

DIE HUMMEL ACHTET... AUF MENSCHENWÜRDE

Stilmittel wie Kameraperspektive, Positionierung von Objekten, Körpersprache, Sprache und Ton werden so gewählt, dass sie weder eine (soft)pornografische noch eine gewaltverherrlichende Wirkung verstärken sondern das Produkt und die Botschaft menschenwürdig in den Mittelpunkt stellen.



DIE HUMMEL LIEBT... INTELLIGENTE PRODUKTWERBUNG

Das Produkt spricht für sich selbst.



MACH MIT!

Suche und finde in Klagenfurt geschlechtergerechte Werbung und gewinne tolle Preise. Sende deine Highlights an:
WhatsApp: +43 650 2701205 oder an office@maedchenzentrum.at

Eine Initiative im Auftrag der Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee, in Kooperation mit dem Mädchenzentrum Klagenfurt und der Frauenplattform Klagenfurt.

Nähere Informationen und Kontakt:
Mädchenzentrum Klagenfurt
T +43 463 50 88 21-16

Impressum: Herausgeber: Magistrat der Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee, Frauen, Chancengleichheit und Generationen, Kumpfgasse 20, 9020 Klagenfurt am Wörthersee; Fotos: Isle of Paradise/Photography Courtesy of brand, Wolfgang Zac, Palmers, youtube/Gillette, blue tomato/Sani Alibabic, Agrarmarkt Austria, ÖBB/twitter, Vattenfall, Bigstock; Druck/Layout: Stadt-Druckerei, Abt. Stadtkommunikation, Neuer Platz 1, 9020 Klagenfurt am Wörthersee



Frauenplattform Klagenfurt
am Wörthersee



FRAUEN, CHANCENGLEICHHEIT UND GENERATIONEN



DIE HUMMEL

Preis für geschlechtergerechte Werbung
der Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee

DIE HUMMEL...

Die Hummel steht für Geschlechtergerechtigkeit und Vielfalt in der Werbung. Geschlechterrollen, Körper, Liebe und Beziehungen werden bewusst divers inszeniert.

DIE HUMMEL BRUMMT... „VIELFALT IST WICHTIG!“

Werbekampagnen beeinflussen unser Leben, unsere Einstellungen und Ansichten. Sie prägen Rollenbilder und Vorstellungen von uns allen. Vielfalt in der Werbung ist angesagt! Das Leben von Menschen, die abseits von Rollenklischees leben, beeinträchtigte Menschen, neuzugewonnene Menschen, divers liebende Menschen, alte Menschen, arme Menschen, Menschen mit verschiedener Hautfarbe kommen in geschlechtergerechter, kreativer und sensibler Werbung vor.



DIE HUMMEL LIEBT... ALLE KÖRPERBILDER

Wir sehen hauptsächlich junge, schlanke, weiße Frauen, die das Klischee einer schönen, gefügigen und reizvollen Frau erfüllen wie z.B. in der Bikini-Werbung. In geschlechtergerechter Werbung werden Körper, Aussehen und Verhalten vielfältig abgebildet.

DIE HUMMEL SAGT... „FRAUEN UND MÄNNER KÖNNEN MEHR!“

Frauen sind sportlich, leistungsfähig, dominant, stark, rational und verdienen ihr Geld. Männer können den Haushalt erledigen, die Familie versorgen, Schwäche zeigen, auf ihr Äußeres achten, sensibel sein und die Care-Arbeit halbe/halbe erledigen.



DIE HUMMEL ZEIGT... VIELFÄLTIGE BEZIEHUNGSFORMEN

Frauen lieben Männer. Frauen lieben Frauen. Männer lieben Frauen. Männer lieben Männer. Frauen leben alleine. Männer leben mit Kindern alleine. Alte Frauen lieben junge Männer. Alternative Familien- und Lebensmodelle werden sichtbar gemacht.



DIE HUMMEL BESTEHT... AUF WERTSCHÄTZENDE DARSTELLUNG

Die sexualisierte und herabwürdigende Darstellung von Frauen und Männern ist respektlos, der Aufreger-Faktor wirkt nicht mehr. Zukünftige Kundinnen und Kunden wollen wertgeschätzt werden.



DIE HUMMEL VERKÖRPERT...RESPEKT

Die Inszenierung von Frauen als unterwürfige, passive Opfer und Männern als grundsätzlich gewaltbereite Täter gehört ins vergangene Jahrhundert. Null-Toleranz bei jeder Art von Gewalt und Respekt für alle Menschen zeichnet intelligente und geschlechtergerechte Werbung aus.

