

## Gegen Klischees

Eine Astronautin muss selbst im Weltall noch Wäsche waschen, in der Reiterferien-App von Bibi und Tina sind Jungs nicht vorgesehen, die Playmobil-Feen der Ayuma-Welt erfüllen mit ihrem betonten Po Modelmaße: In der Werbung setzen Hersteller immer wieder auf Geschlechterstereotype. Der Negativpreis »Goldener Zaunpfahl« prangert »absurdes Gendermarketing« an. Am Freitag stellte die gleichnamige Initiative ihre sieben diesjährigen Nominierten vor. Ziel des Negativpreises ist es laut dem Verein Klische\*esc, einen »Dialog zu initiieren über die einschränkende Wirkung von Werbung und Produktdesign« auf die »freie Entfaltung der Persönlichkeit«. (AFP/jW)

*<https://www.jungewelt.de/artikel/438154.werbung-gegen-klischees.html>*