

DERBRAUNEMOB

SCHWARZE DEUTSCHE IN MEDIEN UND ÖFFENTLICHKEIT

media watch - W3 Nernstweg 32-34 – 22765 hamburg – info@derbraunemob.info

ATU Beschwerdemanagement
Dr.-Kilian-Str. 11 92637 Weiden i. d. OPf.

Hamburg, 31.7.2008

Sehr geehrte Damen und Herren,

In den letzten Tagen haben wir zahlreiche Nachrichten erhalten von Menschen, die sich besorgt und –gelinde gesagt- irritiert äußern angesichts Ihrer Werbung „nicht Schwarz vor Ärger aus dem Urlaub kommen“. Zu Recht, wie wir finden.

ATU legt ganz offensichtlich auf Schwarze KundInnen genauso wenig Wert wie auf Weiße, die etwas gegen rassistische Traditionen haben.

(<http://de.wikipedia.org/wiki/Blackface>)

Was bleibt unterm Strich bei den Bildern dieses nur für bestimmte Menschen witzigen Clips hängen?

- Schwarz zu sein ist etwas unerwünschtes, nicht erstrebenswertes, sogar negatives, und ein Anlass, ein beleidigtes Gesicht zu ziehen
- eine dunkle Hautfarbe stellt einen erheblichen Makel dar, der am Besten sofort "mit Hilfe von ATU" behoben werden muss
- man darf sich erst dann wieder als zur Gesellschaft gehörig betrachten, wenn die gewünschte "weiße" Reinheit wiederhergestellt wurde
- Schwarzsein darf wie selbstverständlich als Verkörperung des Schlechten bzw. Unangenehmen instrumentalisiert werden
- Witze über "Schwarzsein" und "Schwarz-ärgern" sind okay, obwohl wir uns im 21. Jahrhundert befinden
- Weiße dürfen den rassistischen historischen Kontext ignorieren, der entsteht, wenn Weiße sich mit Schuhcreme anmalen

Wir zitieren aus dem Buch "Deutschland Schwarz weiß - der alltägliche Rassismus" (C. Bertelsmann 2008):

„Film und Theater in Deutschland bedienen sich noch heute der rassistischen Praxis des „blackface“. So bezeichnet man Weiße, die sich verkleiden, indem sie an sich zum Beispiel mit Schuhcreme und Make-up angebliche phänotypische optische Merkmale „Schwarzer“ konstruieren und diese dann karikieren. Auch Deutschland hat eine Tradition dieser sogenannten „Minstrel-Shows“.. Das Verhalten, das dabei an den Tag gelegt wurde, war und ist durchweg erniedrigend (...) Es ist deshalb verständlich, dass Schwarze Menschen die Fortführung derartiger Demütigungen nicht tolerieren.“

Sie dürfen davon ausgehen, dass z.B. gerade Schwarze Kinder sich auf den Schulhöfen dieser Republik aufgrund eines solchen Spots noch mehr Anfeindungen und herabsetzenden 'Sprüchen' ihrer weißen Mitschüler ausgesetzt sehen, als zuvor.

Es ist gerade die Verbreitung solcher 'Botschaften', die zum einen nur für Menschen witzig sind, die keine Diskriminierungserfahrungen haben, und zum Anderen den Nährboden für die Fortführung einer rückwärtsgewandten Geisteshaltung bilden, die schließlich im Deutschland des Jahres 2008 immer noch dazu führt, dass sich weiße Bundesbürger, ihren Schwarzen Pendants überlegen fühlen und einige von ihnen genau hieraus auch immer wieder das Recht für die Durchführung gewalttätiger Übergriffe herleiten.

Anstatt also mit Ihrem Spot weiterhin falsche und eben auch gefährliche Signale zu verbreiten, möchten wir Sie dazu anhalten, diese für viele Menschen beleidigende Werbung umgehend off air und offline zu nehmen, und sowohl die betreffenden Verantwortlichen Ihres Unternehmens als auch die MitarbeiterInnen Ihrer Werbeagentur hinsichtlich Demokratie und Diskriminierung sowie Diversity und Zusammensetzung der Deutschen Bevölkerung und auch bezüglich des Umgangs mit der Öffentlichkeit im 21. Jahrhundert fortzubilden.

info@
Derbraunemob.de

der braune mob e.V.
media-watch - schwarze deutsche in medien und öffentlichkeit

-- <http://www.derbraunemob.info> --

Bitte beachten Sie, dass dieser Briefwechsel von uns öffentlich geführt wird, und wir dieses Anschreiben wie auch Ihre eventuelle Antwort zu Zwecken der Dokumentation und Aufklärung veröffentlichen.