

An die GVK-Geschäftsstelle
geschaefsstelle@ard-gvk.de

Kopie an:

Lutz Marmor, Vorsitzender der ARD

Dr. Michael Kühn, ARD-Generalsekretariat

Dr. Hans-Martin Schmidt, Koordinator der ARD- Themenwoche

Betreff: Werbekampagne für die ARD-Themenwoche „Toleranz“ und Stellungnahme von Dr. Hans-Martin Schmidt vom 11.11.2014

Sehr geehrter Herr Marmor,

Sehr geehrter Herr Dr. Kühn,

Sehr geehrter Herr Dr. Schmidt,

sowohl als Menschen, die von Darstellungen in Ihrer Werbekampagne direkt betroffen sind als auch als Verein, der versucht gegen Diskriminierung zu arbeiten, empört uns die Werbung für Ihre Themenwoche ‚Toleranz‘ sehr.

Zunächst halten wir es für durchaus wichtig und notwendig, dass eine Beschäftigung mit Toleranz und vielfältigen Identitäten auch im öffentlichen Rundfunk stattfindet. Es kann aber nicht sein, dass anstatt einer Förderung von Toleranz genau diese in Frage gestellt wird.

Die durch die Werbekampagne implizierte Frage, ob dargestellte Gruppen von Menschen „Belastung“/ „Nicht-Normal“/ „Nervensäge“ oder „Außenseiter“ seien, ist offen diskriminierend und widerspricht einem toleranten Verständnis von Gesellschaft auf voller Linie. In Ihrer Stellungnahme vom 11.11.2014 schreiben Sie, dass keine Position vertreten, sondern ein Denkanstoß geliefert werden solle. Doch auch wenn keine klare Positionierung stattfindet, ist die Hinterfragung, die mit der Kampagne getroffen wird, menschenverachtend. Den aufgeworfenen Fragen und deren Darstellung liegt kein Verständnis von Vielfalt zugrunde, welches einer konstruktiven Fortführung der Debatte um Akzeptanz von Vielfalt dienlich wäre, sondern eine tief verletzende Abwertung und Anzweiflung von Menschen.

Des Weiteren formulieren Sie in der Stellungnahme, dass Sie zu dem Diskurs (≠ Diskussion) um die noch nicht erreichte „vollkommene Normalität im Umgang mit dem Thema Homosexualität“ beitragen wollen. Ihre Werbekampagne allerdings transportiert eine direkte

Wertung (normal-nicht normal) einer sexuellen Identität und bezieht sich nicht auf den Umgang mit dieser.

Wie kommen Sie überhaupt auf die Idee, dass eine Person in einem Jackett eine Belastung sein sollte? Die Assoziation ‚schwarzer Mann – Flüchtling‘ wird explizit bedient und gefördert. Menschen auf Grund ihrer Hautfarbe einer bestimmten Gruppe zuzuordnen und diese dann abzuwerten („Belastung“) ist rassistisch.

Es ist empörend, dass Sie mit solchen Assoziationsketten werben!

Wir sprechen uns gegen die Darstellung und Verbreitung von rassistischem, homophobem, adultistischem und ableistischem Gedankengut durch Ihre Werbekampagne aus!

Vertreter*innen des Vereins SpracheMachtBilder e.V.

sprachemachtbilder.de

Kontakt: mail@sprachemachtbilder.de