Tourismusagentur wirbt mit Todesfolterung

Description

Offener Brief an die

RhÃ¶n GmbH
Gesellschaft fÃ¼r Tourismus und Markenmanagement
RhÃ¶nstraÃ?e 97
97772 Wildflecken-Oberbach

#weniger glauben

Guten Tag,

gerade habe ich mir die neue Ausgabe des diesjÃ¤hrigen „HimmelwÃ¤rts“ angeschaut und mÃ¶chte Ihnen dazu kurz eine RÃ¼ckmeldung geben.

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

HimmelwÃ¤rts

Darauf, dass ich den Titel „HimmelwÃ¤rts“ besser fÃ¼r ein Pfarrblatt geeignet halte als fÃ¼r 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 fÃ¼r sich genommen genug Anlass fÃ¼r Kritik bietet.

Halten Sie die lebensgroÃ?e und realistische Darstellung einer Todesfolterung tatsÃ¤chlich fÃ¼r das am besten geeignete Motiv, um damit mÃ¶gliche Besucher aus Nah und Fern in die RhÃ¶n zu locken?

atheonigerglauben

Bildquelle: Screenshot Magazin „HimmelwÃ¤rts“, Â© RhÃ¶n GmbH, heruntergeladen am 5.1.24 von https://www.rhoen.info/prospektdownload

„Nimm dir Zeit zum Runterkommen“

Der quer Ã¼ber 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 fÃ¼r die Ignoranz von (sehr wahrscheinlich religiÃ¶s indoktrinierten) Menschen, fÃ¼r die eine Kreuzigung ein ganz gewÃ¶hnlicher Anblick ist – wohingegen sie die Darstellung einer PfÃ¤hlung, KÃ¶pfung, Verbrennung oder sonstigen anderen Hinrichtungsmethode ganz selbstverstÃ¤ndlich als genauso unmenschlich und verstÃ¶rend empfinden wÃ¼rden wie es ihre eigene Kreuzigungsdarstellung fÃ¼r nicht christlich indoktrinierte Menschen auch ist.

Eine christliche Glaubensgemeinschaft kommt natÃ¼rlich nicht umhin, ihren biblisch-christlichen Todeskult mit der Darstellung einer Kreuzigung zu bewerben. Die muss ja ihr Publikum immer wieder daran erinnern und davon Ã¼berzeugen, dass ihr allmÃ¤chtiger allgÃ¼tiger Gott leider keine andere MÃ¶glichkeit hatte, als sich seinen eigenen Stiefsohn – wenn auch nur vorÃ¼bergehend – als Menschenopfer zu seiner eigenen BesÃ¤nftigung zu Tode foltern zu lassen, um dem unterwÃ¼rfigen Teil seiner selbst verpfuschten SchÃ¶pfung dessen Fehler verzeihen zu kÃ¶nnen.

Schade, peinlich – und nach wie vor bezeichnend.

Aber wenn **eine Tourismusagentur,** die das groÃ?e GlÃ¼ck hat, mit der RhÃ¶n eine der schÃ¶nsten Landschaften Deutschlands bewerben zu kÃ¶nnen kein besser geeignetes Motiv fÃ¼r ihr Magazin findet als eine Darstellung, die objektiv betrachtet einfach nur abstoÃ?end und unmenschlich ist und die mit ihrer zur Schau gestellten BrutalitÃ¤t nicht fÃ¼r das „Land der Offenen Fernen“, sondern als Symbol fÃ¼r eine moralisch orientierungslose Verbrecherorganisation steht, dann finde ich das nicht nur frag-, sondern Ã¤uÃ?erst kritikwÃ¼rdig.Â

Auf jeden Fall wurde hier (wiedermal) eine groÃ?e Chance vertan, mit einem geeigneten, ansprechenden Motiv Lust auf einen RhÃ¶n-Besuch zu machen – ganz unabhÃ¤ngig von religiÃ¶sen Ã?berzeugungen.

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

Category

1. FundstÃ¼cke

Tags

1. kreuzigung
2. rhÃ¶n
3. Runterkommen
4. Satire

#wenigerglauben

Date Created
05.01.2024