

## MÜNCHEN kompakt

## Im Wirtshaus wird's teurer

**MÜNCHEN** Der Landesgeschäftsführer des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes Dehoga Thomas Geppert kündigt an, dass Preisanpassungen im Gastgewerbe dieses Jahr unumgänglich sind. Die Erhöhung des Mindestlohns, der Anstieg der Energiekosten und die enorm erhöhten Preise im Einkauf treffen die Gastbetriebe, die ohnehin besonders energie- und personalintensiv sind, hart.

## Schlag gegen Schleuserbande

**MÜNCHEN/KÖLN** Der Bundespolizei ist ein Schlag gegen eine mutmaßlich europaweit agierende Schleuserbande gelungen. Nach der Durchsuchung von Wohnungen in München, Garching und Köln wurden am Mittwoch drei Männer festgenommen. Sie kamen am Donnerstag auf Anordnung eines Richters in U-Haft, so ein Sprecher der Bundespolizei in Rosenheim. Nach bisherigen Erkenntnissen soll die bangladeschische Schleuserorganisation in Rumänien Menschen gesucht und für deren Beförderung nach Deutschland mittels Lastwagen gesorgt haben.

## Wiesn-Gefühl mit Aloisius und dem Münchner Kindl

„Die Magie des Moments eingefangen“: Das Wiesnplakat für 2022 steht endlich fest

Das Münchner Kindl und der Engel Aloisius, anlässlich Hand in Hand im Wiesnzelt. So wird das diesjährige Wiesnplakat ausschauen.

„In diesem Jahr fiebern alle darauf hin, dass die Wiesn wieder stattfinden kann. Deshalb ist auch das Plakat ganz besonders“, so Wirtschaftsreferent und Wiesn-Chef Clemens Baumgärtner (CSU). Wie kein anderer illustrierte der Entwurf

von Leo Höfner, der Autodidakt und eigentlich Mathematiker ist, die Wiesn-Sehnsucht und die Vorfreude nach zwei Jahren Stillstand und damit die Gefühle der Wiesnfans.

„Die Magie des Moments ist so eindringlich eingefangen, dass sich die Jury sehr schnell einig war: Dieses Plakat erzählt in diesem besonderen Jahr die beste Story“, erklärt Baumgärtner, der auch der Jury vorstand. Deshalb habe sie sich mit sehr großer Mehrheit für Höfners Entwurf entschieden. Beim Online-Publikumsvoting lag der Entwurf auf Platz 2. **AZ**



So sieht das Siegerplakat aus. F.: LHM/Referat f. Arbeit u. Wirtschaft, Leo Höfner

## Nicht geeignet: Regierung stoppt Referenten-Wahl

Anna Hanusch (Grüne) hätte nächste Woche Baureferentin werden sollen. Das ist geplatzt

Eigentlich hätte der Stadtrat die Grünen-Fraktionschefin Anna Hanusch zur neuen Baureferentin wählen sollen. Doch das ist nun geplatzt. Denn die Regierung von Oberbayern verlangt, dass die Stadt die Wahl offiziell ausschreibt.

So schildert es Grünen-Chef Florian Roth.

Die CSU hatte bei der Regierung von Oberbayern prüfen lassen, ob Hanusch als Baureferentin geeignet ist. Der CSU-Fraktionschef Manuel

Pretzl hatte daran Zweifel.

Denn zwar gelten Referenten als Stadt-Minister, allerdings sind sie gewählte Beamte und müssen bestimmte Voraussetzungen mitbringen – zum Beispiel eine Beamtenlaufbahn durchschritten haben. Und das hat Anna Hanusch nicht. In München ist es oft so, dass diese Posten nicht offiziell ausgeschrieben werden, sondern dass die Regierungsparteien Kandidaten vorschlagen. Doch

die Regierung von Oberbayern zweifelt diese Praxis an, schildert Pretzl. Er fordert deshalb, dass auch die Wahlen der neuen KVR-Chefin und des neuen Personalreferenten verschoben werden. **che**



Anna Hanusch. Foto: Grüne

## Ist diese Kampagne gegen Sexismus sexistisch?

Hunderte Plakate in München und keiner weiß, worum es geht? Die AZ fragt auf der Straße nach und klärt das Missverständnis auf

Von Julia Wohlgeschaffen

Ein Zebra, ein Dalmatiner und eine Giraffe. Zu sehen auf Plakaten in der ganzen Stadt. Doch wer meint, dass hier der Tierpark Hellabrunn wieder kräftig die Werbetrömmel rührt, liegt falsch.

Was bedeuten diese Plakate also? Das versteht kaum einer. So zumindest das Ergebnis einer Umfrage der AZ (siehe unten).



Seija Knorr-Köning. Foto: SPD

Denn die tatsächliche Bedeutung ist nicht so leicht zu erkennen. Es handelt sich um eine Kampagne gegen sexistische Werbung. Doch so richtig scheint diese nicht zu funktionieren. Die Plakate wurden von Studentinnen der Hochschule Macromedia entworfen, die Idee zur Kampagne stammt von Katrin Habenschaden, Münchens Zweite Bürgermeisterin (Grüne), die Schirmpatin des Projektes ist. Schon im Mai 2020 machte sie ihrem Ärger über „frauenverachtende, herabwürdigende Plakate“ des Senders Joyn Luft und entschied, sich gegen sexistische Werbung einzusetzen. So zum Beispiel mit dem Plakat-Projekt. Dieses endet nun. Zeit, Bilanz zu ziehen – und die fällt nicht besonders positiv aus.

Nicht nur Passanten waren mit der Interpretation der Plakate überfordert, sogar ein Team aus Marketing-Experten konnte das Rätsel um die Bedeutung nicht lösen: „Meine Mitarbeiter vermuteten, dass es sich um eine Tierschutz-Kampagne der Peta



So schaut eines der Plakate aus. Aber was will es uns sagen?

Foto: Hochschule Macromedia

oder um eine Werbung des Tierparks handelt“, so Professor Marko Sarstedt vom Institut für Marketing an der LMU. Doch für manche wirkt es sogar so, als würden sich die Plakate an Frauen richten, die sich freizügig anziehen. Kann die Anti-Sexismus-Werbung also sogar frauenfeindlich wirken?

Auch die SPD-Politikerin Seija Knorr-Köning kritisiert das: „ein klassischer Fall von gut gemeint und schlecht gemacht“. Sie betont aber, dass sie nicht

mit Habenschaden tauschen wolle. „Den Vorschlag, an dem Studenten ein halbes Jahr lang gearbeitet haben, möchte man ja nicht unbedingt kritisieren.“

Habenschaden selbst kann die Kritik verstehen. „Wenn es nicht gelingt, eine eindeutige Botschaft zu vermitteln, dann ist eine Werbebotschaft nicht perfekt.“ Es handele sich aber um ein Projekt in bester Absicht.

Sarstedt meint, dass es die Kampagne so gar nicht braucht.

Studien zeigten ohnehin: „Sex sells funktioniert nicht.“

Grundsätzlich sei die Kunst bei Werbung, sich in die Köpfe der Zielgruppe reinzudenken, so der Professor. Das sei hier jedoch nicht passiert. In einer Sache sind sich jedoch alle einig: Zumindest die Intention der Plakate war gut.

Was ist Ihre Meinung zur Kampagne? Schreiben Sie uns an: [leserforum@az-muenchen.de](mailto:leserforum@az-muenchen.de) oder per Post.

## DIE AZ-UMFRAGE

## Was halten Sie von diesem Plakat?



**Guido Schacht (68), Rentner:** „Ich habe das Plakat bisher noch gar nicht gesehen, es ist mir nicht so aufgefallen. Aber jetzt, wo Sie mich drauf ansprechen, musste ich auch lange darüber nachdenken, was damit überhaupt gemeint sein soll. Wahrscheinlich soll es uns aufrütteln. Aber auf gut Bairisch: A bisserl bled is scho!“



**Evelyn Wiesheu (19), Studentin:** „Das ist eine gute Frage, was damit bezweckt werden soll... Da komme ich wirklich nicht drauf! Wenn ich das so sehe, würde ich nicht verstehen, worum es geht. Vor allem, wenn Tiere abgebildet werden. Die haben für mich gar nichts mit Sexismus zu tun.“



**Dieter Keie (80), Rentner:** „Ich muss nicht auffallen, also muss ich auch keine Hüllen fallenlassen – aber Spaß beiseite: Mit dem Sinn des Plakats bin ich überfragt. Die Viecher sind ja ganz nett. Aber Sexismus und die fallen den Punkte von dem Dalmatiner auf diesem Plakat bringt man doch eher schwer miteinander in Verbindung.“



**Larissa Mittermeier (22):** „Ich finde die Kampagne gar nicht so schlecht. Man versteht meiner Meinung nach schon, was mit den Plakaten gemeint ist. Ich glaube, es geht darum, dass man auch auffallen kann, ohne dass man dafür viel von sich zeigen muss.“

Umfrage: Julia Wohlgeschaffen, Fotos: Bernd Wackerbauer