



Aus für „I will mahr“



Die Kampagne für die Eskimo-Eissorte „Mohr im Hemd“ wird nicht verlängert. Grund: Gute MenschInnen halten die Kampagne für – na? – rassistisch und menschenverachtend. „Mohr“, so ein Wächter der Political Correctness, sei für Schwarze im deutschsprachigen Raum eine der schwersten Beleidigungen. So kritisierte Simon Inou von M Media, dem Verein zur Förderung interkultureller Medienarbeit in Österreich.

Die umstrittene „I will mahr“-Kampagne für die Eskimo-Sorte „Mohr im Hemd“ läuft mit 31. Juli aus. Das bestätigte die Sprecherin des Mutterkonzerns Unilever, Karin Höfferer, am Dienstag im Gespräch mit DiePresse.com. „Die Kampagne war immer nur bis Freitag gedacht“, sagte Höfferer. Die Mediaagentur hätte zwar angeboten, die Kampagne kostenlos bis Mitte August zu verlängern. Doch aufgrund der Diskussion um den rassistischen Gehalt der Kampagne verzichtete Unilever auf eine Verlängerung.

(...)

Das Produkt „Cremissimo à la Mohr im Hemd“ wird es aber

weiterhin geben, heißt es von Unilever. „Wir haben in den letzten Tagen viel recherchiert und sowohl im Sacher-Kochbuch, als auch im Plachutta-Kochbuch steht ‚Mohr im Hemd‘“, erklärte Sprecherin Höfferer. Auch als Produktname und Sujet vor der Veröffentlichung getestet wurden, hätten 100 Prozent der Befragten sie mit der Nachspeise assoziiert.

Für afrikanische Botschaften in Wien war die „Mohr“-Kampagne offenbar kein Thema. Auf Anfrage von DiePresse.com hieß es vonseiten der Botschaften von Nigeria, Simbabwe und Angola: „Wir haben davon nichts mitbekommen.“

Na Hauptsache, wir haben mitbekommen, worüber Betroffene beleidigt zu sein haben.

Kontakt:

M-Media

Verein zur Förderung interkultureller Medienarbeit

Graumanngasse 7-D-1

A-1150 Wien

Tel.: 43 (1) / 966 43 41

Fax: 43 (1) / 966 43 41

E-Mail: office@m-media.or.at

(Spürnase: Juris P.)