Hui und Pfui.

Eine OB in Strapsen, ja, das verbitten sie sich, aber sexistische Werbung made by Stadt Dresden ist derzeit überall zu bewundern:



Dass der Werbeagentur zur Frauenfussball-WM nichts anderes als ein draller Fussball-Bikini einfällt, ist traurig. Die generelle Farbgebung und Symbolgestaltung (bei einigen weiß ich immer noch nicht, was gemeint ist – sollen die Trauben für die Sauferei auf dem Stadtfest oder für Radebeul werben!?) wären noch ein weiteres Thema, ich finde das Plakat äußerst misslungen. Das setzt aber nur eine Tradition fort, und Tradition wird ja in Dresden ernstgenommen…

Nachtrag: Die Stadt Dresden ruft sogar in einem umfassenden und informativen Artikel zur Sensibilisierung gegen sexistische und diskriminierende Werbung auf (siehe hier) – vermutlich hat sie nicht damit gerechnet, dass nun ihre Eigenwerbung betroffen ist…

Nachtrag2, 16.7.: Eine Nachfrage bei der Gleichstellungsbeauftragten der Stadt Dresden wurde zur Abteilung Öffentlichkeitsarbeit weitergeleitet. Die Antwort sei hier wiedergegeben: „das von Ihnen angesprochene Plakat wurde bei einem Studentenwettbewerb der TU Dresden ausgewählt. Der von Stroeer und der Dresden Maketing Gesellschaft ausgelobte Preis war eine Veröffentlichung des Siegerentwurfes auf Großflächenplakaten in Dresden. Bei der künstlerischen Bewertung sollte dieses berücksichtigt werden.“ – Bei der DMG wird man auch auf der Seite fündig. Auf dem Plakat selbst gibt es allerdings keinen derartigen Hinweis. — Die Bewertung fällt nach diesen Recherchen allerdings kaum besser aus, im Gegenteil: welche Jury hat denn dort (mehr oder weniger blind für solche offenkundige Diskriminierung) entschieden? Es ist ja noch fataler, wenn der Marketing-Nachwuchs in solchen fragwürdigen Bemühungen auch noch von den Profis bestätigt wird.