

Christiane Schmerl

# Frauenfeindliche Werbung

## Sexismus als heimlicher Lehrplan

Frauenfachbibliothek *Luise Pusch*

FRAUENGETRIEBE  
A-6900 Bregenz · Schillerstraße 2  
Tel. 055 74/45 538 · Fax 52 035

Mag. Margit Brunner  
Franz-Fischer-Str. 22/2  
6020 Innsbruck  
Tel. 0512/58 29 65



unter Mitarbeit von

Veronika Radulovic  
Thekla Sondermeier  
Regina van Laak-Bérenger  
Frank Nestmann

**EP 39 ELEFANTEN PRESS© 1981**

© ELEFANTEN PRESS VERLAG GMBH, 1980  
 und Christiane Schmerl für die Publikation;  
 für die Beiträge und Abbildungen bei den Urheberrechtsinhabern.  
 Alle Nachdrucke sowie die Verwendung in Funk und Fernsehen sind  
 honorarpflichtig. Alle Rechte vorbehalten.

Die im Buch dokumentierte Ausstellung „Die Spitze des Eisbergs“  
 auf 50 Tafeln im Format Din A1 kann hängfertig ausgeliehen  
 werden. Anfragen erbeten an:

ELEFANTEN PRESS VERLAG GMBH  
 Zossener Str. 32, 1000 Berlin (West) 61, Tel. 030/6937026

Gestaltung: Regelindis Westphal  
 Satz: satz-studio irma grininger, berlin  
 Lithografie: Claus Iller, Köln

ISBN 3-88520-039-2  
 EP 39

3. Auflage, Berlin (West) 1981  
 11.—15. Tausend

Printed in Western Germany

CIP-Kurztitelaufnahme der Deutschen Bibliothek

**Frauenfeindliche Werbung: Sexismus als heiml. Lehr-**  
**plan / Christiane Schmerl unter Mitarb. von Veronika**  
**Radulovic...**  
 – Berlin (West): Elefant-Press-Verlag, 1980.  
 (EP; 39)  
 Ausstellungskatalog.  
 ISBN 3-88520-039-2  
 NE: Schmerl, Christiane [Bearb.]

INHALT

Teil I:

**Werberezept Sexismus: überwiegend frauenfeindlich**

Christiane Schmerl	
Werbung auf den Trampelpfaden des Patriarchats	5
Thomas Greulich	
Gespräche im Werbefunk	11
Thomas Greulich	
... und zwischen den Werbespots: unsere Schlagerliebblinge ...	12
Christiane Schmerl	
Kosmetische Zwangsjacken	15
Heidrun Abromeit	
Effektivität, Absicht und „politische Wirkung“ der Wirtschaftswerbung	19
Wolfgang F. Haug	
Der Schein, auf den man hereinfällt	20
Thomas Kempas, Eberhard Roters, Rolf Weweder	
... mit höchster Raffinesse ihren Opfern suggeriert	26
Ilse Bock	
Die Würde des Menschen	30

**Exkurs: Männer!**

Georges Falconnet, Nadine Lefaucheur	
„Wirklich männliche Eigenschaften“	32
Geschichten über Männer — von der Werbung erzählt	33
Heidrun Abromeit	
Männlichkeit	36
Georges Falconnet, Nadine Lefaucheur	
Ein echtes Männerleben:	
Auf der Suche nach der Herrschaft	39

**Zitate**

Franz Ronneberger	
„Was sind solche Einflüsse anderes als Sozialisationseffekte!“	44
H. Piwitt	
„... gar nicht schlimm genug einzuschätzen ...“	44
Uwe Segeth	
„Die Mädchen kommen natürlich nicht von selbst auf die Idee ...“ (Babystrich)	45

Teil II:

**Meinungen aus der Branche**

„Eine Farfisa-Orgel ist wie eine schöne Frau“	46
Helmut Schmitz	
„Menschenwürdige Einschätzung des Verbrauchers“	46
Joachim Kirchmann	
Reizwelle. Sex in der Werbung	47
Günter Mast	
„... wir leben aber nicht von Minderheiten ...“	50
Helmut Schmitz	
„... die Vermarktung der Frau als Hausfrau ...“	50
Henning Venske	
Warum haben Sie nicht Böll gefragt?	51
H.S., Christiane Schmerl	
Interview mit einem weiblichen Ex-Fotomodell	52
Christiane Schmerl	
Einige lose Bemerkungen zu der Behauptung eines relativ bekannten Werbefritzen, kommerzielle Werbung sei „Kunst“.	58

Teil III:

**Sich wehren — Wie?**

Beispiel 1	
Angelika Wagner, Heidi Frasch	
Frauen und Männer in der Werbung ... und Vorschläge für didaktisch-methodisches Vorgehen	61
Beispiel 2	
Winfried Trabert	
„Ein Mann darf Falten haben, eine Frau nicht.“ Frauenrollen in der Anzeigenwerbung. Unterrichtsmaterialien für das 9. bis 12. Schuljahr	66
Beispiel 3	
Christiane Schmerl, Gerd Fleischmann	
Die Spitze des Eisbergs — Frauenfeindlichkeit in der Werbung. — Eine Ausstellung —	73
Beispiel 4	
Sich Beschweren — die Beschwerden öffentlich machen	157
Christiane Schmerl	
Argumentationsbeispiele	170
Literatur	