

Protest gegen die Meinungsfreiheit

Die vorige Woche vorgestellte Kampagne der „Allianz von Humanisten, Atheisten & Agnostiker“ (AHA), „Net reliéis? Stéi dozou!“, hat bereits zu heftigem Protest durch kirchliche Vereinigungen geführt.

LUXEMBURG - Einige Pfarrverbände haben den jeweiligen Busunternehmen sogar mit einem Boykott gedroht, falls die Werbung weiterhin auf den Bussen bleibe. Die Busunternehmer sehen sich nun zwischen zwei Stühlen. Einerseits seien sie von staatlicher Seite gezwungen, Werbung für ihre Busse – ohne jegliches Mitspracherecht – anzunehmen, und andererseits müssten sie nun Einnahmenverluste befürchten.

Ein Sprecher des Busunternehmerverbandes meinte, die Transportfirmen sollten sich gegen geschäftsschädigende Werbung auf ihren Bussen wehren können.



Foto: Martine May



Reaktionen auf die Kampagne „Net reliéis? Stéi dozou!“

Toleranz ist keine christliche Tugend

ARTIKEL

Seite 12

Religiöse Vereinigungen haben bei den betroffenen Busunternehmen protestiert und mit einem eventuellen Boykott gedroht, falls die Werbung auf den Bussen bleibe. Die Transportunternehmer befürchten nun erhebliche Einnahmenverluste.

(Karikatur: Carlo Schneider)

Erste Reaktionen auf AHA-Kampagne

Protest gegen die Meinungsfreiheit



Foto: Martine May

Laurent Schley, der Präsident der AHA, betonte, dass sich die Kampagne nicht gegen Gläubige richtet

Claude Molinaro

Die Kampagne „Net reliés? Stéi dozou!“ der „Allianz vun Humanisten, Atheisten & Agnostiker“ (AHA) hat bereits heftige Reaktionen hervorgeufen. Einige Pfarrverbände haben den jeweiligen Busunternehmen gedroht, sie zu boykottieren, falls die Werbung weiterhin auf den Bussen bleibe.

Die Busunternehmen sehen sich nun in einer Zwickmühle. Einerseits hätten sie keinen Einfluss auf die Werbung, die ihnen vom „Verkéiersverbond“ im Auftrag des Nachhaltigkeitsministeriums – früher Transportministerium – auf die Busse geklebt werde. Andererseits müssten aber sie mit den Konsequenzen leben, beklagte sich ein Unternehmer.

Pascal Dickes, Sprecher der FLEAA („Fédération luxembourgeoise des exploitants d'autobus et d'autocars“), sagte, es könne nicht sein, dass die Busunternehmer sich nicht wehren könnten, wenn sie geschäftsschädigende

Werbung auf ihren Bussen durch die Gegend fahren müssten. Die Unternehmer befürchten nun, Kunden zu verlieren. Pfarrverbände oder sonstige religiöse Organisationen reklamierten bei den von uns kontaktierten Transportfirmen und drohten offen mit Boykott. Und es seien nicht wenige Proteste gewesen, sagte ein Unternehmer.

Dass die Busse nur als Vehikel für die Werbung dienen und die Transportunternehmer die besagte Werbung nicht unbedingt unterstützen, scheint die Kritiker nicht zu interessieren.

Geschäftsschädigende Werbung

Die Busunternehmer wollen jetzt gemeinsame Schritte unternehmen. Welche das sein werden, wussten sie gestern noch nicht. Dies dürfte allerdings nicht so einfach werden. Der Konzessionsvertrag, welcher vom damaligen Transportministerium mit den Busunternehmen unter-

schrieben worden sei, sehe in Sachen Werbung vor, dass die Unternehmer von sich aus keine Werbung auf den Bussen machen dürften, erklärte Jeff Wirth vom „Verkéiersverbond“ dem *Tageblatt*. Dass sie Werbung vom „Verkéiersverbond“, der im Auftrag des Ministeriums diese Angelegenheiten regelt, annehmen müssten, stehe nicht im Vertrag.

Es sei eher ein „gentlemen's agreement“. Die Anordnung gehe auf eine Anweisung aus dem damaligen Transportministerium zurück: Den Firmen sei seinerzeit per Brief mitgeteilt worden, sie müssten fortan die Werbung annehmen, die man ihnen gebe.

Die Busunternehmen stört dabei auch, dass sie gratis Werbung machen müssen; an den Einnahmen werden sie nicht beteiligt. Ja, sagt Jeff Wirth, aber dafür finanziere der Staat den Transportunternehmen den öffentlichen Transport, und Gelder aus den Werbeeinnahmen flössen in die Vermarktung desselben.

Ein Busunternehmer sagte dem *Tageblatt*, man habe inoffiziell bei der zuständigen Werbeagen-

tur sein Missfallen zum Ausdruck gebracht. Der Direktor dieser Firma meinte jedoch, bei ihm sei man an der falschen Adresse. Es sei im Vorfeld geprüft worden, ob die besagte Werbung nicht gegen deontologische Prinzipien verstoße; und das tue sie nicht. Darüber hinaus sei seine Firma lediglich für die Vermarktung zuständig. Mit Reklamationen gegen bestimmte Werbungen müssten sich die Betroffenen an das zuständige Ministerium wenden.

Unseren Informationen zufolge sollen bereits Unternehmer die Werbung von den Bussen entfernt haben. Der Präsident von AHA, Laurent Schley, zeigte sich verwundert über die Reaktion.

Die Kampagne sei nicht gegen gläubige Menschen gerichtet. Man würde nicht versuchen, Menschen von ihrem Glauben abzubringen, sondern im Gegenteil, man wolle, dass jeder zu seinem Glauben stehe.

IHRE MEINUNG

www.bus.tageblatt.lu

DER KOMMENTAR

Im Zeichen christlicher Toleranz

CLAUDE MOLINARO

cmolinaro@tageblatt.lu

Die Aktion „Net reliéis? Stéi dozou!“ droht negative Auswirkungen auf die Transportfirmen zu haben, deren Busse als Werbefläche erhalten müssen. Aber Überbringer von unliebsamen Botschaften haben es seit jeher schwer: Oft müssen sie ihren Kopf für andere hinhalten. Dass die Unternehmen selbst keinen Einfluss auf die Werbung haben, braucht die religiösen Eiferer nicht zu interessieren. Aber unter uns: Finden Sie es normal, dass gottlose Individuen einen öffentlich dazu aufrufen, sich zu seinem Unglauben zu bekennen? Das Christentum ist zwar eine Religion der Liebe und Toleranz, aber das sollte man nicht zu weit treiben, Meinungsfreiheit hin oder her. Vor allem in diesen Zeiten, wo die Kirchen jeden Sonntag fast leer sind und von den gleichen Nachwuchssorgen geplagt sind wie traditionelle Karnevalsvereine. Durch solche Werbeaktionen könnten auch die letzten Treuen von der Fahne gehen. Dann schon lieber Busse ohne Werbung und teurere Bustickets in Kauf nehmen als diese gottlose Unverfrorenheit. Und wenn ein Boykott nicht hilft, dann müssen sich die wahren Gottesfürchtigen an den zuständigen Minister wenden: Der bringt ihnen bestimmt christliches Verständnis entgegen.