

Kundenverblödung auf Trashniveau



Der Trash-Discounter Penny macht mal wieder Politik im Sinne der suizidären Islamanbiederei. Schon seit Jahren heißt der Nikolaus dort „Zipfelmann“, damit die Kopftuchkundschaft sich nicht womöglich ob christlicher Traditionen beleidigt fühlt. Erst kürzlich diente sich das Unternehmen der linksbunten gesellschaftszersetzenden, familienfeindlichen und sich hysterisch in den Mittelpunkt drängenden Homolobby an, indem sich der ohnehin schon zum Zipfelmann kastrierte Nikolaus als schwul outen musste (PI-NEWS berichtete).

In seiner Weihnachtskampagne gibt der islamophile Billigladen nun den Welfriedensstifter und das unter absoluter Ausblendung der Realität.

„Wir möchten nicht nur die Nachbarschaft mit frischen Lebensmitteln versorgen, sondern an Weihnachten 2017 auch einen Beitrag zum gemeinschaftlichen Miteinander leisten. Wir wollen mit unserer Kampagne Menschen dazu anspornen, wieder aufeinander zuzugehen“, so Stefan Magel (COO PENNY), ganz im Sinne der Kanzlerin: „Einfach auf Flüchtlinge zugehen“.

Einer der Kampagnensprüche, die per Post versendet oder als Plakate die Städte zieren, lautet: „Treffen sich ein Moslem, ein Jude und ein Christ. Weihnachten, Zeit sich zu versöhnen.“

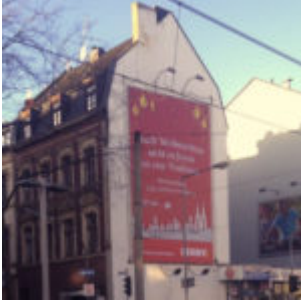
Jetzt kann man natürlich erst einmal von der Einfältigkeit und mangelndem Wissen über den Islam bei den Machern ausgehen. Aber in Zeiten, wo der Auto- Messer- und Bombendschihad auch

bei uns dafür sorgt, dass das Blut der „Ungläubigen“ in den Straßen versickert, ist Unwissen nicht mehr wirklich glaubhaft. Es ist dann wohl doch viel mehr ein weiterer Versuch der Verharmlosung der Situation und vor allem der Volksverblödung im Sinne der Islamisierung. Was passiert, wenn „ein Moslem auf einen Juden oder Christen trifft“, dazu fallen uns ganz andere Dinge ein, die sich mehr an der Realität orientieren, als Penny das hier suggeriert.

Christoph Everke, Geschäftsführer Kreation Serviceplan Campaign, betont: „Mit der diesjährigen Weihnachtskampagne zeigt PENNY, wie wichtig es ist, nicht einfach nur Kommunikation zu machen, sondern ein Thema inhaltlich und anfassbar zu besetzen. PENNY will echte Nähe und schafft sie auf sehr emotionale und nachhaltige Art und Weise.“

Danke, Herr Everke, für Nähe sorgen die islamischen Herrenmenschen selber, wenn sie hier den Christen und Juden Messer in die Gedärme jagen, oder schlicht solange auf sie eintreten, bis sie sich nicht mehr rühren. Mit Menschen, die die unabdingbare Absicht haben, Nicht-Moslems zu unterwerfen oder zu töten, kann man sich nicht versöhnen. Und auch den Islam auf die gleiche Stufe wie das Juden- und Christentum zu heben, ist schlicht Realitätsverweigerung. Weder Juden noch Christen leben einen festgeschriebenen Tötungs- und Herrschaftsimperativ. Der Islam selbst erhebt sich über alle anderen und wer diesem Imperativ aus dem Koran nicht folgt, wird von den eigenen Leuten aus der UMMA (die Gemeinschaft der „Rechtgläubigen“) ausgeschlossen.

In Köln plakatiert Penny auf Häuserfassaden auch noch diese für Christen und alle anderen Weihnachtsfans folgende, hierzulande höchst seltsame Botschaft:



Diese Plakatierung hat Penny höchst moslemwirksam in der Nähe von DITIB-Gebäuden und der Großmoschee an der U5-Haltestelle Gutenbergstraße plaziert. So will sich der Discounter wohl eine neue Käuferklientel heranzüchten. Dem kann man nur folgendes Motto entgegenhalten:

„Bei Penny nicht einzukaufen, kann auch eine Tradition werden“

Schuster bleib bei Deinen Leisten: Ein Lebensmittelladen sollte dafür sorgen, dass seine Ware frisch und gut sortiert ist, die Geschäfte sauber und einladend und das Personal hilfsbereit und freundlich ist. Punkt! In diesem Land gibt es schon genug Politiker, die nichts verstanden haben, oder nichts verstehen wollen und dennoch die Volkserzieher spielen. Wir brauchen wirklich nicht auch noch Discountketten, die diese Dhimmi-Szene bedienen. (lsg)

» Kontakt: kontakt@penny.de