

---

**1670/J XXV. GP**

---

**Eingelangt am 06.06.2014**

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

## **ANFRAGE**

der Abgeordneten Dr. Belakowitsch-Jenewein,  
und weiterer Abgeordneter

an den Bundesminister für Kunst und Kultur, Verfassung und öffentlichen Dienst

### **betreffend Plakate des Life Ball 2014**

Derzeit wird Wien mit unappetitlichen Plakaten zugekleistert, die eine nackte Person mit erigiertem Penis und weiblichen Brüsten im Garten Eden darstellt. Damit werden einerseits die Sexualisierung der Öffentlichkeit in abstoßender Art und Weise vorangetrieben, ohne Rücksicht auf die Gefühle und Empfindungen anderer Personen zu nehmen, insbesondere die der Kinder, auf der anderen Seite werden auch religiöse Gefühle verletzt. Denn diese Person, die im Garten Eden dargestellt wird, ist eine künstlich geschaffene (Adam und Eva in einer Person) und hat mit der Schöpfung nichts zu tun.

Der Gründer des Life Ball Gery Keszler hat in einer Pressekonferenz diese Plakate präsentiert und sagte über diese wörtlich: *"In dem Bild geht es nicht um Sexualität, wie man auf den ersten Blick vermuten würde. Es geht um Identität und darum, dass es für die menschliche Würde und gegenseitigen Respekt keine Grenzen gibt"*

Eine Beschwerde beim Werberat führte zu folgender Antwort desselben:

*"Bei den beiden Sujets handelt es sich um eine Bewerbung der Kunst-Ausstellung eines international tätigen Künstlers, die im Zeitraum 2.6.bis 7.9.2014, in Wien stattfindet. Der Österreichische Werberat geht davon aus, dass die Bewerbung der Ausstellung durch ein Sponsoring der Life Ball Organisation unterstützt wird.*

*Aus diesem Grund kann der Österreichische Werberat gemäß seiner Verfahrensordnung (Artikel 2 (4)) dazu keine Stellungnahme abgeben, da die Bewerbung in den Bereich Kunst und Kultur fällt."*

Sollte es tatsächlich nur ein Sponsoring der Life Ball Organisation sein, so stellt sich wohl die Frage, warum der Organisator des Life Balls dieses Plakat präsentiert.

Dem widerspricht aber auch die Mitteilung des ORF Wien (12.05.2014):

*"Life Ball wirbt mit Transgender-Plakat*

*Mit einem provokanten Plakat unterstreicht der Life Ball 2014 seine Botschaft der Toleranz. Starfotograf David LaChapelle inszeniert ein Transgender-Model in einem „Garten der Lüste“ - mit männlichen und weiblichen Geschlechtsteilen."*

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

Damit liegt der Verdacht nahe, dass diese Plakate die offiziellen Werbeplakate des Life Balls sind und zusätzlich die Ausstellung des Fotografen bewerben. Hier wurde ganz bewusst diese Doppelstrategie gewählt, um diese unappetitlichen Plakate unter dem Deckmantel "Freiheit der Kunst" den Bürgern zuzumuten.

Der Werberat täte aber gut daran, sich mit diesen Plakaten noch einmal ohne ideologische Scheuklappen zu befassen.

Auf religiöse Gefühle wurde immer dann in Österreich Rücksicht genommen, wenn es sich nicht um christliche Werte, Symbole sowie auch bildliche Darstellungen handelt.

Dies lässt sich anhand der 2005 und 2006 stattgefundenen Diskussion über die sogenannten Mohammed-Karikaturen nachvollziehen. Damals haben hochrangige SPÖ-Politiker, insbesondere Bundespräsident Heinz Fischer, harsche Kritik an den Mohammed-Karikaturen geübt:

*„Im EU-Parlament verurteilte er (Bundespräsident Heinz Fischer) die Gewalt gegen westliche Einrichtungen in einigen islamischen Ländern, bezeichnete aber die Karikaturen als doppelt kränkend, da sie einerseits gegen das religiöse Bilderverbot verstießen und durch die "karikierende Darstellung der kränkende Tabubruch noch verstärkt" werde (zit. nach Der Standard, 20.02.2006). Respekt für die Werte des anderen und gegenseitige Rücksichtnahme seien "keine verzichtbaren Luxusartikel"*

In diesem Zusammenhang stellen die unterzeichneten Abgeordneten an den Bundesminister für Kunst und Kultur, Verfassung und öffentlichen Dienst folgende

## Anfrage

Wie viele Beschwerden über dieses Plakat wurden Ihrem Ressort übermittelt?

Wie viele Beschwerden über dieses Plakat wurden dem Werberat übermittelt?

Haben Sie den Werberat aufgefordert zu prüfen, ob dieses Plakat sexistisch ist?

Wenn nein, warum nicht?

Haben Sie den Werberat aufgefordert zu prüfen, ob dieses Plakat religiöse Gefühle verletzt?

Wenn nein, warum nicht?

Wo liegen die Grenzen zwischen der Freiheit der Kunst und der Freiheit der Individuen?

Ist für Sie dieses Plakat nicht mit den „Mohammed-Karikaturen“ gleichzusetzen über die sich mehrere SPÖ-Politiker, unter anderem auch der Bundespräsident Heinz Fischer, wegen Respektlosigkeit gegenüber einer Religion empört haben?

Wird mit der Darstellung dieser Person im Garten Eden bewusst vom Weg des Respekts gegenüber den Werten anderer und gegenseitige Rücksichtnahme gegenüber den religiösen Gefühlen anderer Abstand genommen und werden diese dadurch zu verzichtbaren Luxusartikeln?

Welche Religionsgemeinschaften haben sich beim Werberat über dieses Plakat beschwert?

Wie hoch sind die budgetären Aufwendungen für den Werberat?

Hat Ihr Ressort den Life Ball finanziell gefördert?

Wenn ja, in welcher Höhe?