



TuBF Statement
zum Charity TV-Spot für den BFF
(Bundesverband Frauenberatungsstellen und Frauennotrufe)

Wir Kolleginnen von der TuBF Frauenberatung in Bonn sind alle ziemlich entsetzt über den TV-Spot für den BFF¹. Muss es sein, dass eine Werbeagentur², die von Frauenberatung null Ahnung haben, ihr Image mit einem Charity-Spot aufbessert, der laut Süddeutsche schon vor dem Angebot an das BFF auf der Shortlist für das Cannes Werbefestival stand?

Aber davon mal ganz abgesehen: Wir empfinden den Spot als Antiwerbung. Wir empfinden den Spot als eine gerade in seiner Stillisierung der Opfer widerwärtige und gewaltvolle Darstellung, die wir nicht anschauen können und wollen und weder anderen Frauen noch anderen Männern zumuten möchten. Wir können es uns ganz und gar nicht erklären, warum die BFF-Frauen sich auf einen solchen Spot verständigen konnten.

Trotz (oder wegen?) der romantischen Musik ist die Darstellung von platzenden blutigen Wunden und aufknallenden Frauenkörpern ein Horror, der unerträglich ist. Der Spot wirkt auf uns abstoßend und eklig. Es entsteht keine Solidarität mit den Frauen, es entsteht kein Mitgefühl und kein Bezug zur Realität. Frauen sind in dem Spot nur ausschließlich Opfer. Das ist nicht unsere Idee von Werbung oder Charity.

Vielleicht gab es ja die Haltung, dass die Kolleginnen einem geschenkten Gaul nicht ins Maul schauen wollen? Und muss es sein, dass der BFF auf seiner eigenen Webseite den Text der Werbeagentur übernimmt?

Wir möchten unser deutliches Nichteinverständnis mit diesem Clip hiermit ausdrücken.

TuBF Frauenberatung, Marita Blauth, Dorotheenstr. 1-3, 53111 Bonn, Sept. 2010

¹ 2004 schlossen sich der Bundesverbandes autonomer Frauennotrufe und der Bundesverbandes der Frauenberatungsstellen zu einem gemeinsamen Verband zusammen.

² Y&R Germany ist die deutsche Werbeagentur der Young & Rubicam Brands und wurde 1955 gegründet. Die Full-Service Agentur betreut unter anderem BASF, Colgate Palmolive und Philip Morris und ist Teil des WPP-Netzwerkes, einer der größten Werbeholdings der Welt. Einst eine der größten Agenturen des Landes, kämpft sie gerade um neue Kunden.