

Wir wollen eigentlich eine Alternative zur Ultimo. Da ein anderer umfangreicher Veranstaltungskalender jedoch noch ein bisschen auf sich warten lassen wird, wünschen wir uns von den Leser_innen und Nutzer_innen einen kritischen Umgang damit. Unsere Veranstaltungstermine findet ihr wie immer auf unseren Internetseiten

www.ajz-bielefeld.de

www.ag.antifa.net

www.ibz-bielefeld.de

www.buchladen-eulenspiegel.de

www.thecaravan.org

www.femref.blogspot.de

www.asta-bielefeld.de

auf Seiten wie beispielsweise

www.webwecker-bielefeld.de

www.bielefeld.de

www.nw-news.de

oder auch im „ERWIN“, dem „Bielefelder Spiegel“ oder anderen lokalen Printmedien.

Unterzeichner_innen:

- AJZ Bielefeld
- Feministisches Referat für Frauen, Lesben und Transgender
- AK Asyl
- AStA der Universität Bielefeld
- Nigerian Union of Students Bielefeld e.V.
- Antifa-AG der Universität Bielefeld
- Karawane für die Rechte der Flüchtlinge und MigrantInnen
- Eritreische Gemeinde Bielefeld e.V.
- Blauschwung e.V.
- Internationales Begegnungszentrum (IBZ) e.V.
- Buchladen Eulenspiegel

November 2008

Offener Brief an alle Nutzer_innen der



Die meisten nutzen die Ultimo als Leser_innen oder Veranstalter_innen mal mehr, mal weniger gerne. Wir alle denken, dass wir auf sie als umfangreichsten und weit verbreiteten Veranstaltungskalender in Bielefeld angewiesen sind. Viele ärgern sich seit langem über den Umgangston der Ultimo-Macher_innen (ob öffentlich oder intern), die meisten scheuen sich jedoch sie zu kritisieren, weil sie befürchten, dass sie dann öffentlich verrissen werden oder die Ultimo ihre vermeintliche Macht ausspielt und künftige Veröffentlichungen verweigert.

Schon seit langem empören uns immer mal wieder einzelne unreflektierte Beiträge von Mitarbeiter_innen oder Anzeigen von kommerziellen und staatlichen Kund_innen. Im informellen Austausch haben wir festgestellt, dass bereits diverse Personen, Gruppen & Einrichtungen aus Bielefeld ihre (meist nervigen) eigenen Auseinandersetzungen mit der Ultimo hatten.

Jetzt ist unsere Schmerzgrenze überschritten!

Wenn auf der Rückseite der Ultimo Werbung für Sex-Gummipuppen von Novum veröffentlicht wird, transportiert sie damit eindeutig eine, immer noch in weiten Teilen der Gesellschaft vorherrschende sexistische Grundhaltung. Aber nicht nur, dass die Ultimo alle paar Jahre Werbung für Sex-Shops oder Sex-Hotlines schaltet oder regelmäßig diese unerträglich rassistischen und sexistischen Comics veröffentlicht ... jetzt bietet die Ultimo auch noch der Bundeswehr Werbefläche unter der Rubrik „Ausbildung“ an, wie in einer der Juni-Ausgaben 2008 geschehen. Während der Setzer sich in seinen „Abenden“ abfällig über die Kriegspolitik der USA äußert, legt die Rubrik „Ausbildung“ die Bundeswehr als Ausweg aus der Arbeitslosigkeit nah. Selbstverständlich ist die Ultimo auf zahlende Anzeigenkund_innen angewiesen; trotzdem hat auch sie die Möglichkeiten und die Verantwortung zu entscheiden, wo die Grenzen des Vertretbaren liegen. Mit Werbung der Bundeswehr trägt auch sie ihren Teil dazu bei, dass Krieg und Ausbeutung als Mittel der Politik und Gewalt, Folter und Unterdrückung als Konfliktlösungsansatz gesellschaftlich immer stärker akzeptiert werden.

Ebenso im Bereich des rassistischen Sprachgebrauchs fällt uns die Ultimo in letzter Zeit verstärkt auf. In der September-Ausgabe 20/08 wurden Schwarze Menschen dreimal mit dem beleidigenden Begriff „Neger“ betitelt. Dies geschah in unterschiedlichen Artikeln (zweimal in der Filmkritik und einmal bei „Setzers Abende“).

Die Benutzung dieses Begriffs ist eindeutig rassistisch, an dessen Verwendung es nichts zu drehen und zu wenden gibt - denn er bleibt herabsetzend, kolonial-besetzt und diffamierend.

Er wird von Schwarzen Organisationen (wie bspw. der Initiative Schwarze Menschen in Deutschland, dem braunen Mob, etc.) seit vielen Jahren strikt abgelehnt und distanzierend betitelt als „das N-Wort“, um nicht diesen Begriff immer wieder zu benutzen und damit immer wieder neu in (eine koloniale) Szene zu setzen.

An diesen Umständen ändert auch ein vermeintlich ironischer/satirischer Gebrauch des N-Wortes nichts, denn auch ein solcher kommt nicht umher die jahrhundertelange Gewöhnung an Macht, Privilegien und Sicherheit, die Weiß-Sein als „unsichtbare Normalität“ (S. Arndt) beschreibt und nur *die Anderen* als „rassifiziert“ wahrnimmt zu spiegeln. Die Lust auf billige Provokation bedient sich hier einer unmarkierten Position als Weiße und blendet historische und politische Zusammenhänge, wie z.B. koloniale und bis heute andauernde Ausbeutungsverhältnisse oder rassistische Diskriminierungspraxen, bewusst aus.

Es ist erschütternd mit anzusehen, wie sich Weiße Menschen (in diesem Fall die Ultimo-Macher_innen) immer wieder über die Selbstbenennung und Selbstbestimmung Schwarzer Menschen hinwegsetzen und die Definitionsmacht für sich proklamieren. Diesen Ausdruck von Dominanz gerade in einem sich eigentlich doch alternativ gebenden Magazin wieder zu finden ist nicht haltbar.

Durch die Art und Weise, wie die Ultimo veröffentlicht (Raum für Bundeswehrreklame, Nutzung rassistischer Begriffe, sexistische Werbung) trägt sie ihren Teil zur Militarisierung der Gesellschaft und zur Reproduktion & Stabilisierung von rassistischen und sexistischen Strukturen bei. Diese veröffentlichten Inhalte stehen absolut konträr zu unserer Vorstellung von gesellschaftlichem Zusammenleben.

Sich auf Ironie zu beziehen oder sich (vermeintlich reflektiert) humorvoll zu geben, macht die Handlung kein Stück weniger machtvoll. Die Kritiker_innen dann noch als Personen zu betiteln, die sich „als sprachpolizei [aufspielen]“ (sic!) und „geradezu vor dummer humorlosigkeit [stinken]“ (sic!), setzt dem Ganzen noch die Krone auf.

Da der Setzer und einer der Geschäftsführer der Ultimo auf Kritik, die von Seite der Leser_innen freundlich, konstruktiv und zurückhaltend geäußert wurde, in alt bekannter *Ultimo-Manier* mit Beschimpfungen reagiert haben (mit Statements wie „euch dummbatzen“, „verstockter dummheit“, „die neuen nazis“, „ihr deppen“) statt auf die inhaltliche Kritik einzugehen, haben wir uns entschieden, dieselbige in Form eines offenen Briefs bekannt zu machen. Teile des Emailverkehr zwischen dem Ultimo-Chefredakteur und dem IBZ findet ihr zum Herunterladen auf der IBZ-Homepage: www.ibz-bielefeld.de (über den Link AKTUELLES).

Es geht uns darum deutlich zu machen, dass wir uns alle zu dem Verhalten der Ultimo Redaktion positionieren können. Den Macher_innen ist offenbar nicht sonderlich bewusst, dass sie als Veranstaltungsblatt auch von den Veranstalter_innen abhängig sind und diese nicht nur als Bittsteller_innen an sie heran treten. Deshalb haben wir uns dagegen entschieden weiterhin in der Ultimo zu werben und unsere Veranstaltungen dort anzukündigen.