



LENGERICH WOCHENBLATT **EXTRA**

31. März 2018 | www.ag-muensterland.de | kostenlos

Boxenluder ade



Zeitgeist tickt gegen
den Sexismus | Rückseite

Foto: dpa

Köstlicher Frühlingsschmaus

Lammfilet mit gebackenen Kartoffeln

Einkaufszettel

(für 4 Personen)

Lammfilet mit gebackenen Kartoffeln

- 600 g Lammfilet
- 40 g Speck
- 1 Knoblauchzehe
- 1 gehackte Zwiebel
- 6 EL Olivenöl
- Salz
- Pfeffer
- 800 g Kartoffeln
- Rosmarin
- 500 g grüne Bohnen
- 100 ml Milch
- 150 g Reibekäse
- Paprikapulver

Zubereitung:

▷ Das Lammfilet unter kaltem Wasser abwaschen und trocken tupfen. Den Speck in Würfel schneiden.

▷ Die Knoblauchzehe und die Zwiebel abziehen, fein würfeln und zusammen mit dem Speck in 2 EL heißem Olivenöl andünsten. Das Lammfilet zugeben, scharf anbraten, salzen, pfeffern und dann in Alufolie eingewickelt warm stellen.

▷ Inzwischen die Kartoffeln schälen, 15 Minuten kochen, vierteln und in 4 EL Olivenöl scharf anbraten. Mit Rosmarin kräftig würzen. Die Bohnen waschen, putzen und 15 Minuten in etwas Salzwasser kochen.

▷ Die Milch erhitzen, den Reibekäse darin auflösen, mit Salz, Pfeffer und Paprika abschmecken. Die Käsesauce zu den Kartoffeln, Bohnen und dem in Scheiben geschnittenen Lammfilet servieren.

Pro Portion: 708 kcal (2964 kJ), 43,3 g Eiweiß, 39,3 g Fett, 42,5 g Kohlenhydrate

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

AFGE
BORNEO
COGNAC
CREPE
DESTO
DROEGE
ELSA
ENZYM
ERNTE
FREUDE
GRAS
HOCKER
JETS
MEIER
NACH
RIESE
ROUTE
SAKRAL
SOFERN
SPUKEN
STUTE
TEAM
USEDOM
WAFFE

C	S	A	K	R	A	L	W	Z
R	I	E	S	E	O	F	E	N
H	J	A	P	K	D	U	Y	S
F	R	E	U	D	E	S	T	O
G	R	H	K	G	X	E	N	E
C	B	C	E	D	J	D	K	W
N	O	O	N	G	S	O	A	A
Z	R	G	Z	M	O	M	S	W
D	N	N	Y	E	F	L	T	A
T	E	A	M	I	E	W	U	F
H	O	C	K	E	R	M	T	F
T	W	H	E	R	N	T	E	E

schöne Frau der griech. Sage

geachtet

ein Weißwal

Hauptstadt d. Philippinen

ein Orientale

Ort der Olymp. Winterspiele 98

runzelig

Stahlschrank

Musikstück

Klippe

3 1 1 0 + 2 1 0 6 = 3 1 1 6

+

2 8 3 + 2 9 5 = 5 7 8

3 9 3 + 5 1 0 1 = 8 9 4

LÖSUNGEN

Zeitgeist tickt gegen Sexismus

Dennoch bleibt die Formularwelt männlich

Die „Bild“-Zeitung hat den nackten Busen aus der Zeitung verbannt, zumindest fast. In der Formel 1 verschwinden die sexy angezogenen Mädels neben den Rennwagen. Beim Deutschen Werberat mehrten sich die Beschwerden über Sexismus. Kommt da etwas ins Rutschen? Wie tickt der Zeitgeist gerade in Sachen Frauen, Männer, Rollenbilder?

Schon seit sechs Jahren gibt es bei der „Bild“ die halbnackte Frau auf der Titelseite nicht mehr. Jetzt geht es einen Schritt weiter. Oben ohne ist jetzt beim „Bild-Girl“ passé. „Unser Gefühl in den letzten Mona-

ten war zunehmend, dass viele Frauen diese Bilder als kränkend oder herabwürdigend empfinden, sowohl bei uns in der Redaktion, aber auch unter unseren Leserinnen“, erklärt die Zeitung.

Es soll zwar keine Nacktbilder geben, die „Bild“ selbst produziert hat. Aber das Blatt will weiter Nacktfotos bringen, „über die das Land spricht“. Auch bei anderen Medien tickt die Zeitgeist-Uhr: Die „Cosmopolitan“ will keine Altersangaben mehr nennen, weil das Alter nicht so wichtig sei.

Die Werbebranche merkt: Diskriminierung und sexistische Motive werden immer weniger geduldet. Das bekam eine Metzgerei zu spüren, die mit dem Slogan „Lust auf Fleisch?“ nach Personal suchte, daneben eine Frau in Dessous, die eine Fleischkeule schulterte. Nach einer Beschwerde wurde die Ausschreibung geändert, wie der Werberat berichtete. Insgesamt bekam die Anlaufstelle 2017 mehr Beschwerden zu Geschlechterdiskriminierung und Sexismus als im Vorjahr.

Das liegt auch am gesellschaftlichen Klima und wird mit der MeToo-Debatte über Macht und sexuellen Missbrauch verstärkt. Die Leute gucken genauer hin, wie Frauen dargestellt werden. „Insgesamt sind die Unternehmen sensibler geworden, was sexistische Werbung angeht“, sagt Julia Busse, Geschäftsführerin des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft. „Werbung ist in erster Linie ein Spiegel der Gesellschaft und gibt Impulse. Es ist aber nicht ihre Aufgabe, den gesellschaftlichen Wandel voranzutreiben.“

Das bedeutet auch: Wenn in der Wirklichkeit tatsäch-



Boxengirls genießen vor dem Start eines Formel-1-Rennes in Brasilien ein Gläschen Champagner. Foto: dpa

lich meist die Frauen den Haushalt schmeißen und die Männer den Rasen mähen, warum soll das im Werblock anders sein? Es ist ähnlich wie beim heute ziemlich verpönten Rauchen. Bei Werten und Rollenbildern wandelt sich die Gesellschaft ganz allmählich: Männer haben in der Werbung auch schon über Windeln geredet. Konservative betrauern den Verlust des Machos und ein Ende der Erotik. Keine echten Kerle und sexy Frauen mehr?

Stevie Schmiedel von der Protestkampagne Pinkstinks, die sich gegen Sexismus und starre Rollenbilder richtet, kennt diese Argumente. Es geht für sie nicht darum, Erotik oder Schlüpfrigkeiten zu verbieten. „Wir wollen nicht zensorisch sein“, sagt sie. Eine Frau in Unterwäsche ist demnach als Motiv okay, wenn sie für Dessous wirbt. Nicht okay: wenn sie halbnackt für einen Sessel posiert.

Rollenbilder, die Ungerechtigkeit bei der Bezah-

lung von Frauen („Paygap“), Sprache: Darüber wird gerade viel geredet. In Sachen weibliche Anrede kassierte eine Klägerin gerade vor dem Bundesgerichtshof einen Dämpfer: „Kunde“, „Kontoinhaber“, „Sparer“ - wenn's ums Geld geht, bleibt die Formularwelt männlich. Einen Anspruch auf weibliche Formen gibt es laut Justiz nicht. Das sei schließlich schon seit 2000 Jahren so, dass die männliche Form für beide Geschlechter gelte.

Was den Striptease in der Zeitschrift angeht: Der

US-„Playboy“ hatte unter großem Getöse den Abschied von den nackten Frauen angekündigt. Nach einem Jahr der Enthaltensamkeit kam 2017 die Kehrtwende. Die zwischenzeitliche Abkehr vom Kerngeschäft sei ein Fehler. Der „Playboy“ titelte: „Nacktheit ist normal.“ Aber der Zusatz „Unterhaltung für Männer“ verschwand von der Titelseite. Der Gründersohn Cooper Hefner sagte dazu: „Geschlechterrollen entwickeln sich in der Gesellschaft immer weiter, und das tun wir auch.“ (dpa)



Die weibliche Staffage beim Deutschen Tourenwagen-Masters (DTM) 2016 in Nürnberg. Foto: dpa

Aschendorff Direkt

Wir suchen zu sofort zuverlässige
PROSPEKTVERTEILER

(m/w) ab 13 Jahren auf
Minijob-Basis für die
Verteilung am Samstag bei
freier Zeiteinteilung bis 18 Uhr in
TECKLENBURG-STADT
und **LIENEN**.

Wir freuen uns auf Dich!
Telefon (02 51) 690-664
Montag-Freitag 8.00-17.00 Uhr
zustellerbewerbung@aschendorff.de
Stichwort: Prospektverteiler

LW **DAS LINGERICHER ANZEIGENBLATT**
Impressum

Verlag:
Aschendorff Medien GmbH & Co. KG
An der Hansalinie 1, 48163 Münster
Tel. 0251/6906000
Fax 0251/690808090

Anzeigenleitung:
Marc Arne Schümann
An der Hansalinie 1, 48163 Münster
Tel. 0251/6906000
Fax 0251/690808090
verlagsleitung@aschendorff-medien.de

Anzeigenannahme:
Westfälische Nachrichten
Tel. 05481/9378-0
Fax 05481/9378-59
E-Mail:
Anzeigen.len@aschendorff-medien.de
Rathausplatz 12, 49525 Lengerich

Redaktionsleitung:
Claudia Bakker
An der Hansalinie 1, 48163 Münster
Tel. 0251/690994050
Fax 0251/690807590

Vertrieb:
Aschendorff Direkt GmbH & Co. KG
An der Hansalinie 1, 48163 Münster
Tel. 0251/690994050

Druck:
Aschendorff Druckzentrum
GmbH & Co. KG
An der Hansalinie 1, 48163 Münster
Das Lengericher Wochenblatt erscheint
in Verbindung mit der Tageszeitung
Westfälische Nachrichten, Lengerich.
Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2018

AGM | Anzeigenblattgruppe
Münsterland

Für unseren Kunden im Raum Westerkappeln suchen wir ab sofort

Produktionsmitarbeiter (m/w) in der Holzverarbeitung

Schichtbereitschaft und technisches Verständnis sollten gegeben sein.
Eine Ausbildung im Holzbereich ist nicht zwingend erforderlich.
Erfahrung in dem Bereich ist gewünscht.



FEHRENKÖTTER PERSONALDIENSTLEISTUNGEN GMBH
Heinrich-Büssing-Str. 6, 49549 Ladbergen
05485 830851 E-Mail: beyhan@fehrenkoetter.de
www.fehrenkoetter.de

