



**NACH SEIFE, WODKA UND SOCKEN - JETZT VIELLEICHT
HAMBURGER?**

Empörungsvorschläge für Muslime

VON JIM KNOPFLOCH | Unter den Dauerempörten belegen Muslime weltweit sicherlich den ersten Platz. Das permanente „sich diskriminiert fühlen“ scheint einfach untrennbar dazuzugehören und zeigt sich zunehmend auch in Protesten und Boykottaufrufen von Muslimen gegenüber Unternehmen, von denen man sich angeblich in irgendeiner Weise angegriffen oder diffamiert fühlt.

In den letzten Jahren konnte man so unter anderem Zeuge werden, wie Spielzeughersteller LEGO der Volksverhetzung bezichtigt wurde ([PI-NEWS berichtete](#)). Stein des Anstoßes war ein Bausatz aus der „Krieg der Sterne“-Serie. Das Spielzeug zur Filmfigur „Jabba the Gutt“ sei „pädagogischer Sprengstoff“, verunglimpfe Orientalen und beleidige Allah, urteilte die Türkische Kulturgemeinde in Österreich. Die Figur bediene ein Sammelsurium schlimmster Klischees, zudem würde der Palast des „Jabba“ einer Moschee mit Minarett gleichen. LEGO gab bekannt, dass man die Produktion des „Jabba“-Bausatzes einstellen wolle. Allerdings angeblich nicht aufgrund des Protestes, sondern aufgrund der von vornherein

nur mit Befristung geplanten Vermarktung.

Protestiert wurde [auch gegen ALDI](#). Das Unternehmen hatte sich erdreistet, auf einer Seifenpackung die besondere Geruchsnote „1001 Nacht“ mithilfe einer Moschee zu visualisieren. ALDI nahm das Produkt ebenfalls aus dem Sortiment. Gleiches gilt für einen Badezimmerschrank mit Moschee-Aufdruck der Warenhauskette REAL. [REAL knickte ein](#). Auch bei Nahrungsmitteln, die [nicht offensichtlich](#) als „halal“ gekennzeichnet sind oder von Unternehmen mit [„zu liberaler“](#) Unternehmensphilosophie stammen – überall wird fleißig protestiert.

Coca-Cola gehört bereits seit vielen Jahren zu den Marken, die von Mohammedanern mit starker Skepsis betrachtet werden und um die sich [diverse Verschwörungstheorien](#) ranken. Dazu gehört auch, dass der berühmte geschwungene Schriftzug der Marke bei spiegelverkehrter Betrachtung wohl den arabischen Wörtern „No Mohammed – No Mecca“ gleichen soll.

In den letzten Monaten haben Proteste gegenüber Unternehmen allerdings eine neue Dimension erreicht und praktisch vollkommen groteske Züge angenommen. Im Logo des in der Supermarktkette REWE erhältlichen [Wodkas Kaliskaya](#) meinten Muslime ebenfalls einen Angriff auf ihre „Religion“ zu erkennen. Die linke Seite des Logos habe Ähnlichkeit mit dem Schriftzug für „Allah“ und die rechte Seite des Logos würde einer Schlange gleichen, die Allah auffrist. Auf so etwas muss man erstmal kommen. Muslimische Sittenwächter bedrohten wiederholt Mitarbeiter des Supermarktes „alles kurz und klein zu schlagen“, wenn man das Produkt nicht aus dem Sortiment nehmen würde.

[Bei H&M ereignete](#) sich ähnliches. Auf Kindersocken – zu sehen ist ein Legomännchen mit Presslufthammer im Bauarbeiter-Outfit – meinten Muslime den Schriftzug „Allah“ zu erkennen. H&M – noch vollkommen benommen, traumatisiert und eingeschüchtert vom Affentheater der letzten Wochen (ein Jurist würde sagen:

„nicht zurechnungsfähig“) – knickte sofort ein und nahm die Socken aus dem Sortiment.

Im Internet wimmelt es nur so von [Fotos](#) und [Filmen](#), in denen von Mohammedanern stolz alles nur Erdenkliche präsentiert und vor allem als „göttliches Zeichen und „Wunder“ interpretiert wird, was auch nur im Entferntesten mit dem Schriftzug „Allah“ Ähnlichkeit hat. Das reicht von Obst und Gemüse mit besonderen Färbungen, krumm gewachsenen Kakteen und Bäumen, Wolkenbildern, Meereswellen, Bienenwaben, Fischen, Körperteilen etc. Insofern kann man davon ausgehen, dass sich Muslime auch zukünftig unaufhörlich und unermüdlich auf die Suche nach „Anschuldigungsgeeignetem“ machen werden und die genannten Proteste erst der Anfang sind.

Zudem kann es natürlich auch zu einer Passion werden, wenn man feststellt, wie erschreckend schnell und einfach zahlreiche Unternehmen „einknicken“, um nur bloß nicht als fremdenfeindlich zu gelten. Gerade aufgrund der offensichtlichen Anschuldingungswillkür – zwischen dem Wodka-Logo und dem besagten Zeichen auf den H&M-Kindersocken besteht rein gar keine Ähnlichkeit – sollten insbesondere Unternehmen gewappnet sein, die irgendwie geartete „zwei Bögen“ in ihrem Logo tragen, wie das bei den Buchstaben W und M zwangsläufig der Fall ist.



Symbolbild + Schriftzug „Allah“ sowie Auswahl an Markenlogos mit „Anschuldigungspotential“.

Hier die Top 5 an Vorschlägen, welche Firmen aufgrund ihrer Logos am besten geeignet wären, sie einer „religiösen Diffamierung“ zu beschuldigen:

1. McDonald's
2. Langnese
3. VW
4. Motorola
5. Wilson Sportware

Man kann den Wahnsinn nur mit Humor ertragen.