

Berliner Zeitung / 16.04.2024

Sex und Horror

Der amerikanische Streamingdienst Disney+ will sein braves Image aufpolieren

MARCUS WEINGÄRTNER

Seit langem schon arbeitet der Konzern Disney daran, sein allzu biederes Image als Unterhaltungskonzern für eine weiße Mittelschicht zu verbessern. Der Streamingdienst des Konzerns, Disney+, hat sich mittlerweile längst etabliert und mit rund 160 Millionen Nutzern aufgeschlossen zur Konkurrenz und folgt direkt auf Netflix und Prime Video, die Streamingplattform von Amazon.

Trotzdem scheint man bei Disney+ mit dem eigenen Bild in der Öffentlichkeit nicht ganz zufrieden und bewirbt den Dienst nun in Berlin mit

Plakaten, die zeigen sollen, dass man nicht nur Filme und Serien mit Familienflair im Angebot hat.

Das Segment für Sci-Fi- und Horrorfans beispielsweise wird beworben mit dem Kopf des Aliens

aus dem gleichnamigen Film, Ridley Scotts Meisterwerk von 1979, das indes schon mindestens die Hälfte der Menschheit gesehen hat.

Die Sparte für den „erotischeren“ Content präsentiert die Kampagne mit einem Bild aus der Serie „Pam und Tommy“, der sich um die Amour fou von Pamela Anderson und Tommy Lee dreht. 1995 stahl ein Handwerker ein selbstgedrehtes Videotape, das das Pärchen beim Flitterwochen-Sex zeigt und stellte es ins Netz – damals noch digitales Neuland mit einer überschaubaren Anzahl von rund 30 Millionen Nutzern weltweit.

Was dem Leak folgte, war der erste handfeste Internet-Sexskandal überhaupt. Allein im ersten Jahr soll „Pamela's Hardcore Sex Video“ 77 Millionen Dollar eingebracht haben, eine Klage der „Baywatch“-Darstellerin vor Gericht scheiterte.

Und das ist das Perfide daran, denn der Skandal in der Prä-Me-Too-Ära ist ein perfekter Beleg für eine Zeit, in der Sexismus und Chauvinismus an der Tagesordnung waren im Rock- und Filmgeschäft. Denn das Filmchen lässt den Mötley-Crüe-Schlagzeuger in der Öffentlichkeit als potenten Macker dastehen, während sich Pamela Anderson noch Jahre später coram publico als Schlampe bezeichnen lassen musste.

Seitdem ist jedoch einige Zeit vergangen, kaum jemand erinnert sich noch an die Band Mötley Crüe und Anderson ist längst nicht mehr das „Baywatch“-Sternchen der Neunziger. Aber das eigene Portfolio mit eben dieser Serie zu bewerben als eine Art der „sexy“ Unterhaltung, zeigt, wie tief der Chauvinismus beim eigentlich erzkonservativen Konzern Disney verankert ist.