

„Sie lassen sich das nicht mehr gefallen“

Werbung Selbst in Fachzeitschriften finden sich antiquierte Frauenrollen.

Schwäbisch Hall. In welchen Rollen werden Frauen in der Anzeigenwerbung des Agribusiness dargestellt? Das haben Professor Monika Gerschau und Judith Sekler von der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf untersucht. Die Fragen stellte Elisabeth Schweikert.

Sie untersuchen Bilder von Bäuerinnen in der Werbung. Warum?

Monika Gerschau: Realität ist: Bäuerinnen übernehmen sehr weitgehende Verantwortung beziehungsweise sind partnerschaftlich gleichberechtigt an der Betriebsführung beteiligt. Wir wollten herausfinden, ob Bäuerinnen in Werbeanzeigen vorkommen und wenn ja: In welchen Rollen?

Was haben Sie festgestellt?

Judith Sekler: Es werden sowohl positiv, als auch negative Klischees verbreitet. Negativ: Die Frauen werden teilweise in sehr untergeordneten Rollen gegenüber den männlichen Betriebsleitern präsentiert. Es wird auf alte Rollenbilder zurückgegriffen wie die Frau als Putzfrau. Oft werden die Frauen freizügig abgebildet, um so durch den Körper der Frau die Aufmerksamkeit der Leser zu erreichen. Positiv: Frauen werden an der Seite ihres Partners gleichberechtigt dargestellt, die Männer haben nicht die alleinige Hof-

führung, sondern lösen alle Fragen mit der Frau. Oder auch als alleinige Entscheiderin und selbstständige Betriebsleiterin,



Professor Dr. Monika Gerschau und Julia Sekler von der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf.

Foto: Ufuk Arslan

die Eigenständigkeit und Unabhängigkeit ausstrahlt.

Wie wirken die Images auf die Frauen zurück?

Gerschau: Die Frauen sind empört über die Negativ-Images und inspiriert von den Positiv-Images. Die Bäuerinnen lassen sich die

Einengung auf Negativ-Rollen nicht mehr gefallen. Die Tagungsteilnehmerinnen haben sich vorgenommen, die falschen Bilder richtigzustellen: Etwa über Feedback an die Unternehmen, Nutzung von Social Media, um sich einzumischen.

Der Bauernverband kritisiert, dass Verbraucher oftmals Produkte von Bilderbuch-Bauernhöfen erwarten. In welcher Form tragen Werbebilder dazu bei?

Sekler: Werbung verfolgt das Ziel, zu beeinflussen und die Kaufentscheidung von Konsumenten zu lenken. Sie trägt also zu Erwartungen bei. Werbung zeigt Realität, aber auch Wunschbilder. Es sind deshalb alle aufgefordert, zu informieren, sodass die richtigen Bilder verbreitet werden.