

Eine (Wander-)Ausstellung der Gleichstellungsbeauftragten für Frau und Mann der Landeshauptstadt Dresden



Dresden.
Dresdner



Tafel 1



Impressum:

Herausgeberin:
Landeshauptstadt Dresden
Die Oberbürgermeisterin

Gleichstellungsbeauftragte für Frau und Mann
Telefon (03 51) 4 88 22 67
Telefax (03 51) 4 88 31 09
E-Mail gleichstellungsbeauftragte@dresden.de

Büro der Oberbürgermeisterin
Abteilung Öffentlichkeitsarbeit
Telefon (03 51) 4 88 23 90
Telefax (03 51) 4 88 22 38
E-Mail presse@dresden.de

Postfach 12 00 20
01001 Dresden
www.dresden.de

Zentraler Behördenruf 115 – Wir lieben Fragen

Redaktion: Dr. Alexandra-Kathrin Stanislaw-Kemenah, Sylvia Höppler,
Nicole Schönherr-Trenkmann

Umschlaggestaltung:
Unter Verwendung von Teilen ausgewählter Werbemotive der Ausstellung

Satz und Druck: Löbnitz-Druck GmbH

Dezember 2014, überarbeitete, erweiterte und aktualisierte Neuauflage

Kauf mich?! Frauen und Männer in der Werbung Ausstellung

Kauf mich?! Frauen und Männer in der Werbung

Neugierig geworden?

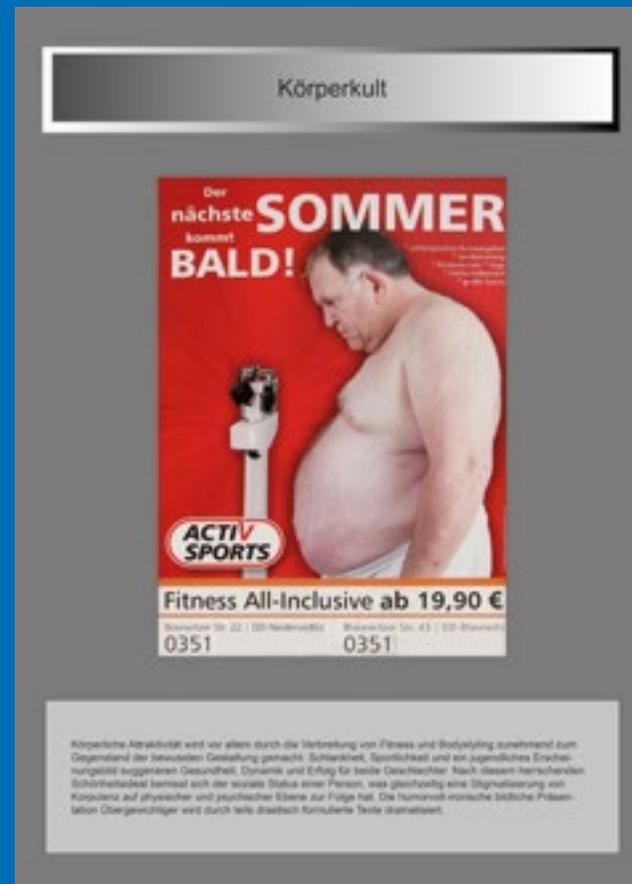
Ob „Von Kicken bis Zicken“ oder „Zu fett für's Ballett“, von der „Thekenschlampe“ bis zur „Männersache“ – was bekommen wir da vermittelt? Und wie wirken solche Werbebotschaften auf uns?

Täglich sind wir einer Flut von Werbereizen ausgesetzt, die wir mehr oder weniger bewusst wahrnehmen. Dabei spiegelt Werbung eine Gesellschaft nicht nur wider, sondern gestaltet sie aktiv mit: Sie führt uns vor, was angeblich typisch weiblich und typisch männlich ist und setzt dabei gezielt auch Stereotype ein.

Diesem Thema widmet sich die Ausstellung „Kauf mich?! Frauen und Männer in der Werbung“.

Als Nachfolgerin der erfolgreichen Schau „Frauenzoo der Werbung“ konzipiert, wurde sie um das Bild vom Mann erweitert.

Sie untersucht in einer Momentaufnahme der Jahre 2007 und 2008 sowie 2012 und vereinzelt 2013 Werbeanzeigen und -plakate in Dresden. Dabei stehen vor allem die – häufig subtilen – Inszenierungsstrategien der Werbebotschaften im Blickfeld, welche Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit festschreiben und auf diese Weise gesellschaftliche Wertvorstellungen mitprägen.



Tafel 2.4