



WERBUNG FÜR DUNKLE HAUT

Der ideale Bahnkunde

Wenn eine Firma als Produkt den Transport von Menschen betreibt und dieses „Produkt“ anpreisen will, dann zeigt die Firma den Transport von Menschen. Von zufriedenen Menschen, versteht sich. Es geht um die die Deutsche Bahn (DB) und ihre Werbung für den Personenverkehr.

Jetzt könnte die Bahn da sechs junge Frauen aus GNTM (Germany's next Top Model) als zufriedene Kundinnen anbieten, knackige Frauen mit super Figur, alle Anfang 20. Das wäre aber nicht ausgewogen.

Besonders diejenigen Frauen, die bei Schönheit und Gewicht zu wenig oder zu viel abbekommen hätten, fühlten sich ausgeschlossen. Insbesondere linke Marktweiber aus SPD, Linken und Grünen würden zudem zeteren, dass Werbung, die solche Reize von Frauen und nicht die „inneren Werte“ zeigt, sexistisch und frauenfeindlich wäre.

Da wäre es dann auch kein Trost, wenn sich zu den Models ein paar knackige Männer in die Bahn setzen würden. Das wäre nicht ausgewogen und würde der Gesellschaft ein Idealbild vorhalten, das nicht jede erreichen kann.

Aber keine Angst, [auf ihrer Seite Bahn.de](https://www.bahn.de) zeichnet die Deutsche Bahn ein ausgewogenes Bild ihrer Kunden.

Zu sehen sind gleich viele männliche und weibliche Fahrgäste, ausgewogen. Auch gibt es einen Querschnitt von jung und alt, auch wenn man die Extreme ausgelassen hat. Ein Kinderwagen oder ein Rollator macht sich nicht so gut im Gang und nimmt unnötig Aufmerksamkeit weg von denen, um die es eigentlich geht, die Fahrgäste. Geht also in Ordnung.

Was die Hautfarbe angeht, war der Bahn dann allerdings eine schwarze doch etwas lieber als eine weiße: die Hälfte der abgebildeten Bahnkunden sind Menschen mit dunkler Hautfarbe, ein weiterer scheint aus dem arabischen Raum zu stammen und hat „wenigstens“ eine etwas dunklere Hautfarbe.

Hier bildet die Bahn also nicht mehr den tatsächlichen Querschnitt der Kunden ab, so wie er derzeit (noch!) mit dem Zug fährt, sondern einen anderen. Gezeigt wird nicht, wie die gegenwärtige Gesellschaft aussieht, sondern wie die Gesellschaft nach Ansicht der Bahn in Zukunft aussehen soll. Eine „offene und bunte Gesellschaft“ nennt sie dann auch ganz freiherzig ihre Zielsetzung. So eine Bahn-Werbung gilt als nicht rassistisch.

Jetzt hat ein deutscher Politiker nachgefragt, warum die Bahn „ihre“ (unsere?) Gesellschaft so gestaltet hat in der Werbung. Warum sie also, sinngemäß, nicht einfach einen Querschnitt von Deutschen nimmt und vielleicht einen Ausländer hineinpackt? Warum zeigt sie z.B. keinen deutschen Rentner ohne Migrationshintergrund?

Auf Facebook schrieb Boris Palmer von den Grünen ([zitiert nach BILD](#)): „Ich finde es nicht nachvollziehbar, nach welchen Kriterien die Deutsche Bahn die Personen auf dieser Eingangsseite ausgewählt hat. Welche Gesellschaft soll das abbilden?“ So eine Aussage gilt allerdings als rassistisch.

Entsprechend erntet Palmer im Moment einen riesigen Shitstorm, weil er zur falschen Zeit die falsche Frage gestellt hat. Wir lassen das mal so stehen und stellen es hier im Forum zur

Diskussion.

Ein Lob wollen wir der Bahn dann aber doch noch zollen: es sind sympathische Typen, die sie dort abgebildet hat. Und noch ein Lob: Kopftuchfrauen und Burkaträgerinnen als Repräsentanten der angeblichen „Religion des Friedens“ fehlen ganz in der Werbung für die „offene und bunte Gesellschaft“ der Bahn. Da haben wir jetzt aber hoffentlich keine schlafenden Hunde geweckt...