

Adidas droht Ärger: Klage wegen Drohnenshow über der Akropolis!

Adidas steht wegen einer Drohnenshow über der Akropolis in Griechenland unter rechtlichem Druck. Kulturministerin Mendoni kritisiert den Vorfall.



Akropolis, Athen, Griechenland - Adidas sieht sich derzeit einem erheblichen rechtlichen Druck ausgesetzt, nachdem eine kontroverse Werbeaktion nahe der Akropolis in Athen durchgeführt wurde. Die Aktion, die beleuchtete Drohnen zeigte, die das Adidas-Logo und den Schriftzug „Adizero“ über der UNESCO-Weltkulturerbe-Stätte projizierten, hat sowohl nationale als auch internationale Aufmerksamkeit erregt. Griechenlands Kulturministerin Lina Mendoni hat erklärt, dass die Nutzung der Akropolis für kommerzielle Zwecke gegen nationales Recht verstoße und keine Genehmigung des Ministeriums für die drohnengestützte Promotion eingeholt wurde. Diese Werbemaßnahme könnte nicht nur rechtliche Folgen haben, sondern auch die Integrität eines der bedeutendsten antiken

Monumente der Welt gefährden, das den Parthenon-Tempel beherbergt, welcher 432 v. Chr. erbaut wurde und der Göttin Athene gewidmet ist.

In sozialen Medien kursieren zahlreiche Fotos und Videos der Drohnenshow, die in eindrucksvoller Weise die Verbindung zwischen der Akropolis und der Marke Adidas herstellt. Mendoni hat diese Verbindung jedoch scharf kritisiert und angemerkt, dass es so erscheine, als würde der Adidas-Schuh gegen die Akropolis treten. Dies führte zu einem formalen Rechtsstreit, da die griechischen Behörden bereits eine Klage gegen die Verantwortlichen der Marketing-Kampagne eingereicht haben. Adidas selbst blieb bislang für eine Stellungnahme unerreichbar.

Rechtliche Schritte und kulturelles Erbe

Die griechischen Behörden haben klare Bedenken hinsichtlich möglicher Verstöße gegen das Antikenrecht geäußert. Mendoni betonte, dass die Drohnenshow nicht nur eine kommerzielle Ausbeutung darstelle, sondern auch die geregelten Genehmigungsprozesse umgangen habe, was in der Vergangenheit bereits zu einer Ablehnung eines Antrags des Regisseurs Yorgos Lanthimos führte. Sein Antrag, Szenen seines Films „Bugonia“ auf dem Akropolis-Hügel zu drehen, wurde mit der Begründung zurückgewiesen, dass er nicht mit der Symbolik des antiken Denkmals vereinbar sei. Diese strengen Auflagen unterstreichen die Verantwortung, die Griechenland für den Schutz seines kulturellen Erbes wahrnimmt.

Der rechtliche Konflikt um die Adidas-Werbeaktion ist jedoch nicht isoliert. Griechenland hat seit langem mit Herausforderungen zu kämpfen, die seinen kulturellen Reichtum bedrohen, wie etwa Raubgrabungen und den illegalen Handel mit Kulturgütern, was massive Auswirkungen auf den Zugang und die Erschließung seines Erbes hat. Im Jahr 2023 wurde beispielsweise eine Obergrenze von 20.000 täglichen Besuchern für die Akropolis eingeführt, um den Schutz des Standorts zu gewährleisten. Vor dieser Maßnahme lag die Zahl in

Spitzenzeiten um die 23.000 Besucher pro Tag, was Zweifel an der Belastbarkeit des Monuments aufwarf.

Die internationale Gemeinschaft hat darauf reagiert, indem sie rechtliche Rahmenbedingungen geschaffen hat, um kulturhistorische Güter zu schützen. Dazu zählen unter anderem die Haager Konvention zum Schutz von Kulturgut bei bewaffneten Konflikten und Übereinkommen zur Bekämpfung des illegalen Handels mit Kulturgütern. Diese internationalen Instrumente stellen sicher, dass kulturelle Erzeugnisse und Stätten, wie die Akropolis, vor kommerzieller Ausbeutung und Missbrauch gewahrt bleiben.

Während Adidas unter Druck steht, sich zu den Vorwürfen zu äußern und mögliche Konsequenzen zu tragen, bleibt abzuwarten, wie sich dieser Konflikt auf die Marke und das Engagement für den Schutz des kulturellen Erbes auswirken wird.

Details	
Vorfall	Kultur
Ursache	Werbeaktion, rechtliche Schritte
Ort	Akropolis, Athen, Griechenland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.oe24.at• www.independent.co.uk• www.unesco.at

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at