



Positionspapier

Als ANS:WER setzen wir ein Zeichen für eine gerechtere Werbe- und Kommunikationsbranche. In diesem Commitment-Paper legen wir dar, wie wir unsere Kommunikation, unsere Strukturen und unser Handeln in unseren Agenturen konsequent geschlechtergerecht und diskriminierungssensibel gestalten wollen. Weil wir kreative Verantwortung tragen.

1. Wir setzen uns für eine Werbe- und Kommunikationsbranche ein, die niemanden abwertet.

Wir lehnen sexistische, heteronormative und diskriminierende Darstellungen ab – explizit und implizit. Wir setzen uns zum Ziel, in der gesamten Branche ein Bewusstsein für kreative Verantwortung zu schaffen. Wir fördern aktiv das Hinterfragen von Stereotypen und die Entwicklung neuer Narrative, die Repräsentation fördern und gesellschaftliche Vielfalt sichtbar machen. Wir sensibilisieren dafür, dass wir alle Biases haben und regen an, regelmäßig Sprache, Bildsprache und Kommunikation auf unbewusste Vorannahmen zu analysieren und die eigenen Privilegien zu reflektieren.

2. Wir denken Intersektionalität mit.

Unsere Kommunikation berücksichtigt, dass Geschlecht nicht isoliert betrachtet werden kann. Wir setzen uns aktiv gegen Mehrfachdiskriminierung ein und schaffen Räume für diverse Perspektiven. Wir kreieren Werbe- und Kommunikationsinhalte, die nicht nur Frauen, sondern auch trans, nicht-binäre und intergeschlechtliche Personen sowie Menschen unterschiedlicher Hautfarben, Körperformen, Behinderungen und sozialer Hintergründe sichtbar machen – ohne sie auf ihre Marginalisierung zu reduzieren.

3. Wir verpflichten uns zu inklusiver Sprache.

Wir verwenden geschlechtergerechte Sprache, die nicht-binäre, trans und intergeschlechtliche Menschen einbezieht – sowohl intern als auch extern. Unsere Texte, Claims und Kommunikationsmaßnahmen enthalten eine geschlechtergerechte Sprache, die alle Geschlechtsidentitäten einbezieht. Je nach Zielgruppe und Medium setzen wir Gendersternchen (*), Doppelpunkt (:) oder wo möglich idealerweise neutrale Formulierungen ein. Wir fördern den Diskurs über geschlechtergerechte Sprache in der Werbe- und Kommunikationsbranche.

4. Wir arbeiten mit diversen Teams.

Als Werbe- und Kommunikationsexpert:innen wissen wir, dass Kreativprozesse von Vielfalt leben. Wir setzen uns für mehr Diversität in der Werbe- und Kommunikationsbranche ein – in Führungsetagen, Kreativteams und auf Kundinnen- und Partnerinnenebene. Dafür wollen wir:

- den Diskurs darüber fördern, marginalisierte Personen in kreative Prozesse einzubinden, nicht nur abzubilden ("mit ihnen sprechen, statt über sie")

- Bewusstsein für diskriminierungssensible Bewerbungsprozesse schaffen
- den Weg für Führungspositionen für Frauen, trans, nicht-binäre und BIPOC-Personen ebnen - innerhalb und außerhalb unserer eigenen Agenturarbeit.

5. Wir fördern kritisches Bewusstsein.

Als Verein fördern wir den Diskurs über ethische Standards in der Werbe- und Kommunikationsbranche. Wir sensibilisieren für problematische Inhalte und regen zum kritischen Dialog an.

Wir setzen uns dafür ein, Alternativen aufzuzeigen und einen konstruktiven Dialog zu fördern. In unserer Arbeit als Agenturen lehnen wir Aufträge ab, die:

- Menschen unnötig sexualisieren, objektifizieren oder degradieren
- sexistische Rollenbilder reproduzieren (z. B. „Frau am Herd“, „Mann als Entscheider“)
- rassistische, ableistische oder queerfeindliche Inhalte transportieren
- gezielt Angst oder Unsicherheiten von Menschen ausnutzen (z. B. „Bikini-Body“-Narrative)
- „Pinkwashing“ oder „Feminism-Washing“ betreiben, ohne echte Veränderungen anzustreben

6. Wir setzen uns für neue Standards in der Bildsprache ein.

Wir wollen Menschen in ihrer ganzen Vielfalt zeigen – in Körperformen, Hautfarben, Identitäten und Lebensrealitäten. Wir hinterfragen klassische Schönheitsnormen und Rollenbilder und setzen uns für neue Maßstäbe für Repräsentation ein, z.B.:

- Verzicht auf unnötige Retusche von Körperformen, Hautfarben oder Merkmalen wie Dehnungsstreifen, Narben oder Falten
- bewusste Auswahl von Darstellungen jenseits binärer Geschlechterrollen
- Vermeidung von Tokenism: Diversität als gelebte Praxis, statt Marketing-Trend

7. Wir geben Wissen weiter.

Als ANS:WER teilen wir unser Wissen über geschlechtergerechte Kommunikation – mit der Werbe- und Kommunikationsbranche und der Öffentlichkeit und bilden uns selbst dabei laufend fort. Wir setzen dabei auf:

- die Zusammenarbeit mit Expert*innen, insbesondere aus marginalisierten Communities
- die Aufbereitung und Bereitstellung von Ressourcen für Mitglieder
- regelmäßige Workshops und Trainings

8. Wir schaffen ein sicheres Umfeld.

Als Verein dulden wir keine sexistische, queerfeindliche oder anderweitig diskriminierende Sprache oder Handlungen. Wir fördern den offenen Diskurs über Diskriminierung und setzen auf Dialog statt Sanktionen.

Konkret bedeutet das:

- Eine klare Haltung gegen Diskriminierung und Belästigung
- offene Gesprächsformate zum Austausch über Diskriminierung
- Förderung eines konstruktiven Dialogs bei problematischen Verhaltensweisen

9. Wir kommunizieren feministisch – auch wenn es unbequem ist.

Als Verein nutzen wir unsere Reichweite, um feministische und queer-feministische Themen aktiv zu fördern. ANS:WER versteht sich nicht nur als diskriminierungssensibler Raum, sondern als treibende Kraft für gesellschaftlichen Wandel in der Werbe- und Kommunikationsbranche.