

»Ein Schlag ins Gesicht«

Profisportlerinnen weltweit kritisieren Werbekampagne von US-Schauspielerinnen Sydney Sweeney für Sportwettenanbieter

Von Amelie E. Höcker

Sie liegt nackt auf dem Bauch. Nur die langen Haare bedecken ihre Brüste, während sie lasziv in die Kamera schaut und mit den Füßen einen Fußball balanciert. Die US-Schauspielerinnen Sydney Sweeney macht Werbung für den US-Sportwettenanbieter Novig – und das anscheinend ziemlich erfolgreich, denn die ganze Welt spricht über die Kampagne. In der vergangenen Woche veröffentlichte Novig die Kooperation mit Sweeney, die insbesondere durch ihre Rollen in den HBO-Serien »Euphoria« und »The White Lotus« bekannt ist. »Just Sports«, titelt der Anbieter auf seiner Website mit einem weiteren Bild von Sweeney, auf dem sie unbekleidet zwei Football-Bälle gegen ihre Brüste presst.

Vor allem von Profisportlerinnen wurde diese Aufmachung deutlich kritisiert. Der Vorwurf: Sweeney würde mit ihrer aufreizenden Art in diesem Kontext die Sexualisierung von Frauen im Sport verharmlosen oder gar befeuern. So äußerte sich etwa die australische Schwimmerin und Exolympionikin Ariarne Titmus in ihrer Instagram-Story. Der *Guardian* zitierte am Montag aus ihrem Statement: »Ich kann gar nicht beschreiben, wie wütend ich bin, wenn ich das sehe.« Die Werbung sei nicht nur »ein Schlag ins Gesicht einer jeden Frau, die ihr Leben der Perfektionierung ihrer Disziplin verschrieben hat, sondern jeder Frau, die Sport als das genießt, was er wirklich ist – Teamwork, Freundschaft, Engagement, Exzellenz und Gemeinschaft.« Weiter wirft Titmus die Frage auf, wie wir in einer Welt leben können, »in der die Monetarisierung von Frauenkörpern und die Sexualisierung von Frauen im Sport nach wie vor ein Ding ist«.

Titmus' Äußerung ist kein Einzelfall. Aktive und ehemalige Spitzensportlerinnen aus verschiedensten Disziplinen aus aller Welt kritisierten die Kampagne von Novig: Unter anderem meldeten sich die australische Wasserballspielerin Matilda Kearns, die Turnerin Gracie Kramer aus den USA, die Profiboxerin Skye Nicolson, die Sprinterin Bree Rizzo und die Tennisspielerin Zuzia Dzięwiecka zu Wort. Auch die Frauen der deutschen Basketballnationalmannschaft schienen auf die Debatte anzuspielen, als sie am Montag ein Video von einem Spiel auf ihrem Instagram-Profil mit der Beschreibung »SO sehen Frauen im Sport aus« veröffentlichten.

Die Debatte über [Sexismus im Frauensport wird schon seit Jahren geführt](#), beispielsweise wegen ungleicher Bezahlung, Unterrepräsentation in der medialen Berichterstattung oder der Kleiderordnungen bei großen Turnieren. Bei den Olympischen Spielen 2024 in Paris kritisierten die Beachvolleyballerinnen die Pflicht, knappe Bikinihosen tragen zu müssen,

während ihre männlichen Kollegen normale Shorts anziehen dürfen. Drei Jahre zuvor weigerten sich die norwegischen Beachvolleyballerinnen, die knappen Höschen bei den Europameisterschaften zu tragen, und entschieden sich stattdessen für kurze Sportleggings. Die Konsequenz: eine Geldstrafe in Höhe von 1.500 Euro. In einigen nationalen Verbänden wurde die Kleiderordnung daraufhin geändert. Auch in anderen Sportarten gibt es sexistische Vorschriften: So müssen beispielsweise Tennis- und Badmintonspielerinnen ein Kleid oder einen Rock tragen. Solche Regeln würden dazu beitragen, dass junge Frauen und Mädchen erst gar nicht mit dem Sport anfangen. Zu diesem Ergebnis kam eine im April 2023 veröffentlichte und von der englischen Wissenschaftlerin und Profihockeyspielerin Tess Howard angeleitete Studie. Die Zahl der Mädchen, die aus Sorge um ihre Kleidung den Sport aufgeben, sei »alarmierend«.

Sweeney scheint vor allem gerne zu polarisieren. Bereits im vergangenen Juli löste eine Werbung des US-Modeunternehmens American Eagle mit ihr Empörung aus. [»Sydney Sweeney has great Genes«](#) (Sydney Sweeney hat gute Gene) steht auf einem Plakat mit der Schauspielerin. »Genes« ist dabei durchgestrichen und durch »Jeans« ersetzt. Viele verstanden die Reklame von American Eagle als Antwort auf die Marketingstrategie des Konkurrenten Levi Strauss & Co., der sich bewusst als divers vermarktet. Die Plakate, auf denen Sweeney mit blondem Haar, blauen Augen und samt der Bezeichnung »gute Gene« posiert, wurden von Kritikern als »Aufruf zur weißen Vorherrschaft« gewertet, so die US-Tageszeitung *New York Times* am Montag. Der aktuelle Skandal schlägt ähnlich hohe Wellen, allerdings bleibt die Kritik an Sportwettenanbietern und ihrem Geschäft mit der Spielsucht von Millionen Menschen bisher weitestgehend aus.

<https://www.jungewelt.de/artikel/530021.sexismus-im-sport-ein-schlag-ins-gesicht.html>