

Tourismusagentur wirbt mit Todesfolterung

5. Januar 2024 | AWQ

Offener Brief an die

Rhön GmbH

Gesellschaft für Tourismus und Markenmanagement

Rhönstraße 97

97772 Wildflecken-Oberbach

Guten Tag,

gerade habe ich mir die neue Ausgabe des diesjährigen „Himmelwärts“ angeschaut und möchte Ihnen dazu kurz eine Rückmeldung geben.

Den **Inhalt** des Magazins finde ich sehr ansprechend und gelungen.

Himmelwärts

Darauf, dass ich den Titel „Himmelwärts“ besser für ein Pfarrblatt geeignet halte als für ein Tourismusmagazin, hatte ich in der Vergangenheit schon mal hingewiesen. Das gilt erst recht in Verbindung mit dem Titelmotiv der aktuellen Ausgabe, das aber auch schon für sich genommen genug Anlass für Kritik bietet.

Halten Sie die lebensgroße und realistische Darstellung einer Todesfolterung tatsächlich für das am besten geeignete Motiv, um damit mögliche Besucher aus Nah und Fern in die Rhön zu locken?



Bildquelle: Screenshot Magazin „Himmelwärts“, © Rhön GmbH, heruntergeladen am 5.1.24 von <https://www.rhoen.info/prospektdownload>

„Nimm dir Zeit zum Runterkommen“

Der quer über das Kreuz gedruckte Spruch „Nimm dir Zeit zum Runterkommen“ ist vermutlich nicht Ausdruck eines feinen, schwarz-humorig-satirischen Sinnes einer glaubenskritischen Redaktion.

Sondern wohl eher ein Indiz für die Ignoranz von (sehr wahrscheinlich religiös indoktrinierten) Menschen, für die eine Kreuzigung ein ganz gewöhnlicher Anblick ist – wohingegen sie die Darstellung einer Pfählung, Köpfung, Verbrennung oder sonstigen anderen Hinrichtungsmethode ganz selbstverständlich als genauso unmenschlich und verstörend empfinden würden wie es ihre eigene Kreuzigungsdarstellung für nicht christlich indoktrinierte Menschen auch ist.

Eine christliche Glaubensgemeinschaft kommt natürlich nicht umhin, ihren biblisch-christlichen Todeskult mit der Darstellung einer Kreuzigung zu bewerben. Die muss ja ihr Publikum immer wieder daran erinnern und davon überzeugen, dass ihr allmächtiger allgütiger Gott leider keine andere Möglichkeit hatte, als sich seinen eigenen Stiefsohn – wenn auch nur vorübergehend – als

Menschenopfer zu seiner eigenen Besänftigung zu Tode foltern zu lassen, um dem unterwürfigen Teil seiner selbst verpuschten Schöpfung dessen Fehler verzeihen zu können.

Schade, peinlich – und nach wie vor bezeichnend.

Aber wenn **eine Tourismusagentur**, die das große Glück hat, mit der Rhön eine der schönsten Landschaften Deutschlands bewerben zu können kein besser geeignetes Motiv für ihr Magazin findet als eine Darstellung, die objektiv betrachtet einfach nur abstoßend und unmenschlich ist und die mit ihrer zur Schau gestellten Brutalität nicht für das „Land der Offenen Fernen“, sondern als Symbol für eine moralisch orientierungslose Verbrecherorganisation steht, dann finde ich das nicht nur frag-, sondern äußerst kritikwürdig.

Auf jeden Fall wurde hier (wiedermal) eine große Chance vertan, mit einem geeigneten, ansprechenden Motiv Lust auf einen Rhön-Besuch zu machen – ganz unabhängig von religiösen Überzeugungen.

Ich hoffe sehr, dass die Redaktion bei der Auswahl des nächsten Titelbildes mehr Geschick an den Tag legt, mit einem Motiv, das genauso ansprechend ist wie der Inhalt des Magazins.

Quelle: <https://www.awq.de/2024/01/tourismusagentur-wirbt-mit-todesfolterung/>