieren. Dabei wurde jeweils um Rückmeldung gebeten. In acht Fällen führte dies dazu, dass die Werbung gestoppt, Änderungen angekündigt oder Maßnahmen eingeleitet wurden, um künftig diskriminierende Werbemaßnahmen zu verhindern. In fünf Fällen zeigten sich die Unternehmen zwar in Bezug auf die in Rede stehende Werbemaßnahme wenig einsichtig, brachten durch ihre Reaktion aber dennoch zum Ausdruck, sich mit dem Thema auseinandergesetzt zu haben, sich gegen Diskriminierungen bzw. für Gleichbehandlung einsetzen zu wollen oder Kritik an diskriminierender Werbung grundsätzlich nachvollziehen zu können. In der nachfolgenden Graphik sind diese Fälle unter dem Stichwort „Sensibilisierung“ abgebildet. In zwei Fällen sind bisher keine Stellungnahmen eingegangen.



3 Fazit und Ausblick

Gemäß dem Rahmenkonzept hat die Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung im Jahr 2021 ihre Arbeit aufgenommen. Mit dem Beschluss einer Geschäftsordnung und des Kriterienkataloges sowie der Einrichtung eines online Meldeformulars und eines Abstimmungsverfahrens wurden im ersten Jahr **wichtige Voraussetzung für die weitere Arbeit der Jury geschaffen.**

Die im Verhältnis noch eher geringe Anzahl eingehender Beschwerden lassen sich vermutlich mit der noch geringen Bekanntheit des Gremiums im Jahr 2021 erklären.

Auch wenn die Erfahrungen aus dem ersten Jahr zeigen, dass die Arbeit der Jury an ihre **Grenzen** stößt, wenn Unternehmen nicht reagieren oder uneinsichtig sind (lediglich für Werbeflächen, die unter die öffentlich-rechtlichen Verträge des Landes Berlin fallen, kann ein **Verfahren zur Entfernung** eingeleitet werden), so unterstreicht die hohe Antwortquote doch die **Akzeptanz des Fachgremiums.** Jury-Bewertungen werden grundsätzlich respektiert. Außerdem fällt auf, dass die Reaktionen der Unternehmen auf Beanstandungen der Jury in

vielen Fällen durchaus konstruktiv ausfallen. Insofern hat die Jury bereits in ihrem ersten Jahr einen erfolgreichen **Beitrag zur thematischen Sensibilisierung und auch zur Reduzierung diskriminierender Werbung im Land Berlin** geleistet, auch wenn das Gremium noch bekannter werden muss.

Die Reduzierung diskriminierender Werbung ist merkmalsübergreifend ein wichtiges antidiskriminierungspolitisches Anliegen, dem der Berliner Senat große Bedeutung beimisst. Durch die fortlaufende Arbeit der Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung wird dieses Vorhaben auch in den kommenden Jahren weiterhin gezielt und engagiert verfolgt werden.

Impressum

Herausgeberin:

Senatsverwaltung für Justiz, Vielfalt und Antidiskriminierung
Landesstelle für Gleichbehandlung - gegen Diskriminierung
Geschäftsstelle der Berliner Jury gegen diskriminierende und sexistische Werbung
Salzburger Str. 21-25
10825 Berlin

jury-diskriminierende-werbung@senjustva.berlin.de
<https://www.berlin.de/sen/lads/beratung/diskriminierung/diskriminierende-werbung/>

Redaktion:

Lena Liesen, Friederike Talbot

Datum:

April 2022

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Landes Berlin. Sie ist nicht zum Verkauf bestimmt und darf nicht zur Werbung für politische Parteien verwendet werden.



**LANDESSTELLE
FÜR GLEICHBEHANDLUNG -
GEGEN DISKRIMINIERUNG**

