



Parlamentarischer Vorstoss

Antwort des Regierungsrates

Vorstoss-Nr.: 202-2021
Vorstossart: Motion
Richtlinienmotion: ☐
Geschäftsnummer: 2021.RRGR.303

Eingereicht am: 14.09.2021

Fraktionsvorstoss: Nein
Kommissionsvorstoss: Nein
Eingereicht von: Hamdaoui (Biel/Bienne, Die Mitte) (Sprecher/in)
Riesen (La Neuveville, PSA)

Weitere Unterschriften: 0

Dringlichkeit verlangt: Nein
Dringlichkeit gewährt:

RRB-Nr.: 180/2022 vom 23. Februar 2022
Direktion: Wirtschafts-, Energie- und Umweltdirektion
Klassifizierung: Nicht klassifiziert
Antrag Regierungsrat: **Punktweise beschlossen**
Ziffer 1: Annahme als Postulat
Ziffer 2: Ablehnung

Sexistische Werbung im öffentlichen Raum verbieten

Der Regierungsrat wird beauftragt,

1. eine Gesetzesänderung vorzuschlagen, um sexistische Werbung auf öffentlichem Grund und auf vom öffentlichen Grund aus einsehbaren Privatgrundstücken im Kanton zu verbieten
2. die Relevanz und Machbarkeit einer Ausweitung dieses Verbots auf andere Arten von Werbeträgern zu bewerten

Begründung:

Die gesamte Bevölkerung wird von den Bildern geprägt, die wir in unserem Alltag sehen. Sie vermitteln Normen und Werte, die wir von klein auf verinnerlichen, ohne uns dessen bewusst zu sein. Die Werbung spielt in diesem Prozess eine wichtige Rolle. Wenn sie jedoch geschlechtsspezifische Stereotypen enthält, kann sie eine äusserst schädliche Wirkung haben. Geschlechterstereotypen werden aufrechterhalten und verstärkt, und es werden zutiefst ungleiche gesellschaftliche Darstellungen konstruiert. Solche Bilder stellen die Entwicklung hin zu einer integrativeren Gesellschaft in Frage und verfestigen die systembedingte Ungleichheit, die leider trotz unbestreitbarer Fortschritte auch heute noch sehr präsent ist. Diese Art von archaischen Werbeinhalten hat in unserem Kanton nichts zu suchen!

Die Kantone Waadt und Neuenburg haben kürzlich sexistische Werbung im öffentlichen Raum verboten. **Dazu gehören entwürdigende Inhalte, die Verwendung sexueller Stereotypen, die die Gleichberechtigung der Geschlechter untergraben, und das Fehlen eines natürlichen Zusammenhangs zwischen der Art und Weise, wie eine Person dargestellt wird, und dem beworbenen Produkt.** Das Waadtländer System funktioniert einfach, effizient und unbürokratisch und stützt sich vor allem auf den guten Willen der beteiligten Akteure. Der Kanton Neuenburg wird diesem Beispiel folgen, denn sein Parlament hat soeben eine Motion in diesem Sinne angenommen. Würde der Kanton Bern diesen beiden

Beispielen folgen, würde er ein starkes Zeichen setzen, das schliesslich zu einem nationalen Verbot sexistischer Werbung führen könnte.

Antwort des Regierungsrates

Nach Auffassung des Regierungsrats setzt sexistische Werbung die Würde von Frau oder Mann herab. Er teilt somit die Auffassung des Motionärs und der Motionärin, wonach entsprechende Werbung unter anderem über die Zementierung von Stereotypen zur Aufrechterhaltung von Ungleichheiten beiträgt. Dies widerspricht den gleichstellungspolitischen Grundsätzen des Kantons Bern.

Heute können Beschwerden über sexistische Werbung bei der Schweizerischen Lauterkeitskommission eingereicht werden. Diese Selbstregulierung der Branche wird von einer unabhängigen Stiftung getragen (www.lauterkeit.ch). In der Kommission sind Konsumentinnen und Konsumenten, die Werbebranche und unabhängige Expertinnen und Experten vertreten. Für die Kommission ist Werbung unlauter, die ein Geschlecht diskriminiert, indem sie die Würde von Frau oder Mann herabsetzt. Geschlechter diskriminierende Werbung liegt gemäss Kommission vor, wenn sie die ein Geschlecht verkörpernde Person als Objekt von Unterwerfung, Untertänigkeit oder Ausbeutung darstellt, visuell, verbal oder akustisch herabwürdigt, im Kindes- und Jugendalter nicht mit erhöhter Zurückhaltung respektiert oder in sexistischer Art und Weise beeinträchtigt. Sexistische Beeinträchtigung ist vor allem dann gegeben, wenn zwischen der das Geschlecht verkörpernden Person und dem Produkt kein natürlicher Zusammenhang besteht oder die Person in rein dekorativer Funktion (Blickfang) dargestellt wird. Ein aktuelles Beispiel ist ein Entscheid zum Sexismus-Plakat «Wir haben Holz vor der Hütte. ...greifen Sie zu!».

Die Kommission hielt dazu unter anderem fest: *«Die mit einem Dirndl bekleideten Frauen mit entsprechend in den Vordergrund gerücktem Dekolleté haben keinen sachlich natürlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt (Holz). Zudem sind die abgebildeten Frauen in keinen thematischen Zusammenhang mit dem Produkt eingebunden (Produktion von Holz, Verkauf von Holz etc.). Der einzige Zusammenhang ergibt sich in Kombination mit der doppeldeutigen textlichen Aussage «Wir haben Holz vor der Hütte», womit für den Durchschnittsadressaten klar verständlich auf den Brustumfang der abgebildeten Frauen hingewiesen wird. Auch diese Doppeldeutigkeit hat keinen sachlichen Zusammenhang zum beworbenen Produkt. Dies wiederum führt zum Schluss, dass die abgebildeten Damen rein als dekorativer Blickfang eingesetzt werden».*

Entsprechend wurde die Beschwerde gutgeheissen und der Beschwerdegegnerin (also den für die Werbung Verantwortlichen) empfohlen, inskünftig auf das beanstandete Sujet zu verzichten. Weil diese das Sujet dennoch weiterverwendete, beschloss die Kommission Ende Oktober 2021 den Entscheid unter voller Namensnennung der für die Werbung Verantwortlichen während einem Jahr auf der Webseite der Lauterkeitskommission zu publizieren.

Das Beispiel zeigt, dass die Kommission sexistische Werbung durchaus öffentlich kritisiert und rügt. Die Kommission kann jedoch keine Strafen verhängen oder formelle Verbote aussprechen. Deshalb befolgt ein Teil der Werbebranche die Empfehlungen der Kommission nicht.

Die Motion fordert, eine Gesetzesänderung vorzuschlagen, um sexistische Werbung auf öffentlichem Grund und auf vom öffentlichen Grund aus einsehbaren Privatgrundstücken im Kanton zu verbieten sowie die Relevanz und Machbarkeit einer Ausweitung dieses Verbots auf andere Arten von Werbeträgern zu bewerten. Dazu hält der Regierungsrat klar fest: Kantonale Beschränkungen sind in den meisten Werbereichen aufgrund ihrer kantonsübergreifenden Verbreitung, zum Beispiel Werbung im Internet und in Printprodukten (Zeitungen, Magazine), Werbung auf Fahrzeugen im Strassenverkehr sowie Werbung im Fernsehen und Radio, nicht umsetzbar. Nicht überraschend hat der Kanton in den genannten Bereichen denn auch keine Kompetenz, Beschränkungen zu erlassen. Aus diesen Gründen hat der Kanton faktisch nur im Bereich der Plakatwerbung auf öffentlichem und von öffentlichem Raum einsehbarem privatem Grund die Möglichkeit, Beschränkungen einzuführen.

Für die Werbung in Radio und Fernsehen wie auch Online-Medien ist der Bund abschliessend zuständig. Werbung in Zeitungen und Zeitschriften kann der Kanton ebenfalls nicht einschränken, ohne gegen das

eidgenössische Binnenmarktgesetz zu verstossen. Realisierbar wäre also für den Kanton nur der Punkt 1 der Motion. Punkt 2 – eine Ausweitung auf weitere Werbeträger, ist nach dem Gesagten nicht machbar und es erübrigen sich weitere Abklärungen.

Eine abschliessende, allgemein gültige Definition von sexistischer bzw. Geschlechter diskriminierender Werbung ist komplex. Dies stellt aber keinen zwingenden Hinderungsgrund dar, wie beispielsweise die Definition der Lauterkeitskommission zeigt. Bei einem staatlichen Verbot des Aushangs sexistischer Werbung auf öffentlichem Grund, gäbe es folgenden Unterschied zur Lauterkeitskommission: Diese beurteilt bereits ausgehängte Werbung. Beim staatlichen Verbot des Aushangs sexistischer Werbung würde im Vertrag mit den konzessionierten Plakataushang-Firmen der Aushang sexistischer Werbung verboten - sowie z.B. auch die Alkohol- oder Tabakwerbung. Dieses Instrument verhindert nicht die Produktion sexistischer Werbung, stellt aber sicher, dass der Staat in seinem eigenen Verantwortungsbereich die sexistische Werbung nicht mitunterstützt. Es geht letztlich um die Frage: warum ist Alkoholwerbung reguliert bzw. verboten, sexistische Werbung aber nicht?

Aus einigen der oben erwähnten Gründe hat der Regierungsrat des Kantons Bern im Jahr 2007 dieses Anliegen abgelehnt, so wie dies Bundesrat und Parlament auf Bundesebene ebenfalls getan haben. Wie in der Begründung zur Motion erwähnt, haben der Kanton Waadt und auch verschiedene andere Kantone und Städte (z.B. Basel-Stadt, Stadt Zürich, Stadt Bern) dieses Anliegen hingegen realisiert bzw. angenommen (z.B. Kanton Neuenburg). Entsprechend der Kompetenzordnung beschränkt sich der Kanton Waadt auf Plakatwerbung. Das letzte Wort haben zudem aus rechtlichen Gründen die Gemeinden: Sie werden darüber zu befinden haben, ob eine Werbekampagne, die auf dem Territorium der Gemeinde durchgeführt wird, zurückzuweisen oder zurückzuziehen ist. Viele Gemeinden dürften von dieser Aufgabe überfordert und auf Fachwissen bei der Umsetzung angewiesen sein. Aus diesem Grund hat der Kanton Waadt eine Fachkommission eingesetzt, welche die Gemeinden unterstützt. Es ist offen, welchen Mehrwert das Waadtländer Modell letztlich gegenüber der Selbstregulierung durch die Lauterkeitskommission bringt. Der Regierungsrat des Kantons Bern lehnt es ab, eine Lösung zu übernehmen, deren Wirksamkeit noch nicht belegt ist. Er will einen Papiertiger vermeiden, der dem berechtigten Anliegen wenig dienlich wäre.

Der Regierungsrat ist jedoch auch der Meinung, dass vermieden werden sollte, dass der Kanton in seinem Verantwortungsbereich Geschlechter diskriminierende Werbung zulässt. Es sollen daher zumindest für jenen Bereich auf den er Einfluss nehmen kann, also sexistische Werbung auf öffentlichem Grund und auf vom öffentlichen Grund aus einsehbaren Privatgrundstücken, die Handlungsmöglichkeiten nochmals genau geprüft werden. Hier könnte zumindest ein deutlich vernehmbares Zeichen gesetzt werden.

Der Regierungsrat will deshalb die Aktivitäten verschiedener anderer Kantone und auch im Ausland beobachten und anschliessend das Anliegen der Motion und dessen Umsetzung nochmals prüfen. Aus diesen Gründen beantragt der Regierungsrat die Annahme der Ziffer 1 als Postulat und die Ablehnung der Ziffer 2.

Verteiler

– Grosser Rat