



Anfrage Nr. V/F 967 vom 9.9.2013

**an den Oberbürgermeister
zur Ratsversammlung am 16.10.2013**

Eingangsvermerk
Büro für Ratsangelegenheiten

Posteingangsnummer

Datum

Die Anfrage stellt



Unterschrift

Anfrage Umsetzung des Beschlusses „Schluss mit sexistischer Werbung in Leipzig“

Anfrage

Am 22.11.2012 folgte der Stadtrat einstimmig dem Verwaltungsvorschlag zur Petition „Schluss mit sexistischer Werbung in Leipzig“. Demnach solle zukünftig seitens der LeiterInnen der Fachämter und Eigenbetriebe auf größere Sensibilität in Bezug auf frauenfeindliche und diskriminierende Werbung geachtet und diese vermieden werden. Der OBM würde zudem die Beteiligungsunternehmen der Stadt Leipzig in einem gesonderten Schreiben auf die Petition und die Beschlussfassung im Stadtrat sowie damit verbundene Problemlagen hinweisen.

Anfang Mai 2013 und damit ein halbes Jahr nach Beschlussfassung erreichte die Fraktion DIE LINKE eine Beschwerde bezüglich sexistischer Werbung an einem oder mehreren Bussen der LVB. Diese zeigt den Ausschnitt eines Frauenkörpers mit dem Slogan-Zusatz „Die schönsten Hinterteile Ihrer Region, mit Buswerbung dicht am Kunden“. Diese Werbung der Firma Ströer ist ein Beispiel für die Degradierung von Frauen zu sexuellen Objekten. Zudem wird ein einseitiges Frauenidealbild verfestigt, das unter anderem dazu beitragen kann, dass junge Frauen kein selbstbewusstes Körperbild entwickeln.

Wir fragen in diesem Zusammenhang:

1. Welche Reaktionen gab es seitens Fachämtern, Eigenbetrieben und Beteiligungsunternehmen auf die Beschlussfassung der Petition? Welche konkreten Maßnahmen wurden in Ämtern, Eigenbetrieben und Beteiligungsunternehmen eingeleitet, um der Intention der Petition zu entsprechen?
2. Gibt es Beschwerden von BürgerInnen oder InteressenvertreterInnen bezüglich sexistischer Werbung und wie wird damit umgegangen?
3. Wie kann es sein, dass benannte Beschwerde bezüglich einer sexistischen Darstellung auf Bussen der LVB zurückgewiesen und als unbedenklich kategorisiert wird? Welche Entscheidungskriterien liegen dieser Bewertung seitens der LVB zugrunde?
4. Welche Nachbesserungen müssen aus Sicht des OBM bezüglich der Bestimmung von Kriterien für die Einordnung von Werbedarstellungen als sexistisch vorgenommen werden?