



Ressort: Special interest

Generation Rassismus aktiv bei Namensänderungen Teil 2

Göttingen, 03.08.2021 [ENA]

Wir kennen inzwischen zu genüge die neue Masche einiger weniger Leute, die meinen, Sie müßten in einigen Produkt-/Straßen-/Firmen und neuerdings auch Universitätsnamen Diskriminierungen und rassistische Thematiken entdecken, so dass diese dringend der Umbenennung bedürfen.

Ich hatte ja schon darüber am 29. Juni berichtet, der Text ist hier nochmals anbei. Es ging um die Firma Bahlsen. Aber wie damals schon berichtet, knicken auch die größten Weltunternehmen gegenüber einer kleinen Aktivistengruppe weiter ein. Nächstes Beispiel ist die Firma Mars Incorporated, die seit Jahrzehnten den allseits bekannten und beliebten UncleBens* Reis auf dem Markt vertreibt. Aber seit dem Todesfall um George Floyd wird dies zum Anlass genommen, um weltweit gegen angebliche rassistische Verpackungen vorzugehen, diese zu diffamieren und die Konzerne damit unter Druck zu setzen, die sich nicht zu wehren wissen. Das Statement von Mars:

Man würde der Verantwortung, rassistische Vorurteile und Ungerechtigkeiten zu beenden, gerecht werden, zeigt die Hilfslosigkeit. Wenn es so wäre, frage ich mich, warum das Mars nicht schon vor Jahrzehnten erkannt hat. Nein, da gab es diese Bewegung ja nicht. Das vorgeschobene Scheinargument, es wäre für eine Produktweiterentwicklung Zeit, alles reiner Populismus. Das Unternehmen ist sich lediglich bewußt, was das insbesondere in den USA für den Umsatz ALLER vertriebenen Produkte bedeuten kann, wenn hier nicht eingelenkt wird. Denn die Bewegung kennt keine Gnade, aber auch kein Realismus. Das Logo des älteren Schwarzen Mannes, ein Symbol von Knechtschaft; wieviel Fantasie muß man entwickeln, um das in das Produkt hinein zu interpretieren ?

Auch die Firma Nestle sieht sich in der Pflicht, die Gründe sind genauso vorgeschoben und fadenscheinig wie bei den meisten anderen Unternehmen, die einknicken. Hier geht es um das Produkt „Negrita“, einer Kekssorte, die in Südamerika verkauft werden. Übersetzt soll das „Kleiner Schwarzer Mann“, heißen. 60 Jahre gab es das Produkt auf dem Markt, keiner hat sich jemals daran gestört, aber jetzt ist es plötzlich rassistisch. Änderung im Sinne vor der Kultur des Respekts und der Nichtdiskriminierung – das ich nicht lache. Die Packung soll jetzt Chokita heißen. Im Vorfeld hatte Nestle bereits eine andere Packung geändert, die ein Gesicht einer schwarzen Frau gezeigt hatte.

Da kommen aber harte Zeiten auf die Band „Negrita“, zu, einer Rockband aus Italien. Die müßten sich ja nach der Logik der Floydaktivisten auch umbenennen, wegen gleichen Gründen. Und er Negrita Rum, der

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

neben dem Namen auch noch ein Bild einer schwarzen Frau trägt, muß auch weg. Auch wenn der bereits 1857, gerade in den Zeiten der Sklaverei, in Frankreich entwickelt wurde. Und die NEGRITA Vanilleessenz, geht ja gar nicht. Und jetzt kommt es noch dicker: Eine Tulpensorte heisst „ Negrita „. Weg mit den Tulpen. Verbrennen.

Glück dagegen für eine bulgarische Firma, die Kekse NEGRITA SUITE herstellt. Ist nur in Bugarisch nicht klar lesbar, und die Rassismusaktivisten haben natürlich keine Ahnung, was das heisst. Es gibt unzählige weitere Beispiele, und man sieht, das komischerweise nur bestimmte Produkte heraus gegriffen werden, die dann rassistisch eingestuft werden. Andere nicht. Warum nur ? Muß man die Aktivisten fragen. Oder lieber nicht. Hier nun der „ alte „ Berichtsteil von Bahlsen wegen seiner Afrika – Kekspackung:

Während sich manche Firmeninhaber oder städtische Bedienstete zum Glück noch dagegen wehren, greift immer mehr das Phänomen um sich, das insbesondere Produkthersteller meinen, Sie müßten sich einer kläglichen Minderheit anschließen, um bloß nicht diese wömöglich gar keine Kunden zu verlieren oder ihren Ruf beschädigt zu sehen. Dabei nehmen sie teilweise nicht unerhebliche Kosten auf sich, die natürlich später hauptsächlich dem Steuerzahler zur Last fallen, und ändern Produkte ab, das geht soweit, das Produkte vom Markt genommen werden. Dieses Thema werde ich nochmal gesondert aufgreifen. Heute möchte ich ein klassisches aktuelles Beispiel aufgreifen, das die Firma Bahlsen schon vor Monaten erreicht hat.

Warum die Waffelblätterpackung Vollmilch Afrika mit dunkler Schokolade rassistisch oder sonstwas ist, bleibt das Geheimnis von Bahlsen und derer, die das angekreidet haben. Die Geschichte fing an, nachdem eine Instagramm Userin aufgrund eines Posts von Bahlsen den Zusammenhang eines braunen Kekses und Afrika zu Rassismus hergestellt hatte. In dessen Horn stießen dann immer mehr User und setzten damit Bahlsen unter Druck. Weil die sich unter Druck setzen lassen wollten. Denn selbst Bahlsen betonte zuerst einmal, das es diese Sorte 60 Jahre auf dem Markt gebe. Schon daran erkennt man, die dumm eigentlich die plötzlichen Anfeindungen sind, aber wenn man als Hersteller darauf eingeht, hat man schon verloren.

Das Resultat war eine Umbenennung und gleichzeitige Umänderung der Gesamtverpackung. Wie dumm wirklich diese künstlich herbeigeredeten Anfeindungen waren, zeigte sich jetzt, nachdem die neue Packung mit dem Namen Perpetum auf dem Markt erschienen ist. Abgesehen von der wie ich finde wenig geistreichen Namensgebung hat die Packung statt 130g nur noch einen Inhalt von 97g – für den gleichen Preis. Auf Anfrage bei Bahlsen die Auskunft, Rohstoffpreise, natürlich die Kosten der Umgestaltung, all das sei eingeflossen in die Preisgestaltung, die nicht über einen höheren Verkaufspreis, sondern weniger Inhalt in der Packung realisiert wurde.

Über eine Auskunft, wieviel Täfelchen denn nun weniger in der Packung seien, wollte sie sich nicht

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service

hingeben, es seien eben 33g Packungsinhalt weniger. Das könne man an weniger Täfelchen nicht festmachen, denn die erstaunliche Begründung: Die Packungen könnten aufgrund Herstellschwankungen der Täfelchen, Wassergehalt usw. unterschiedlich von Packung zu Packung sein. Aha, ich dachte immer, hier wird maschinell hergestellt und sozusagen pro Fach eine gewisse Anzahl Täfelchen eingefüllt. Glaube ich jedenfalls. Und wenn wir uns beide Packungen mal genauer ansehen – uups, da gibt es ja doch eine „ungefähre“, Täfelchengewichtsangabe, und was glauben Sie? 33g wiegen so 8 Täfelchen, also wohl 8 weniger in der neuen Packung. Ich kann hellsehen.

Aufgrund der Aussage, Bahlsen würde keine Täfelchenanzahlangebe machen, bin ich im Internet auf der Bahlsen – Webseite auf die Suche gegangen. Schau da: Bei vielen Kekspackungen gibt es sehr wohl eine Gewichtsangabe pro Keks, ausgerechnet bei dieser Packung gibt es das nicht. Dafür aber andere Angaben zu den Nährwerten im Vergleich zu der Packung. Lt. dem Internet und der Packung ergeben sich folgende Differenzen pro 100g: 530 kcal / 520 kcal; Fett 31g / 28g; Kohlenhydrate 52g / 58g; davon Zucker 35g / 45g; Ballaststoff 6.7g / 2.5g; Eiweiß (Protein) 7.2g, 7.7g; und Salz 0.08g / 0.23g. Bei der Fettangabe gibt es noch den Wert für gesättigte Fettsäuren mit 19g / 18g.

Nochmal gesagt, hier werden einfach Verknüpfungen zu heutigen Schlagworten hergestellt ohne Sinn und Verstand. Diese sind aber nur so viel wert, wie die Betroffenen darauf eingehen. Und je mehr das sind, desto erfindungsfreudiger wird diese Minderheit, die dadurch weiteren Auftrieb erhält. Wie schon angesprochen, werde ich das Thema weiter verfolgen in einem weiteren Bericht, denn wie einige ja wissen, gibt es inzwischen Dutzende dieser Beispiele. Bis dahin.

* UncleBens ist ein registriertes Markenzeichen der Firma Mars Incorporated Virginia / USA

Bericht online lesen:

https://www.european-news-agency.de/special_interest/generation_rassismus_aktiv_bei_namensaenderung_en_teil_2-81696/

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Uwe Hildebrandt

**Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.