

Rassismus in Tuben: die Nudossi- Schokocreme „Mama Savanna“

Beschwerde an den Deutschen Werberat am 18. November 2009:

Seit kurzem wirbt die Firma Nudossi aus Radebeul für ihre Schokocreme in Tuben mit dem Namen „Mama Savanna“. Abgebildet ist eine schwarze Frau, die den potentiellen Käufer_innen ein Tablett mit einer Kakaofrucht und einer Tasse Schokolade entgegen hält. Diese Art der Werbung von Schokolade ist rassistisch, schon allein durch die Verbindung von Schokolade mit schwarzer Hautfarbe. Darüber hinaus identifizieren Kleidung und Kopftuch der Frau sie als Bedienstete und erinnern an Bilder von Sklavinnen in den amerikanischen Südstaaten. Die Werbung von Produkten mittels Menschen mit schwarzer Hautfarbe steht in einer langen rassistischen und kolonialistischen Tradition (z.B. Schokolade, Kaffee, Waschpulver, Schuhcreme). Auch gegen bekannte, allerdings vor 90-100 Jahren erfundene Werbefiguren wie den „Sarotti-Mohr“ und den „Meinl-Kaffeemohr“ ist in der Vergangenheit bereits öffentlich Einspruch erhoben worden, im Falle von Sarotti zumindest mit dem Erfolg, dass der „Mohr“ nun zum „Sarotti-Magier“ umgestaltet wurde: Das Tablett wurde nun durch Sterne und die schwarze Hautfarbe durch goldene ersetzt. Ich bin überzeugt, dass diese Darstellung schwarze Menschen diskriminiert, indem sie den schrecklichen Abschnitt der Sklaverei/des Kolonialismus verharmlost sowie positive Assoziationen oder romantische Erinnerungen an die für Schwarze alles andere als romantische Kolonialzeit wecken soll. Darüber hinaus transportiert der Name des Produktes auch das rassistisch-sexistische Stereotyp der „afrikanischen Mama“.

Sehr geehrte Frau Wüstefeld,

wir nehmen Bezug auf Ihr Schreiben vom 18. November 2009.

Nach eingehender Begutachtung des Verpackungsmotivs können wir Ihre Einschätzung, dass die Abbildung einer Afrikanerin rassistisch sei, nicht nachvollziehen.

Bei dem beworbenen Produkt handelt es sich um eine Kakaocreme. Offensichtlich soll mit der Abbildung der afrikanischen Frau und dem Produktnamen „Mama Savanna“ auf das Herkunftsland der Kakaopflanze Bezug genommen werden. Da der weltweit größte Anteil der Kakaoernte aus afrikanischen Ländern stammt (vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Kakao>), sehen wir hier einen Zusammenhang zwischen dem beworbenen Produkt und der optischen Gestaltung der Verpackung.

Eine Herabwürdigung von Afrikanern aus rassistischen Motiven können wir in der Abbildung einer dunkelhäutigen Frau daher nicht erkennen.

Mit freundlichen Grüßen
Meike Peters

Deutscher Werberat
Postadresse: 10873 Berlin
Hausanschrift: Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
Telefon: 030-59 00 99-700, Telefax: 030-59 00 99-722
Elektronische Post: werberat@werberat.de
Online: www.werberat.de

Sehr geehrte Frau Peters, werter Werberat,

über die Ablehnung meiner Beschwerde bin ich sehr enttäuscht. Ich halte es für problematisch, dass Sie bei der Abbildung einer schwarzen Frau allzu schnell auf ihre vermeintliche Herkunft aus Afrika schließen. Es erfüllt bereits das Kriterium des Rassismus, eine schwarze Frau als Afrikanerin zu erkennen, nicht in herabwürdigender, aber dennoch in zuschreibender Form. Zweitens bedanke ich mich für den Link auf Wikipedia, der die Kakaopflanze allerdings nicht als aus Afrika, sondern aus Südamerika abstammend ausweist: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kakao>. Auch wenn Sie wohl recht haben, dass aus Afrika der weltweit größte Anteil der Kakaoernte stammt.

Ihr scheinbar ungebrochenes Verhältnis zum Namen „Mama Savanna“ finde ich ebenfalls kritikwürdig. Es ist mir durchaus bewusst, dass er die Verbindung zu Afrika herstellen soll. Sie hingegen haben aber offensichtlich ignoriert, dass ich schrieb, er in seiner Verbindung mit der Abbildung einer schwarzen Frau und der Bewerbung einer Schokocreme herabwürdigend, weil er erstens nahelegt, man dürfe die Frau mit schwarzer Hautfarbe „Mama Savanna“ nennen und nach Afrika sortieren, und weil er zweitens das sexistisch-rassistische Stereotyp der „afrikanischen Mama“ transportiert.

Offenbar haben Sie sich nicht die Zeit für die Details nehmen können. Wie meinen Ausführungen zu ihrer Kleidung zu entnehmen war, erinnert dieses Bild an die stereotype Darstellung einer Südstaaten-Sklavin und weist sie zumindest als Bediente aus! Vielleicht als eine Art schwarzes „Schokoladenmädchen“? Auch der Punkt dass die dargestellte Frau ein Tablett trägt, hätte meines Erachtens in ihre Entscheidung über eine Herabwürdigung mit einfließen sollen. Schließlich trägt der Sarotti-Mohr bzw. Sarotti-Magier inzwischen kein Tablett mehr (sondern jongliert mit Sternen), weil in diesem Tablett das kolonialistische Verhältnis zwischen Kolonialherren und schwarzen Dienenden zementiert wurde. Auch das lässt sich übrigens auf Wikipedia entdecken:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Sarotti>

Nicht nur Wikipedia, auch zahlreiche andere Veröffentlichungen im Print- und Onlinebereich geben Aufschluss über kolonialistische und rassistische Werbetraditionen. Der folgende Link informiert knapp über bereits stattgefundene Kampagnen gegen ähnliche Werbungen:

<http://fm4.orf.at/stories/1620176/>

Schade dass sich der Deutsche Werberat meiner Kritik an dieser Verpackung nicht anschließen konnte. Ich bitte hiermit um erneute Prüfung.

Mit freundlichem Gruß
Katharina Wüstefeld

Antwort des Werberates vom 22. Dezember 2009:

Sehr geehrte Frau Wüstefeld,

wir nehmen Bezug auf Ihr Schreiben vom 12. Dezember 2009, mit dem Sie uns um erneute Prüfung des o.g. Vorgangs gebeten haben.

Nach nunmehr erfolgter nochmaliger Begutachtung der Verpackung unter Berücksichtigung der von Ihnen angeführten Argumente müssen wir Ihnen jedoch mitteilen, dass der Werberat im Ergebnis zu keiner anderen Entscheidung gelangt ist.

Wir sind nach wie vor der Ansicht, dass die Gestaltung der Tube keine

Herabwürdigung aus rassistischen Gründen enthält.

Die Präsentation der dunkelhäutigen Frau auf der Packung mag zwar einen historischen Bezug zur Kolonialzeit aufweisen. Wir stimmen mit Ihnen darin überein, dass man diese Bezugnahme vor dem Hintergrund der Ausbeutung von Sklaven grundsätzlich kritisch sehen kann, allerdings können wir im hier vorliegenden Fall keine Anhaltspunkte für eine reale Herabwürdigung dunkelhäutiger Menschen erkennen. Die Bezeichnung „Mama Savanna“ enthält für sich gesehen keine diskriminierende Aussage. Auch die Tatsache, dass der Betrachter der Verpackung - wie Sie schreiben - die abgebildete Frau mit dunkler Hautfarbe „nach Afrika sortiert“, stellt keine Herabwürdigung dar.

Der Deutsche Werberat entscheidet daher gegen eine Beanstandung.

Mit freundlichen Grüßen
Meike Peters

Deutscher Werberat
Postadresse: 10873 Berlin
Hausanschrift: Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
Telefon: 030-59 00 99-700, Telefax: 030-59 00 99-722
Elektronische Post: werberat@werberat.de
Online: www.werberat.de

Leserinnenbrief in der Jungle World,

[Jungle World 46/09: »Ein Stückchen Afrika für dich, eins für mich«](#)

Rassismus in Tuben

Liebe Redaktion,

mit sehr viel Interesse haben wir den Beitrag zu 125 Jahre Berliner Afrika-Konferenz gelesen. Die Beantwortung der Frage, inwiefern Kolonialismus die Gegenwart prägt, möchten wir ergänzen: Auch die Bewerbung von Produkten mittels der Abbildung schwarzer Menschen ist bis heute nicht verschwunden. Ehemals als Kolonialwaren verkaufte Produkte wie Kaffee und Schokolade wurden mit den allseits bekannten Figuren des »Sarotti-Mohrs« oder des »Meinl-Kaffeemohrs« beworben, deren Verwendung in der Vergangenheit bereits öffentlich kritisiert wurde. Seit kurzem wirbt auch die Firma Nudossi aus Radebeul für ihre Schokocreme in Tuben mit dem Namen »Mama Savanna«. Abgebildet ist eine schwarze Frau, die den potentiellen Käuferinnen und Käufern ein Tablett mit einer Kakaofrucht und einer Tasse Schokolade entgegen hält. Ihre Kleidung und Kopftuch identifizieren sie als Bedienstete und erinnern an Bilder von Sklavinnen in den amerikanischen Südstaaten. Die Verbindung von Schokolade mit schwarzer Hautfarbe, die Bedienstetenkleidung und das Stereotyp der »afrikanischen Mama« – das stellt den vor 90 Jahren erfundenen »Sarotti-Mohr« eigentlich noch in den Schatten.

Katharina Wüstefeld und Heike Ehrlich

<http://jungle-world.com/artikel/2009/48/39834.html>



Mama Savanna Nudossi Kakao-Creme 200g
1.29 100 g/ml 0.65
68532 4019067003476 21 TB 10.03.08 S

HARTM Nu Pagadi
350g
1.