



Pressemitteilung

Bonn/Berlin, 24. Oktober 2023

7x ABSURDES GENDERMARKETING AUF DER SHORTLIST

Die Jury des Goldenen Zaunpfahls hat die 'Unrühmlichen Sieben' gewählt aus über 200 Einreichungen.

Bonn, 24. Oktober 2023.

Aus über 200 Einreichungen entschied die Jury, welche Produkte oder Werbemittel zu den diesjährigen 'Unrühmlichen Sieben' zählen. Am 13. November wird die absurdeste Marketingaktion im Rahmen einer öffentlichen Verleihung und Gala im Kabarett-Theater DISTEL, Berlin bekannt gegeben.

Veraltete Geschlechterklischees und Rollenzuschreibungen sind nach wie vor vielfältig und zahlreich vertreten im Marketing. Auch im siebten Jahr sind beim ehrenamtlichen Team des 'Goldenen Zaunpfahl – Award für absurdes Gendermarketing' zahlreiche Beispiele gruseliger Werbebotschaften über die Sozialen Medien oder die Website goldener-zaunpfahl.de eingegangen: Produkte aus der klassischen 'Rosa-Hellblau-Falle', fragwürdige traditionelle Bilderwelten oder Informations-Broschüren, deren Zielgruppe Frauen sind, obwohl es darin um Männergesundheit geht.

Die sieben Nominierten für den Goldenen Zaunpfahl 2023:

- **ZAPF liefert den hellblauen Gegenpart** zur jahrzehntelang rosa angezogenen Puppe – damit Kinder so früh wie möglich lernen, dass sich Geschlecht vor allem an der Kleidung ablesen lässt.
- **Geberit liefert in seiner WC-Werbung eine 'saubere' (Klo-)Rollenverteilung:** Er montiert professionell die Schüssel – und sie darf im Anschluss gründlich schrubben.
- **Flaschenpost aus den 1960ern:** Damals half 'Frauengold' der gestressten Hausfrau durch ihre "kritischen Zeiten", heute schenkt die **Privatbrennerei Boente** mit **'Zickengold'** beim Mädelsabend reine Klischees ein. Prost!
- **Daddynator** – der erste Wickelrucksack nur für 'echte Väter'. Im Army-Style sind sie perfekt gewappnet für den Windelkampf, dem Mann sich nun endlich auch stellen kann.
- **Kneipp streut noch Badesalz in die Wunde:** Hier wird wie zu Zeiten der Firmengründung geschlechtergetrennt gebadet. Die Einreichungen waren so zahlreich, dass die gesamte Produktpalette nominiert ist.



Bonn/Berlin, 24. Oktober 2023

- **Die Deutsche Gesellschaft für Mann und Gesundheit (DGMG)** findet, Testosteronmangel und die Folgen sind vor allem: ein Frauenproblem. Dem widmen sie eine ganze Broschüre.
- **ROFU Kinderland – Wo Kinderträume eingeschränkt werden:** Im rosa-hellblauen Schilderwald ist der (Lebens-)Weg klar vorgezeichnet.

Einer dieser Werbekampagnen oder Produktdesigns wird am Abend des 13. November von der Jury feierlich der Goldene Zaunpfahl 2023 verliehen. Alle Nominierten wurden bereits persönlich informiert und eingeladen teilzunehmen, um mit Publikum, Jury und dem ehrenamtlichen Team des Vereins klische*esc e.V. in den Austausch zu gehen, Lösungsansätze zu besprechen oder sich mit einem Statement zu äußern. Der Abend wird moderiert vom Autor*innen-Paar Patricia Cammarata und Marcus Richter, außerdem stehen ein Live-Auftritt der Sängerin Celina Bostic ('Die Resilienz'), Comedy von Florian Hacke sowie kurze Vorträge der Jury-Mitglieder und Initiator*innen auf dem Programm.

Die Jury 2023

- Lisi Maier – Co-Direktorin der Bundesstiftung Gleichstellung
- Boris von Heesen – Autor ('Was Männer kosten')
- Tebogo Niminde-Dundadengar – Geschäftsführerin des Online-Shops Tebalou
- Pia Ihedioha – Gründerin des Magazins 'of Color'
- Johanna Fröhlich Zapata – Coachin und Autorin (alltagsfeminismus.de)
- Florian Hacke – Schauspieler und Comedian
- Schülerinnen und Schüler der Gendermarketing-AG der IGS Zetel

Die Initiator*innen des Goldenen Zaunpfahls, Almut Schnerring und Sascha Verlan, sowie die Jury-Mitglieder stehen auf Wunsch bereits im Vorfeld für Interviews zur Verfügung.

Einladung zum Pressegespräch: 13. November 2023 um 11:00 Uhr, Kabarett-Theater DISTEL
Treffen Sie das Zaunpfahl-Team zusammen mit Florian Hacke und weiteren Jury-Mitgliedern.



Bonn/Berlin, 24. Oktober 2023

Über den Preis

Der Goldene Zaunpfahl legt die sozial-psychologischen Wirkmechanismen von Werbung und Produktdesign offen und erinnert die Marketingbranche an ihre gesellschaftliche Verantwortung. Ziel ist es, einen breiten gesellschaftlichen Dialog zu initiieren über die einschränkende Wirkung von Werbung und Produktdesign insbesondere auf Kinder und ihr Grundrecht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit; einen Austausch über Verantwortung und persönliche Freiheit, über Vielfalt und Identität.

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

Ticketverkauf: <https://distel-berlin.de/de/spielplan/gastspiele/artikel-der-goldene-zaunpfahl.html>

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

Kriterien des Awards: <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

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