

# **"Der Goldene Zaunpfahl" kürt absurde Auswüchse des Gendermarketing**

**Aufruf für die Adventszeit:**

**Lassen Sie sich nicht in Schubladen stecken, reichen Sie absurde Fundstücke ein, durch die Geschlechterrollenklischees reproduziert werden**

## **#Werkocht**

...eigentlich in Deutschland? In den aktuellen Weihnachtsprospekten der Spielwarenanbieter und Discounter ist die Antwort eindeutig: Mädchen stehen in der Puppenküche, während Kinder-Werkbänke mit und für Jungen beworben werden. Fans des Gendermarketing teilen die Zuständigkeiten munter im Stil der 1950er-Jahre zwischen den Geschlechtern auf, eine Weltentrennung, die wir eigentlich schon überwunden hatten, oder nicht? Immerhin hat Jako-o nach unserer Kritik an seiner Darstellung einer Puppenküche jetzt die Rollen neu verteilt: Saß er telefonierend in der Spielküche, die 2017 für den Goldenen Zaunpfahl nominiert war, während sie sich um Kind und Essen kümmerte, hat der Anbieter für den diesjährigen Katalog ein anderes Foto aus dem letztjährigen Shooting ausgewählt: Nun bäckt er, während sie telefoniert.

Die Initiator\*innen des Goldenen Zaunpfahl freuen sich deshalb auf die Adventszeit und sind gespannt, was sich die Unterstützer\*innen des Gendermarketing in diesem Jahr so ausdenken werden. Ab sofort sind Konsument\*innen deshalb wieder eingeladen, absurde Auswüchse des Gendermarketing für den Goldenen Zaunpfahl 2018 einzureichen:

[www.goldener-zaunpfahl.de](http://www.goldener-zaunpfahl.de)

## **Aufruf!**

Das Team des Goldenen Zaunpfahls ruft Verbraucher\*innen auf, Werbeplakate zu fotografieren, Screenshots, Werbeslogans und Produkte voll sinnlosem Gendermarketing

für den Goldenen Zaunpfahl einzureichen. Im neuen Jahr nominiert dann eine Jury (tba) fünf Produkte, die den Wink mit dem Goldenen Zaunpfahl am nötigsten haben. 2018 wird im Rahmen einer öffentlichen Preisverleihung aus den Nominierten der Preisträger oder die Preisträgerin gewählt, die/der plump, altbacken und unreflektiert, einengende Rollenbilder reproduziert.

### **Die beiden Geschlechter: Girls und Helden**

Schon jetzt gibt es erste Anwärter: WC-Duftkugeln in hellblau für "Sprengmeister" und in rosa für "WC-Püppchen". Ein Stoffmobile in Form von Säge, Hammer, Zange, "Themen, die auch dem Kind im Manne Spaß machen", meint der Hersteller und richtet sich explizit an Väter, ohne zu klären, ob auch Töchter gefahrlos damit bespielt werden dürfen. Lidl bietet Schlafanzüge, deren Aufschrift vermittelt: Jungen dürfen ihre eigenen Helden sein, für Mädchen übernimmt „Daddy“ diese Rolle.

### **Die drei Initiator\*innen des Preises appellieren an Unternehmen**

Der Wink mit dem goldenen Zaunpfahl richtet sich an Unternehmen und ihre Marketingabteilungen und will sie zu intelligenteren und innovativeren Strategien zur Vermarktung ihrer Produkte anstiften. Er fordert außerdem Verbraucher\*innen dazu auf, sich häufiger gegen einengende Rollenvorgaben zu wehren und ihre Einkaufsmacht aktiv dafür einzusetzen, dass einfallloses Gendermarketing regelmäßig zu Ladenhütern führt.

### **Die Initiator\*innen des Zaunpfahl-Preises:**

Anke Domscheit-Berg, Publizistin und Autorin des Buches: „Ein bisschen gleich ist nicht genug! Warum wir von Geschlechtergerechtigkeit noch weit entfernt sind“ (Heyne, 2015)

Almut Schnerring, Trainerin, Journalistin und Co-Autorin des Buches: 'Die Rosa-Hellblaufalle' (Kunstmann, 2014). Gemeinsam mit Sascha Verlan Initiatorin des "Equal Care Day, 29.2."

Sascha Verlan, Journalist, Produzent und Co-Autor des Buches: 'Die Rosa-Hellblau-Falle. Für eine Kindheit ohne Rollenklischees'.

### **Redaktioneller Hinweis:**

Ort und Datum der öffentlichen Preisverleihung 2018 werden rechtzeitig bekannt gegeben.

## Kontakt:

Almut Schnerring und Sascha Verlan: Tel. +49 (0)228 / 71012000, [info@wort-und-klang.de](mailto:info@wort-und-klang.de)

Anke Domscheit-Berg: Tel. +49 (0) 175 / 1676 282, [presse@domscheit-berg.de](mailto:presse@domscheit-berg.de)

Wort & Klang Küche  
Journalistenbüro und Kommunikationstraining  
Sascha Verlan und Almut Schnerring  
53225 Bonn  
Tel. 0228 - 71012000  
Seminare: [www.training-bonn.de](http://www.training-bonn.de)

[www.goldener-zaunpfahl.de](http://www.goldener-zaunpfahl.de)

Preis für absurdes Gendermarketing, wir freuen uns über Einreichungen!

