

## EDITORIAL



FOTOS: © @BOFFERDINGBEER/INSTAGRAM

## BIERWERBUNG

# Alkohol-, aber nicht klischeefrei

Tessie Jakobs

**Eine Werbekampagne für alkoholfreies Bier will Vielfalt feiern – und reproduziert dabei normierte Rollenbilder.**

Eigentlich will diese Kampagne alles richtig machen. „Bofferding“ bewirbt sein alkoholfreies Bier mit der Botschaft, Genuss habe „ni genre, ni âge, ni mode de vie“. Niemand soll ausgeschlossen werden, jede Entscheidung sei legitim, jede Lebensrealität gleichwertig. Doch ein Blick auf die Bilder der Kampagne zeigt schnell, dass zwischen Anspruch und Umsetzung eine gewaltige Lücke klafft.

Zu sehen sind Menschen, oder genauer gesagt: Arme. Männerarme, muskulös, blau hinterlegt. Sie gehören zu Personen, die Actionfilme schauen oder Videospiele spielen. Daneben Frauenarme: zierlich, rot lackierte Fingernägel, High Heels, rote Hintergründe. Eine Frau wird über ihren „charactère“ – was sich dem Anschein nach auf ihre Tattoos bezieht – definiert, eine andere über ihre Absätze. Dass hier mit Stereotypen gearbeitet wird, ist kaum zu übersehen – auch dann nicht, wenn diese stellenweise ironisch gebrochen werden sollen. Taschentücher neben dem Actionfilmzuschauer, die Überschrift „pour les cœurs tendres“ über der einen Boxhandschuh tragenden Hand: Das sind kleine Irritationen, die jedoch weniger unterlaufen als vielmehr bestätigen, was ohnehin schon erzählt wird: Das Grundnarrativ – starke Männer, ästhetisierte Frauen – bleibt unangetastet.

Die Kritik von Frauenrat und der Ethikkommission der Werbewirtschaft

kommt daher wenig überraschend. Sie verweist auf Bilder, die aus der Vergangenheit stammen, auf Geschlechterdarstellungen, die längst überlebt sind, und auf eine Bildsprache, die die behauptete Diversität nicht abbildet. Bezeichnend an der geäußerten Kritik ist allerdings auch, worüber nicht gesprochen wird. Denn jenseits des Geschlechts sind sich alle dargestellten Körper erstaunlich ähnlich: jung, weiß, schlank, sportlich, ohne Behinderung. Die angebliche Vielfalt endet dort, wo sie sich zu sehr von westlichen Schönheitsnormen entfernen würde.

**Vielfalt endet hier dort, wo sie sich zu sehr von westlichen Schönheitsnormen entfernen würde.**

Die implizite Botschaft der Kampagne scheint zu sein: Du hast einen Platz in der Gesellschaft – auch ohne Alkohol. Das ist grundsätzlich kein verwerflicher Gedanke. Problematisch wird er dort, wo das entsprechende Spektrum so eng definiert wird, dass sich die meisten Menschen darin kaum wiederfinden können. Wer nicht jung, nicht normschön ist, kommt in dieser Vision nicht vor.

Hinzu kommt ein weiterer Aspekt, der die Irritation verstärkt: Die Bilder wirken künstlich. Tatsächlich handelt es sich offensichtlich um KI-generierte Motive. Keine echten Menschen, keine

echten Körper – sondern errechnete Bilder. Dass dabei diskriminierende Klischees reproduziert werden, ist kein Zufall, sondern liegt in der Natur der Sache: Das Trainingsmaterial besteht zum Großteil aus solchen Bildern.

So stellt sich am Ende weniger die Frage, ob diese Kampagne bewusst provozieren wollte, sondern wie viel menschlicher Input überhaupt in ihr steckt. Vielleicht ist sie schlicht ein Symptom dafür, was passiert, wenn kreative Verantwortung an Maschinen delegiert wird. Eine Kampagne, die Vielfalt feiern will, aber im engen Raster stereotyper KI-Bilder stecken bleibt, verfehlt ihr Ziel – und erzählt am Ende mehr über die Grenzen automatisierter Kreativität als über die Freiheit des Genusses.

## REGARDS

Umgehungsstraße Niederkerschen:

In Richtung Sackgasse? **S. 4**

114 euros de l'heure :

champion, le Luxembourg **p. 6**

Venezuela: Demokratisierung nicht

vorgesehen **S. 7**

Psychiatriegeschichte im literarischen

Gewand: Gespensterfische **S. 9**

Arts pluriels : les rayons X passés

à la loupe **p. 10**

Im Kino: The Chronology of Water **S. 12**

## AGENDA

Wat ass lass? **S. 13**

Expo **S. 17**

Kino **S. 18**

Coverfoto: Sillerkiil, CC BY-SA 4.0,

via Wikimedia Commons



Jef Van den Bossche se définit comme « archiviste de la vie sociale ».

Ce janvier, le photographe présente une sélection de portraits documentant la pauvreté au grand-duché. Retrouvez l'interview sur [woxx.eu/bossche](http://woxx.eu/bossche)