# Ärger um rassistische Werbung

人種差別的広告への怒り

DW Datum 03.04.2018

https://www.dw.com/de/ärger-um-rassistische-werbung/l-43231891

2018-04-03 Aerger\_um\_rassistische\_Werbung.docx



**Ärger um rassistische Werbung**

Früher kam es häufig vor, dass es in der Werbung rassistische Anspielungen gab. Aber auch heute noch gibt es immer wieder Reklamen, die diskriminierend sind, wie zuletzt zum Beispiel eine Werbung der Modefirma H&M.

Auf einer H&M-Werbung sieht man einen dunkelhäutigen Jungen, der einen grünen Pullover trägt. Darauf steht: „Coolest Monkey in the Jungle“ – auf Deutsch: „Coolster Affe im Dschungel“. Die Empörung über diese rassistische Reklame war groß. In Südafrika mussten die H&M-Geschäfte sogar schließen, weil aufgeregte Menschen die Läden stürmten. H&M entschuldigte sich und zog die Werbung zurück.

Lange Zeit war es jedoch normal, dass es in Werbungen rassistische Anspielungen gab. So war zum Beispiel der Name einiger Produkte diskriminierend: Früher hieß eine deutsche Süßigkeit, die heute Schokokuss heißt, wegen ihrer dunklen Schokolade Negerkuss. Auch in amerikanischer Werbung hat die Diskriminierung von Menschen mit dunkler Haut eine lange Tradition: In einer 100 Jahre alten Werbung für eine Seife fragt ein weißes Kind ein schwarzes Kind: „Warum wäscht dich deine Mami nicht mit Fairy-Seife?“

Eine ähnlich rassistische Reklame brachte 2016 ein chinesisches Unternehmen auf den Markt: Darin steckt eine Chinesin einen dunkelhäutigen Mann in eine Waschmaschine, bevor sie ihn küssen will. Der Mann kommt mit sauberer Kleidung und heller Hautfarbe als Chinese wieder heraus. In Asien ist weiße Haut ein Schönheitsideal. Doch weltweit gab es starke Proteste gegen die Werbung. Sie wurde schließlich eingestellt.

In Deutschland kontrolliert der Deutsche Werberat seit 1972 sowohl Werbung von großen als auch von kleinen Unternehmen. Er kann eine Reklame allerdings nicht verbieten, sondern nur kritisieren. Aber normalerweise ändern die Firmen die Werbung dann freiwillig, um der Marke nicht zu schaden.

## Glossar

**dunkelhäutig — so, dass jemand eine dunkle Hautfarbe hat**

**Affe, -n (m.) — ein Säugetier, das dem Menschen nahe verwandt ist**

**Dschungel, - (m.) — ein großer, wilder Wald; der Urwald**

**Empörung (f., nur Singular) — die starke Wut; der große Ärger über etwas**

**rassistisch — hier: so, dass jemand wegen seiner Herkunft schlechter behandelt wird**

**etwas stürmen — hier: mit Gewalt irgendwo hineinkommen**

**etwas zurück|ziehen — hier: etwas, das veröffentlicht wurde, zurücknehmen**

**Anspielung, -en (f.) — die Tatsache, dass man sich nicht direkt, sondern indirekt auf etwas bezieht**

**jemanden diskriminieren — jemanden schlecht behandeln, weil er anders ist**

**Schokokuss, -küsse (m.) — eine Süßigkeit aus Eiweiß, Zucker und Schokolade**

**Neger, - (m.) — altes, diskriminierendes Wort für einen dunkelhäutigen Menschen**

**Fairy — der Markenname eines Seifenprodukts**

**etwas auf den Markt bringen — etwas anderen Menschen zum Verkauf anbieten; etwas verkaufen**

**Unternehmen, - (n.) — die Firma**

**etwas/jemanden in etwas stecken — etwas/jemanden in etwas hineintun**

**Schönheitsideal, -e (n.) — das, was die meisten schön finden**

**etwas ein|stellen — hier: etwas beenden; mit etwas aufhören**

**Werberat, -räte (m.) — eine Organisation, die Werbung kontrolliert**

**etwas kritisieren — sagen, dass man etwas nicht gut findet**

**freiwillig — aus eigenem Willen; ohne, dass man gezwungen wird**

**Ärger um rassistische Werbung**

Früher kam es häufig vor,

dass es in der Werbung rassistische Anspielungen gab.

Aber auch heute noch gibt es immer wieder Reklamen, die diskriminierend sind,

wie zuletzt zum Beispiel eine Werbung der Modefirma H&M.

Auf einer H&M-Werbung sieht man einen dunkelhäutigen Jungen,

der einen grünen Pullover trägt.

Darauf steht: „Coolest Monkey in the Jungle“ –

auf Deutsch: „Coolster Affe im Dschungel“.

Die Empörung über diese rassistische Reklame war groß.

In Südafrika mussten die H&M-Geschäfte sogar schließen,

weil aufgeregte Menschen die Läden stürmten.

H&M entschuldigte sich und zog die Werbung zurück.

Lange Zeit war es jedoch normal,

dass es in Werbungen rassistische Anspielungen gab.

So war zum Beispiel der Name einiger Produkte diskriminierend:

Früher hieß eine deutsche Süßigkeit, die heute Schokokuss heißt,

wegen ihrer dunklen Schokolade Negerkuss.

Auch in amerikanischer Werbung hat die Diskriminierung von Menschen mit dunkler Haut eine lange Tradition:

In einer 100 Jahre alten Werbung für eine Seife fragt ein weißes Kind ein schwarzes Kind:

„Warum wäscht dich deine Mami nicht mit Fairy-Seife?“

Eine ähnlich rassistische Reklame brachte 2016 ein chinesisches Unternehmen auf den Markt:

Darin steckt eine Chinesin einen dunkelhäutigen Mann in eine Waschmaschine,

bevor sie ihn küssen will.

Der Mann kommt mit sauberer Kleidung und heller Hautfarbe als Chinese wieder heraus.

In Asien ist weiße Haut ein Schönheitsideal.

Doch weltweit gab es starke Proteste gegen die Werbung.

Sie wurde schließlich eingestellt.

In Deutschland kontrolliert der Deutsche Werberat seit 1972

sowohl Werbung von großen als auch von kleinen Unternehmen.

Er kann eine Reklame allerdings nicht verbieten, sondern nur kritisieren.

Aber normalerweise ändern die Firmen die Werbung dann freiwillig,

um der Marke nicht zu schaden.