



Noch bis zum 13.10 kann absurdes Gendermarketing eingereicht werden - letzter Aufruf für den Zaunpfahl 2022

Award für absurdes Gendermarketing wird wieder live verliehen – Ticketverkauf für die Gala im Kabarett-Theater DISTEL gestartet

Bonn, 04.10.2022 Noch bis zum 13. Oktober werden Einreichungen entgegengenommen (preis@goldener-zaunpfahl.de) für die sechste Preisverleihung des Goldenen Zaunpfahl Awards. Er wird am 21.11. ab 19h30 live in Berlin verliehen.

Mehr als 200 Einreichungen für das „Gruselkabinett des Gendermarketing“ (gruselkabinett.goldener-zaunpfahl.de) gingen in diesem Jahr beim Team vom Goldenen Zaunpfahl ein: Shampoo für Kinder wird immer noch in Rosa und Hellblau verkauft, Glitzer-Schuhe richten sich an Shopping-Queens, wasserfeste an Helden. Männern wird immer noch "was hart macht" nahegelegt, während Frauen auch 2022 nicht aus der Kümmer-Rolle entlassen werden. Solange Marketingabteilungen sich nicht von stereotypen Zuschreibungen lösen, wird das Team von klische*esc e.V. weiterhin mit Beispielen versorgt. Denn die Kritik an limitierenden Rollenvorbildern nimmt zu, und Gesetze wie das in Spanien, das seit Mai 2022 Sexismus im Spielwarenssektor verbietet, erhöhen auch den Druck hierzulande.

Im November wählt die diesjährige prominente Jury zunächst die sieben gruseligsten Beispiele – die „unrühmlichen Sieben“ – und schließlich live am Abend des 21.11. das Gewinner-Unternehmen, das den „Goldenen Zaunpfahl 2022“ verdient.

"Während Unternehmen unsere Kritik an der Gendermarketing-Strategie gerne mit einem verharmlosenden 'Unsere Kundschaft möchte das so' abwehrt, wollen wir jenen eine Stimme geben, die kein Interesse mehr haben an vorsortierten Stereotypen und traditionellen Rollenbildern. Wir feiern die Wahlfreiheit und weisen binäres Schubladendenken in seine Schranken", beschreibt Almut Schnerring, Initiatorin des Goldenen Zaunpfahls die Idee des Abends.

Zum Programm in der Distel am 21.11. gehören Auftritte von Bernadette La Hengst am Flügel und Comedian Florian Hacke. Außerdem Beiträge aus dem Team (goldener-zaunpfahl.de/team) und der Jury, bestehend aus:

- Arn Sauer – Direktor der Bundesstiftung Gleichstellung
- Judith Rahner – Amadeu-Antonio-Stiftung
- Boris von Heesen – Autor von 'Was Männer kosten'

Pressemitteilung



- Insa Thiele-Eich – Meteorologin und „Fastronautin“
- Sibel Schick – Autorin, Journalistin und Podcasterin
- Pia Ihedioha – Mitbegründerin und Herausgeberin des Magazins „of Color“
- sowie Schüler*innen der IGS Friesland-Süd in Zetel mit einer gemeinsamen Stimme

Über den Award

Der Goldenen Zaunpfahl will Wirkmechanismen von Werbung und Produktdesign offenlegen und die Marketingbranche an ihre gesellschaftliche Verantwortung erinnern. Der Award möchte Unternehmen zu intelligenteren und innovativeren Strategien zur Vermarktung ihrer Produkte anstiften. Ziel ist es, einen gesellschaftlichen Dialog zu initiieren über die Wirkmechanismen von Werbung und Produktdesign insbesondere auf Kinder und ihre Entfaltungsmöglichkeiten; einen Austausch über Verantwortung und persönliche Freiheit, über Vielfalt und Identität.

Der Goldene Zaunpfahl ist eine ehrenamtliche Pro-Bono-Initiative und finanziert sich durch Crowdfunding und Spenden: betterplace.org/p82392

Ticketverkauf: https://distel-berlin.de/de/spielplan/extras/artikel-der_goldene_zaunpfahl.html

Studien und Hintergrundwissen zu Gendermarketing: goldener-zaunpfahl.de/studien

Zaunpfahl-Kriterien: <https://goldener-zaunpfahl.de/der-preis/die-kriterien/>.

Pressebereich online: presse.goldener-zaunpfahl.de

Pressekontakte:

Almut Schnerring und Sascha Verlan c/o Wort & Klang Küche, Büro für Journalismus und Kommunikation

Tel. +49 (0)228 / 71012000, Mobil +49 (0)173 / 8383137

E-Mail: presse@goldener-zaunpfahl.de

Twitter: [@GoldenerZaun](https://twitter.com/GoldenerZaun)

Instagram: [@Goldener_Zaunpfahl](https://www.instagram.com/Goldener_Zaunpfahl)