

Antrag vom 22.12.2020	
------------------------------	--

Eingang bei L/OB:

Datum:

Uhrzeit:

Eingang bei 10-2.1:

Datum:

Uhrzeit:

Antrag

Stadträtinnen/Stadträte – Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
Betreff Keine diskriminierende Werbung auf städtischen Flächen

Städte wie München, Hamburg, Frankfurt u.a. haben diskriminierende und sexistische Werbung auf städtischen Flächen verboten und Kriterienkataloge und Leitfäden entwickelt. Auch in Stuttgart sollte Werbung, die Menschen aufgrund ihres Geschlechts, ihres Glaubens, ihrer politischen Anschauung, ihres Alters, ihrer Behinderung, ihrer Herkunft, ihrer Sprache, aufgrund rassistischer Zuschreibungen oder ihrer Zugehörigkeit zu einer Berufsgruppe diskriminiert, ob in der bildlichen Darstellung oder durch ihre Botschaft, keinen Platz haben.

Doch auch in unserer Stadt hat im Mai eine Werbekampagne mit sexistischen Inhalten für Kritik gesorgt (siehe unseren Antrag 211/2020 „Keine sexistische Werbung auf Werbeflächen in Stuttgart“).

Da 2021 und 2022 Neuverträge für städtische Werbeflächen geschlossen werden, geht es nun darum, Werbung mit diskriminierenden Inhalten mittels eines Kriterienkatalogs zu definieren und bei künftigen Verträgen zu untersagen. Um diese zeitgemäß zu gestalten, finden im Laufe des nächsten Jahres mehrere Schwerpunktsitzungen mit Impulsvorträgen statt (wie im Ausschuss für Stadtentwicklung und Technik beschlossen). Eine der Sitzungen soll dem Thema Ethik in der Werbung gewidmet werden.

Aufgrund der Brisanz des Themas ‚diskriminierende Werbung‘ halten wir es für dringend geboten, auch Expert*innen von Terre des Femmes und/oder Pinkstinks zu diesem Termin hinzuzuziehen, um die Begriffe „Diskriminierung“ und „Sexismus“ in der Werbung fachgerecht zu definieren. Darauf aufbauend soll die Stadt Stuttgart einen Kriterienkatalog und Leitfaden entwickeln, um diskriminierende Werbung zu erkennen und für unzulässig zu erklären.

Zudem regen wir die Installation einer Watchgroup an, ähnlich dem Modell in Wien, bestehend aus ausgewiesenen Expert*innen in den Bereichen Gender und Diskriminierung innerhalb der Stadtverwaltung sowie aus unabhängigen Expert*innen, die als unabhängiges Gremium die Einhaltung der Vorschriften begutachtet und im Einzelfall bzw. bei Unklarheiten entscheiden kann, ob und inwiefern eine Werbung diskriminierend ist und daher untersagt werden sollte.

Wir beantragen daher:

1. Die Stadt Stuttgart erstellt einen Kriterienkatalog zur Definition und einen Handlungsleitfaden zum Umgang mit diskriminierender Werbung. Hierfür gilt der Grundsatz: Werbeinhalte sind als diskriminierend zu werten, wenn sie in der Gesellschaft aktuell vorliegende, strukturelle Ungleichheiten bestätigen.
2. Zur Schwerpunktsitzung zum Thema „Ethik in der Werbung“ werden u. a. ausgewiesene Expert*innen von Terre des Femmes und/oder Pinkstinks eingeladen, um die Begriffe „Diskriminierung“ und „Sexismus“ in der Werbung fachgerecht zu definieren.


3. Die Stadt Stuttgart richtet eine Werbewatchgroup ein, die aus ausgewiesenen Expert*innen im Bereich Gender/Sexismus innerhalb der Stadtverwaltung sowie aus unabhängigen Expert*innen besteht. Diese soll dazu dienen, die Werbelandschaft zu beobachten und anhand definierter Kriterien zu beurteilen und im Einzelfall bzw. bei Unklarheiten zu entscheiden, ob und inwiefern eine Werbung diskriminierend ist und daher untersagt werden sollte. Zudem soll sie Empfehlungen für Präventionsarbeit erarbeiten und in Kontakt mit den Unternehmen treten, um Aufklärungsarbeit zum Thema Sexismus zu leisten, diese für sexistische Inhalte zu sensibilisieren und sinnvolle Alternativen zu erarbeiten.
4. Die Besetzung der Werbewatchgroup wird im Stadtrat beschlossen.



Jitka Sklenářová



Petra Rühle



Gabriele Nuber-Schöllhammer