



Jeans - oder Genes? Die Debatte zur anti-woken Werbekampagne



Die Kampagne des Modeunternehmens American Eagle, in der Sweeney für Jeans wirbt, wird von zahlreichen Nutzerinnen und Nutzern in sozialen Medien als „problematisch“ bezeichnet.

<https://blog.kumhofer.at/wp-content/uploads/2025/08/Sydney-Sweeney-Has-Great-Jeans-American-Eagle.mp4>

Eine neue Werbekampagne mit der US-Schauspielerin Sydney Sweeney sorgt derzeit für ziemlich viel Aufregung im Netz: Im Mittelpunkt steht ein augenzwinkernd gemeintes Wortspiel, doch das Zusammenspiel aus Ästhetik, Sprache und Geschichte sorgt für Kritik

Quelle:

<https://blog.kumhofer.at/jeans-oder-genes-die-debatte-zur-anti-woken-werbekampagne/>

unter der Woke-Community – sogar von einer „Nazi-Werbung“ wird gesprochen.

Die Kampagne des Modeunternehmens *American Eagle*, in der Sweeney für Jeans wirbt, wird von zahlreichen Nutzerinnen und Nutzern in sozialen Medien als „problematisch“ bezeichnet. Mit dem Werbeslogan „Sydney Sweeney has great jeans“ – ein doppeldeutiges Spiel mit den englischen Begriffen *Jeans* (Hosen) und *Genes* (Gene) – sollte offenbar eine humorvolle Verbindung zwischen Mode und Genetik hergestellt werden. Doch die Umsetzung geht vielen zu weit.

In einem der Clips streicht Sweeney demonstrativ das Wort „Genes“ von einer Plakatwand und ersetzt es mit „Jeans“. In einem weiteren Spot spricht sie lasziv über die Beschaffenheit ihres Körpers, den sie ihren Genen verdanke. Die Szene endet mit dem Satz: „Hey, schau mich an!“ – kurz bevor die Kamera auf ihr blondes Haar und ihre blauen Augen fokussiert.

Kritik an unterschwelligem Botschaften

Genau dieser Moment wird in sozialen Medien nun kritisiert: Die visuelle und sprachliche Betonung genetischer „Qualitäten“ in Verbindung mit bestimmten physischen Merkmalen – blass, blond, blauäugig – erinnert manche Beobachter an historische Schönheits- und Ideale, die insbesondere im 20. Jahrhundert von rassistischen Ideologien instrumentalisiert wurden.

„Was als frecher Werbespot gedacht war, spielt mit Symbolen, die man nicht leichtfertig einsetzen sollte,“ schreibt eine Kommentatorin auf X. Andere werfen der Kampagne vor, unreflektiert „nordische“ Schönheitsideale zu zelebrieren, ohne gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.

Auf den Social-Media-Kanälen von *American Eagle* häufen sich die kritischen Kommentare. Einige fordern sogar den Rückzug der Kampagne, andere plädieren für mehr Diversität und Sensibilität in der Werbebranche. Weder Sydney Sweeney noch das Unternehmen selbst haben sich bislang öffentlich zu der Kontroverse geäußert.

Allerdings mehren sich schon die Stimmen, die diese neue Werbekampagne toll finden. So meinte ein User: „Man muss doch nicht immer schwarz und übergewichtig sein, um für Jeans werben zu dürfen? Mir gefällt Sydney Sweeney ausgezeichnet.“

! Dieser Beitrag stammt ursprünglich von [blog.at](https://blog.kumhofer.at)

Quelle:

<https://blog.kumhofer.at/jeans-oder-genes-die-debatte-zur-anti-woken-werbekampagne/>