



FDP | 09.05.2016 - 11:00

Mündige Konsumenten brauchen keine Mama-SPD



FDP-Vize Wolfgang Kubicki hat die Pläne von Bundesjustizminister Heiko Maas (SPD), "geschlechterdiskriminierende Werbung" gesetzlich zu verbieten, ins Visier genommen. Im "Tagesspiegel"-Gastbeitrag übte er scharfe Kritik am Vorhaben und erinnerte daran, dass auch Werbung von der Meinungsfreiheit gemäß Artikel 5 Grundgesetz umfasst wird. "Das geplante Verbot wird moralisch begründet. Heißt: Werbung soll jetzt einen staatlichen Erziehungsauftrag bekommen. Den will die SPD-Parteispitze, ist außerdem zu lesen, mitgestalten", konstatierte Kubicki.

Denn: Von den obersten Sozialdemokraten sei an Maas die Weisung gegangen, das Werbeverbot mit der Maßgabe umzusetzen, ein 'modernes Geschlechterbild' zu etablieren. "Nun kann man zu Recht fragen, ob das Bild der Sozialdemokratie (bei einem Mitglieder-Altersschnitt von 59 Jahren) von einer modernen Gesellschaft dasselbe ist wie das der anderen vier Fünftel der bundesdeutschen Bevölkerung, die nicht SPD wählen", gab Kubicki zu bedenken.

Gefährlicher Missbrauch des Rechtsstaates

Für den Freidemokraten liegt es auf der Hand, was an der Idee so gefährlich sei: "Die Sozialdemokraten möchten die Mittel des Rechtsstaates nutzen, um Fragen der Moral und des guten Geschmacks gesetzlich festzuschreiben." Für solche Zwecke stehe aber nicht der Rechtsstaat zur Verfügung, denn er müsse sich über ideologische Erwägungen souverän hinwegsetzen und sich neutral verhalten.

"Ich sage voraus, dass dieser Gesetzentwurf am Ende nicht parlamentarisch beschlossen wird, weil die rechtlichen Grundfragen nicht einfach vom politischen Willen einiger weniger majorisiert werden

Mündige Konsumenten brauchen keine Mama-SPD

können", unterstrich der FDP-Vize. Er hob außerdem hervor, dass eine geschmacklose Werbebotschaft letztendlich schlechte Reklame für das Produkt mache. "Die mündigen Konsumenten können selbst entscheiden, ob sie so etwas kaufen wollen. Eine sie bemutternde SPD brauchen sie dafür nicht."

Lesen Sie hier den gesamten Gastbeitrag.

Man kann Bundesjustizminister Heiko Maas sicherlich viel vorwerfen, aber beratungsresistent ist er gewiss nicht. Gutes Zureden ließ ihn erst seine Meinung zur Vorratsdatenspeicherung in kurzer Zeit von „mit mir nicht“ zu „o.k.“ ändern, und ähnlich flexibel scheint er es mit seiner Haltung zu unseren Grundwerten zu handhaben.

In der Causa Böhmermann dröhnte erst sein Hohelied auf unsere Verfassung, auf Meinungs-, Presse- und Kunstfreiheit, und danach kam aus seinem Ministerium die Idee, ein Verbot für „geschlechterdiskriminierende Werbung“ gesetzlich zu verankern. Werbung aber wird von der Meinungsfreiheit gemäß Artikel 5 Grundgesetz umfasst.

Das geplante Verbot wird moralisch begründet. Auf der Internetseite der genderbewegten Organisation „Pinkstinks“, deren Interessen Maas Vorschub leistet, lesen wir dazu den interessanten Satz: „Geschlechtsdiskriminierende Werbung ist problematisch, weil Werbung nicht nur ein Spiegel der Gesellschaft ist, der bereits existierende Verhaltensmuster reflektiert, sondern eine aktive Rolle im Rahmen der Konstruktion und Verfestigung von Geschlechtsrollenstereotypen spielt.“ Heißt: Werbung soll jetzt einen staatlichen Erziehungsauftrag bekommen.

Den will die SPD-Parteispitze, ist außerdem zu lesen, mitgestalten. Denn von den obersten Sozialdemokraten ging an Maas die Weisung, das Werbeverbot mit der Maßgabe umzusetzen, ein „modernes Geschlechterbild“ zu etablieren. Nun kann man zu Recht fragen, ob das Bild der Sozialdemokratie (bei einem Mitglieder-Altersschnitt von 59 Jahren) von einer modernen Gesellschaft dasselbe ist wie das der anderen vier Fünftel der bundesdeutschen Bevölkerung, die nicht SPD wählen.

Es liegt auf der Hand, was an der Idee so gefährlich ist: Die Sozialdemokraten möchten die Mittel des Rechtsstaates nutzen, um Fragen der Moral und des guten Geschmacks gesetzlich festzuschreiben. Diese Fragen sollen selbstverständlich sozialdemokratisch beantwortet werden. Für solche Zwecke steht aber nicht der Rechtsstaat zur Verfügung, denn es gehört zu seinem Wesen, dass er sich über moralische oder ideologische Erwägungen souverän hinwegsetzt und sich neutral verhält.

Zudem stellt sich die Frage der Abgrenzung: Ist die entblößte Schulter einer attraktiven Frau schon sexualisierend? Wie viel nackte Haut in einer Werbung wäre zulässig? Werden Männerbilder in verführerischen Posen genauso verboten? Was machen wir bei Werbung für Dessous? Muss die grundsätzlich untersagt werden? Sollen wir den Menschen gleich ganz verbieten, sich in bestimmter Art und Weise freiwillig in Szene setzen zu können, weil die Sozialdemokratie die eigenen moralischen Wertvorstellungen über das Grundgesetz heben will?

Ich sage voraus, dass dieser Gesetzentwurf am Ende nicht parlamentarisch beschlossen wird, weil die rechtlichen Grundfragen nicht einfach vom politischen Willen einiger weniger majorisiert werden können. Im Übrigen macht eine Werbebotschaft, die geschmacklos oder diskriminierend angelegt ist, schlechte Reklame für das Produkt. Die mündigen Konsumenten können selbst entscheiden, ob sie so etwas kaufen wollen. Eine sie bemutternde SPD brauchen sie dafür nicht.

Quell-URL: <https://www.liberales.de/content/muendige-konsumenten-brauchen-keine-mama-spd>