

Antragsbereich G / Antrag G2

AntragstellerInnen: Jusos Schwaben

Empfänger: Landeskonferenz

G2: Verbot von geschlechterstereotypischer Spielzeugwerbung

Wir fordern ein konkretes Verbot von geschlechtsstereotypischer Spielzeugwerbung in Deutschland. Werbung soll sich dabei nicht mehr nur auf ein Geschlecht beziehen. Neben offensichtlicher Darstellung (z.B. Werbesprüche, Bilder) soll dabei auch der Einsatz von impliziten Zuschreibungen wie die Verwendung der Farben Rosa und Blau reguliert werden. Des Weiteren sollen Darstellungen, die ein sexualisiertes und herabwürdigendes Bild vermitteln, verboten werden.

Begründung:

10

Geschlechterunterschiede in der Berufswahl und die Gender Care Gap (Geschlechterunterschiede in der unbezahlten Sorgearbeit) existieren nach wie vor. Geschlechterstereotypen und das eigene Selbstkonzept beeinflussen dabei schulische und berufliche Entscheidungen sowie Überzeugungen über die eigenen Fähigkeiten. Diese Rollenbilder sind dabei nicht angeboren, sondern Ergebnis eines Sozialisationsprozesses und werden somit von äußeren Einflüssen bestimmt. Gerade während der Kindheit entstehen solche Rollenbilder. So richtet sich z.B. Werbung für Schönheit oder auch Pflege- und Haushaltstätigkeiten offensichtlich an Mädchen. Produkte wie Fahrzeuge, Sportartikel oder auch Technik werden dagegen eher für Jungen beworben. Untermauert werden diese geschlechterstereotypischen Zuordnungen mit entsprechend konnotierten Farben, etwa Rosa und Blau. Ein Werbevideo für Puppen, in dem ausschließlich Mädchen gezeigt und angesprochen werden, weist z.B. früh Verantwortung für die Sorgearbeit den Mädchen zu. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass Werbung die Produkte geschlechtsneutral darstellt, um keine Vorurteile zu schüren. Kinder sollten unabhängig vom Geschlecht ihren Interessen nachgehen und sich nicht in eine Rolle drängen lassen. Dadurch sollen sowohl spätere berufliche Entscheidungen als auch die innerfamiliäre Arbeitsverteilung weniger von vorgegebenen Strukturen bestimmt werden. Verbindliche Regeln zur Verhinderung von sexistischer Werbung für Kinderspielzeuge, wie es sie in Spanien oder Frankreich bereits gibt, sind daher nötig.