



Pressemitteilung 26.08.2015

Diskriminierung oder Moraldiktat?

Kinderschutzbund kritisiert Geschäftsmodell „kinderfreie Hotels“. Verein zum Erhalt der bayerischen Wirtshauskultur hält dagegen.

Es scheint inzwischen als besonders schick zu gelten, mit der Diskriminierungs-Keule zu schwingen. In Vielem wird sehr schnell, manchmal auffällig überschnell, ein Verstoß gegen Anstand und Moral gesehen. Nicht selten werden dieser Art Vorwürfe gerne zu Zwecken eigener Auftritte in der medialen Öffentlichkeit genutzt. Mit moralinsauren Anschuldigungen sind die Chancen derzeit recht gut, in die Medien zu gelangen. Ob Heinz Hilgers, Präsident des Deutschen Kinderschutzbundes, dieses zum Anlass für seine jüngste Kritik nahm, ist nicht bekannt, aber er erhielt Aufmerksamkeit mit seiner Kritik am Geschäftsmodell der „kinderfreien Hotels“, die er als diskriminierend gegenüber Familien mit Kindern ansieht.

Der Anteil solcher „kinderfreien Hotels“ am Gesamt-Hotellerie-Angebot ist eher verschwindend gering. Aber es scheint Bedarf zu bestehen, denn sonst würden sich Unternehmer kaum für dieses Modell entscheiden. Die Hotellerie ist ständig auf der Suche nach neuen Potenzialen und vielleicht sorgt der demografische Wandel unserer Tage gerade für besondere Nachfrage bei älteren Genießern und Erholungssuchenden? Wie dem auch sei, der Vorwurf der Diskriminierung klingt etwas absurd. Er verletzt sogar die unternehmerische Eigenverantwortung und somit das Recht auf Selbstentscheidung der Unternehmen. Freie Marktwirtschaft wurde das in Zeiten des erfolgreichen Wirkens genannt. Heute sehen sich viele Entscheider schnell irgendwelchen „Correctness-Regeln“ gegenüber, die keinerlei Rechtsgrundlage besitzen, sondern emotional und etwas diktatorisch daherkommen. Fragt man die Bürgerinnen und Bürger, ob sie ein breit gefächertes und individuelles Angebot bevorzugen, oder lieber ein „korrekt Gleichgestelltes“, so fällt das Urteil eindeutig zugunsten der Individualität aus. In der öffentlichen Wahrnehmung sieht es aber anders aus. Dort wird gerne vorgegaukelt, dass die Verbraucher Motor der korrekten Gleichstellung seien.

Beispiele, wie weit diese Einmischung bestimmter Interessen und deren Vertreter in die Angebotsstruktur und unternehmerische Freiheit geht, gibt es reichlich. Ob Rauchverbote in der Gastronomie oder fleischlose Speiseangebote als Muss auf der Karte – die Forderungen mit Hilfe der Moral-Keule werden immer mehr und dreister.

Dieser Trend erlangt zweifelhaften Ruhm, nach Meinung des VEBWK und es wäre interessant zu wissen, was die Verbraucher wirklich davon halten. Dieses erfährt man meist nur am Stammtisch oder in privater Runde. In der Öffentlichkeit führt aktuell das Moral-Diktat die Regie.

Kontakt: presse@vebwk.com

Pressesprecher: Bodo Meinsen, Tel. 089-90529072