

SWR2 Leben

## Neu denken! Warum Diversität ein Wagnis für alle ist

Von Mahret Ifeoma Kupka

Sendung: Dienstag, 26. Mai 2020, 15.05 Uhr

Redaktion: Nadja Odeh

Regie: Nicole Paulsen

Produktion: SWR 2020

SWR2 Leben können Sie auch im **SWR2 Webradio** unter [www.SWR2.de](http://www.SWR2.de) und auf Mobilgeräten in der **SWR2 App** hören – oder als **Podcast** nachhören:  
<https://www.swr.de/~podcast/swr2/programm/SWR2-Tandem-Podcast,swr2-tandem-podcast-100.xml>

---

### Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

---

### Kennen Sie schon das Serviceangebot des Kulturradios SWR2?

Mit der kostenlosen SWR2 Kulturkarte können Sie zu ermäßigten Eintrittspreisen Veranstaltungen des SWR2 und seiner vielen Kulturpartner im Sendegebiet besuchen. Mit dem Infoheft SWR2 Kulturservice sind Sie stets über SWR2 und die zahlreichen Veranstaltungen im SWR2-Kulturpartner-Netz informiert. Jetzt anmelden unter 07221/300 200 oder [swr2.de](http://swr2.de)

### Die SWR2 App für Android und iOS

Hören Sie das SWR2 Programm, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR2 App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...  
Kostenlos herunterladen: [www.swr2.de/app](http://www.swr2.de/app)

## NEU DENKEN! WARUM DIVERSITÄT EIN WAGNIS FÜR ALLE IST

### Erzählerin:

Vor wenigen Wochen postete die Drogeriekette Rossmann ein Foto auf ihrem Instagram Kanal. Es zeigte eine junge Schwarze Frau, die skeptisch eine Strähne ihrer krausen Lockenpracht betrachtet. Mit dem Foto sollte die Kundschaft der Drogerie ermutigt werden, in Zeiten des Corona Lockdowns, der auch den Besuch im Frisiersalon unmöglich machte, die Haarpflege selbst in die Hand zu nehmen. Rossmann rief den Kampf gegen so genannte „Wucherfrisuren“ aus und wollte dem „Bad Hair Day“ den Garaus machen. Geeignete Produkte dafür hielt, so der Text, die nächstgelegene Filiale bereit.

Mit dem, was daraufhin passierte, hatte das Unternehmen vermutlich nicht gerechnet: Innerhalb kürzester Zeit ergoss sich ein Shitstorm über den Instagram-Account. Das Unternehmen reagierte sofort. In einem Video entschuldigte sich eine junge Mitarbeiterin für den Fauxpas. Sie erklärte behutsam, dass das Foto der Schwarzen Frau von einer Bildagentur stammte und es der skeptische Blick auf ihr Haar gewesen sei, der die Wahl dieses Fotos zur Bebilderung des Beitrags begünstigt hatte. Zudem erklärte sie, läge Rossmann jegliche Form von Rassismus fern. Das Unternehmen selbst würde sich intensiv gegen Diskriminierung engagieren, und es sei nie die Absicht gewesen, jemanden zu verletzen. Im Gegenteil. Vielleicht sprach sie auch davon, wie wichtig „Diversity“ in ihrem Unternehmen sei. Es würde gut passen. Ich erinnere mich nicht mehr genau und kann auch nicht mehr nachsehen, denn das Video, samt Foto sind mittlerweile vom Rossmann-Instagram-Kanal verschwunden, ganz so, als sei das alles nie passiert.

Möglicherweise verstehen Sie als Hörerin oder Hörer bis hierhin nicht wirklich, wovon ich eigentlich spreche. Was genau war denn jetzt so komisch an dem Rossmann-Foto, mögen Sie sich fragen. Und ist es nicht eigentlich schön, dass eine Drogeriekette in Deutschland nicht nur Menschen mit heller Haut zeigt, sondern auch Schwarze Personen? Ja, muss ich antworten, das ist „eigentlich schön“, weil damit auch der tatsächlichen Vielfalt der deutschen Gesellschaft Rechnung getragen wird. Aber die Art und Weise wie es passiert, zeigt, dass das Diversity-Programm bei Rossmann noch lange nicht am Ende der Fahnenstange angelangt ist:

Das Problem ist nicht das Foto an sich, sondern die Bild- und Textkombination und die Bedeutungsebene, die diese eröffnet. Das Foto zeigt eine junge Frau, die ihr gesundes, volles, gepflegtes lockiges Haar skeptisch betrachtet. Wie also passt dieses Foto zu einer Geschichte, in der es um „Bad Hair“ und mangelnde Haarpflege geht? Diesen Bezug kann nur eine Person herstellen, die krauses Haar generell - egal wie gesund und gepflegt es sein mag - als schlechtes Haar wahrnimmt, andernfalls wäre der Mitarbeiterin, die für die Bebilderung des Beitrags zuständig war, das Bild niemals als geeignet aufgefallen. Ebenso wie sie kaum das Foto einer weißen, skeptisch blickenden Frau mit gesunden, glänzenden, glatten Haaren ausgesucht hätte.

Rossmann also findet - bewusst oder unbewusst – krauses Haar schlecht, so die Botschaft des Beitrags, samt Aufruf an die Kundschaft, die „Wucherfrisur“ mit Produkten aus dem Angebot der Drogerie zu „reparieren“. Damit reproduziert das Unternehmen ein bis heute herrschendes uraltes aus der Zeit des Kolonialismus und der Versklavung Schwarzer Menschen stammendes Narrativ, wonach krauses Haar, auch gerne „Afrohaar“ genannt, hässlich ist.

Aber haben Menschen mit krausem Haar nicht auch mal einen Bad Hair Day?, haben viele gefragt. Auch wenn die abgebildete Frisur keinen krausen Bad-Hair-Day zeigt, möchte ich darauf antworten: Doch, aber Rossmann hat überhaupt keine Produktlinien im Angebot, die für krauses Haar funktionieren, sondern ist in erster Linie auf von Natur aus glattes oder bestenfalls leicht gelocktes Haar eingestellt. Menschen mit krausem Haar in Deutschland kaufen ihre Produkte in speziellen Haarshops oder im Internet, weil sie im herkömmlichen Drogerieangebot nicht berücksichtigt werden. Dafür gibt es zahlreiche Gründe. Tatsache aber bleibt, dass Rossmann grundsätzlich keine Produkte für die Frau auf dem Foto verkauft. Sind Sie, liebe Hörerin, lieber Hörer, mittlerweile auch darüber verwundert, dass ein solches Foto ausgewählt wurde, um die Pflege glatter Haare zu bewerben? Dann herzlich Willkommen in der staunenden Lebensrealität vieler ihrer Mitmenschen!

Vorfälle wie diese sind keine Seltenheit und der Entschuldigungstext hinterher mittlerweile Standard. Der Fall „Wucherfrisur“ jedenfalls reiht sich ein in eine lange Historie vergleichbarer Geschehnisse. Im Februar vergangenen Jahres bewirbt die Luxus-Modemarke Gucci auf ihren Social-Media-Kanälen einen schwarzen Rollkragenpullover, dessen Kragen - über das Gesicht hochgerollt - eine dicke, rote Lippenumrandung zeigt. Geübte Blicke sehen darin sofort eine Analogie zur rassistischen Praxis des Blackfacings. Diese hat ihren Ursprung in den Minstrel Shows des 18. und 19. Jahrhunderts in den USA. Weiße Darsteller malen sich dazu das Gesicht schwarz, umranden die Lippen dick rot, um einer stereotypen Vorstellung Schwarzer Menschen zu entsprechen. Verbunden mit sich-lustig-machenden und abwertenden Handlungen diente dies der Erheiterung eines weißen Publikums und verdeutlichte zugleich die gesellschaftliche Position Schwarzer Menschen in den USA dieser Zeit. Minstrel Shows gibt es heute nicht mehr. Die Praxis weißer Menschen, sich das Gesicht schwarz zu malen, um sich damit über Schwarze Menschen lustig zu machen und sie eines untergeordneten gesellschaftlichen Platzes zu verweisen, hält sich allerdings bis heute, sogar bis in den deutschen Karneval hinein. Gucci entschuldigt sich und nimmt den Pullover aus dem Programm. Auf Twitter heißt es vom Unternehmen dazu: „We deeply apologize“. „Diversity“ sei ein fundamentaler Wert bei unternehmerischen Entscheidungen. Gucci lege höchsten Wert darauf, das Unternehmen stets zu diversifizieren. Dieser Zwischenfall sei ein furchtbarer Fehler gewesen und nun ein Lernmoment für das Gucci-Team, heißt es weiter.

Nur besonders harte Kritiker\*innen werden den Unternehmen von vornherein rassistische Absichten unterstellen. Dennoch können die besten nicht-rassistischen Absichten rassistische Ergebnisse produzieren, wie die Erläuterung der Kontexte, in die diese eingebettet sind, deutlich zeigt. Krauses, gesundes Haar als „Wucherfrisur“ zu betiteln, um Pflegeprodukte für glattes Haar zu bewerben oder mit einem

Rollkragenpullover rassistischer Theaterpraktiken zu reproduzieren, ist beim besten Willen nicht unschuldig. Die Vorfälle sind rassistisch, weil sie Rassismus reproduzieren und damit gesellschaftlich wirksam halten.

In einer produktiven Kritik, die sich an die Unternehmen richtet, geht es nicht darum, diese gezielt zu diskreditieren, sondern vielmehr um den Hinweis auf einen generellen Missstand, auf einen Fehler im System, der sich immer und immer wiederholen wird, solange der Ursprung nicht offengelegt und demontiert wird.

Die junge Rossmann Mitarbeiterin und ihr Social Media Team haben es einfach nicht besser gewusst. Warum sollten sie, die selbst vermutlich glattes Haar und ziemlich wahrscheinlich nie mit einer Schwarzen Person über die lange Leidensgeschichte von krausem Haar gesprochen haben, auch davon wissen. Sie haben vermutlich keine Ahnung davon, wie gesundes, krauses Haar aussieht, und haben noch nie vom Längentest gehört. Eine kurze Suche bei Instagram zum Hashtag #lengthcheck wird viele Fotos von zumeist jungen Frauen zeigen, die mit unterschiedlichsten Gesichtsausdrücken Strähnen ihrer krausen Haare von sich ziehen, um damit zu überprüfen, wie lang die Haare innerhalb einer bestimmten Zeit gewachsen sind. Eine kecke, lockige Kurzhaarfrisur kann, langgezogen, zu einer schulterlangen Mähne werden. Gesundes, krauses Haar funktioniert völlig anders als glattes Haar und braucht daher auch andere Pflege und Aufmerksamkeit. Wenn also ein Unternehmen, das sich mit Körperpflege befasst, den Kundenkreis um Afrohaar-Trägerinnen und Träger erweitern möchte, muss es das wissen. Es muss andere Standards lernen und kann nicht weiter von einem weißen, glatten Durchschnitt ausgehen. Es muss die Diversität der Haarstrukturen in ihrer Tiefe begreifen.

Die britische Journalistin Reni Eddo-Lodge erzählt in ihrem Buch „Warum ich nicht länger mit Weißen über Hautfarbe spreche“ von einer Erkenntnis, die sie einige Jahre vor Veröffentlichung des Buches hatte. Weil die Fahrzeit zu ihrem Job damals täglich insgesamt vier Stunden gedauert hätte, beschloss sie, die halbe Strecke mit dem Rad zu fahren. Eine, wie sie sagt „unangenehme Wahrheit dämmerte ihr“, als sie ihr Fahrrad in Bahnhöfen kleinerer Pendlerstädte Treppen hinauf und hinunter schleppen musste. Der Großteil der Bahnhöfe, die sie bisher genutzt hatte, schreibt sie, war nicht leicht zugänglich. Keine Rampen, keine Aufzüge.

Das wurde ihr aber erst bewusst, als sie selbst nicht mehr uneingeschränkt mobil war: Für Eltern mit Kinderwagen, Personen mit Rollstuhl oder Menschen mit einem Rollator oder Gehstock war es nahezu unmöglich, diese Bahnhöfe zu nutzen. Bevor die Journalistin ihr Rad tragen musste, war ihr das nie aufgefallen.

Sie hatte nie darüber nachgedacht, dass das, was nun auch sie betraf, Hunderte von Menschen tagtäglich und zum Teil dauerhaft beeinträchtigte. Erst als sie das Problem selbst hatte, schreibt sie, wurde auch sie wütend. Eine Wut, die sie als Schwarze Britin sonst nur aus anderen Kontexten kannte. Eine Wut, die ihr zugleich schlagartig ein Privileg bewusst machte: nämlich problemlos an einer Infrastruktur, die auf eine spezifisch gedachte Umwelt ausgerichtet ist, teilhaben zu können. Eine Umwelt, die für viele Menschen normal ist, aber all jene ausschließt, die an ihr, selbst wenn sie wollten, nicht teilhaben können. Edo-Lodges „Pendlerrinnen-Normalität“ war

unmittelbar eine andere geworden. ((Braucht die durchschnittlich fitte Journalistin mit zwei funktionierenden Beinen mit der Bahn zwei Stunden pro Strecke zur Arbeit, benötigt zum Beispiel eine Person, die auf einen Rollstuhl angewiesen ist, für die gleiche Strecke vielleicht doppelt so lange, wenn es ihr überhaupt möglich ist, diese Strecke zurückzulegen. Ihr Alltag gestaltet sich grundlegend anders.))o.c.

Ich bin Schwarze Deutsche. Wenn ich in Nigeria bin, lachen mich die Menschen dort oft aus, weil ich meine Sprache - Igbo - nie gelernt habe, denn ich bin auch: Nigerianerin. Ich bin Frau, heterosexuell, gesund, habe nie ein Kind geboren, meine Eltern leben bis heute glücklich zusammen, und mir ging es wirtschaftlich mein Leben lang vergleichsweise gut. Ich habe einen Hochschulabschluss und einen Job, den ich mag. Genauso sehr wie ich es liebe zu Hause zu sein, liebe ich es zu reisen, am liebsten nach Afrika, was für mich ebenso wie Europa Heimat ist. Es gibt noch viel mehr Dinge, die es über mich zu sagen gäbe und all das zusammen formt meine „Normalität“ und meine Perspektive, mit der ich auf die Welt blicke. Da sind Themen, zu denen ich etwas sagen kann, über meine Arbeit als Kuratorin oder Autorin zum Beispiel, Dinge, die ich mag, die mich interessieren oder darüber, wie es ist, Rassismus in Deutschland zu erleben. Und noch viel mehr Themen gibt es, zu denen ich mich nicht äußern kann und möchte, weil es Menschen gibt, die das besser können, weil es *ihrer* Normalität entspricht.

Ein Fahrrad oder einen Kinderwagen eine Treppe hinauftragen zu müssen ist nicht dasselbe wie auf eine Gehhilfe oder einen Rollstuhl angewiesen oder in einer weißen Mehrheitsgesellschaft nicht weiß oder queer zu sein oder als Eltern Familie und Karriere problemlos unter einen Hut bekommen zu wollen. Doch haben all diese Tatsachen, die selbstverständlich auch in Kombination auftreten können, gemeinsam, dass sie Beispiele für Lebensrealitäten sind, die für die betreffenden Personen ihre je eigene Normalität darstellen, gemeinhin aber nicht als „normal“ gelten und daher aus einem auf hegemoniale „Normalität“ gepolten Wahrnehmungsraum herausfallen. Das sieht man immer dann, wenn politische Entscheidungen getroffen werden müssen. Wenn zum Beispiel die Lösung der Kinderbetreuungsfrage in Zeiten einer Pandemie scheinbar selbstverständlich an die Mütter delegiert wird, wenn öffentliche Gebäude ganz selbstverständlich Toiletten für Männer und Frauen aufweisen, statt alle Geschlechtsidentitäten zu berücksichtigen oder wenn ganz selbstverständlich davon ausgegangen wird, dass alle Menschen unter den gleichen Bedingungen ins Leben starten. Eine Gesellschaft, die unterschiedliche Normalitäten akzeptiert, ist komplex. Bahnhöfe müssen mittlerweile selbstverständlich das Kriterium der Barrierefreiheit erfüllen. Die neue Bahnhofswelt ist also inklusiver geworden. Es gibt Rampen, Rolltreppen und Fahrstühle und mit gestalterischem Geschick greift das nicht selten architektonisch ansprechend ineinander. Bestenfalls funktioniert es auch noch gut, meist nämlich dann, wenn bei der Planung die Erfahrungen der Menschen, die auf diese Hilfen angewiesen sind, berücksichtigt wurden. Was vergleichsweise selbstverständlich klingt, ist aber leichter gesagt als getan. Es gibt unzählige Beispiele für merkwürdige Entwicklungs-Fails, wie beispielsweise die iPhone App Health, die bis vor kurzem sämtliche körperliche Aktivitäten tracken konnte, bis auf den Menstruationszyklus. Ein Fehler, der auf das Fehlen menstruierender Personen in den Entwicklerteams zurückzuführen war. Sie hatten die Menstruation schlichtweg nicht auf dem Schirm gehabt, weil es sie nicht betraf. Seifenspender mit Sensoren, die dunkle Haut nicht erkennen oder Security Scanner am Flughafen, die krauses Haar nicht lesen können, sind zwei weitere

Beispiele, wie sie die US-amerikanische Soziologin Ruha Benjamin in ihrer Studie „Race after Technology“ zusammengetragen hat.

Darauf hingewiesen, reagieren Unternehmen meist ähnlich betroffen wie Rossmann oder Gucci. Viele wollen Menschen gar nicht bewusst ausschließen oder diskriminieren, sie tun es aber trotzdem. Damit das nicht passiert, braucht es überzeugende Strategien, die die spezifischen Lebensrealitäten der Zielgruppen nicht nur berücksichtigen, sondern auch verstehen. Doch wie können diese Strategien von Menschen entwickelt werden, die ihre Notwendigkeit aus ihrer eigenen alltäglichen Lebenserfahrung heraus gar nicht erkennen können, schlimmstenfalls nicht erkennen wollen? Da genügen keine Diversity-Kurse! Dazu braucht es ein radikales Umdenken und die Etablierung diversifizierter Teams, die so selbstverständlich arbeiten, dass sie gesellschaftliche Vielheit als Norm leben. Ich möchte bezweifeln, dass den meisten bewusst ist, was das wirklich bedeutet.

Das Gegenteil von Diversität ist eine homogene Welt, in der alle in etwa die gleichen Vorstellungen und Ansprüche haben. Das wäre vielleicht ziemlich langweilig, es würde aber kaum zu großen Konflikten kommen und Planung wäre leicht. (Die Dinge werden selbstverständlich und niemand muss sich ausführlich erklären.)o.c. Warum sich also den Stress machen? Die Antwort ist vielleicht etwas ernüchternd: Weil die homogene Welt den Stress einfach auslagert und das weder gerecht noch demokratisch ist.

Wenn die Journalistin Charlotte Wiedemann ihr westdeutsches Klassenfoto von 1960 beschreibt, dann ist ihr die konstruierte Homogenität bewusst: „Wir hießen Erika, Hildegard, Sigrid, Peter, Norbert, Eberhard. Haarfarbe meist zwischen blond und hellbraun. Die Familiennamen alle langheimisch deutsch“, schreibt sie in „Der lange Abschied von der weißen Dominanz“. Fast überflüssig, weil so selbstverständlich, scheint es ihr zu erwähnen, Zitat: „dass wir alle der herrschenden Norm von Gesundheit und altersgerechter Entwicklung entsprachen“, denn „Kinder mit einer Einschränkung waren vorher aussortiert worden. Inklusion, die Idee, war noch nicht geboren.“

Dieses „Aussortieren“ betraf beispielsweise auch etwa 5000 nicht-eheliche Kinder, die kurz nach 1945 in Westdeutschland aus Verbindungen mit ausländischen, zumeist US-amerikanischen, Schwarzen Soldaten hervorgingen. Sie stellten ein Politikum dar, das im Bundestag als „rassisches Problem“ debattiert wurde. Sie wurden als „gemeinschaftsschädlich“ und „nicht integrierbar“ betrachtet. Während Charlotte Wiedemann die Schulbank drückte, wurden die Mütter von 2500 Kindern, deren Hautfarbe nicht in ein homogenes Deutschlandbild passen wollte, davon überzeugt, ihre Kinder zur Adoption in die USA freizugeben. Derartige Homogenisierungsversuche gab es immer wieder. Mitte der 1980er Jahre ging es darum, die durch Anwerbeabkommen angelockten sogenannten Gastarbeiter und Gastarbeiterinnen, die beschlossen hatten, ihre Zukunft in Deutschland zu gestalten, wieder los zu werden. Deutschland dämmerte allmählich, dass über die vermeintlich gute Idee hinaus, billige Arbeitskräfte für unliebsame Arbeit zu gewinnen, die Integration dieser in die deutsche Gesellschaft überhaupt nie bedacht worden war. Dieses Nichtbedenken legte damals den Grundstein für die Entwicklung der als

„parallel“ betitelten Gesellschaften, deren Mitglieder sich - so heißt es bis heute - einer Integration verweigern würden. Denn nicht alle nahmen die finanziellen Prämien der Bundesregierung an, um in ihre Herkunftsländer zurückzukehren. Um unter anderem diese Menschen und ihre Kinder als *neue* deutsche Staatsbürgerinnen und -bürger kenntlich zu machen, wurde 2005 im Zuge des Mikrozensus der Begriff „Migrationshintergrund“ offiziell eingeführt, damit man fortan zwischen den richtigen Deutschen und den Nicht-ganz-Deutschen unterscheiden könne. Per definitionem macht das nun eine ganze Reihe Deutscher, die ihr Deutschsein vielleicht zuvor nie infrage gestellt hatten, weil in Deutschland geboren und aufgewachsen, zu nicht-ganz-Deutschen. Nämlich solche mit mindestens einem Elternteil, der bei der Geburt nicht die deutsche Staatsangehörigkeit hatte. Eine dieser plötzlich nicht mehr ganz Deutschen bin ich. Wir „Pass-Deutschen“, wie es in eher rechten Kreisen heißt, dürfen und können zwar mehr oder weniger alles genau so tun, wie die richtigen Deutschen auch, nur gehören wir irgendwie nicht so richtig dazu. Wir sind nicht voll integriert, was uns nicht selten zum Vorwurf gemacht wird. Doch wie genau integriert man sich eigentlich in etwas, was die Integration von Beginn an nie vorgesehen hatte?

Dieses fortwährende Infragestellen der Zugehörigkeit macht etwas mit den Menschen. Und was bedeutet das für die Idee von Diversität?

Die britische Kulturwissenschaftlerin Sara Ahmed hat sich mit dem Konzept von Diversität im institutionellen Kontext befasst. Für ihre Studie „On being included. Racism and Diversity in Institutional Life“ befragte sie Personen, die von Institutionen unter dem Oberbegriff „Diversity“ eingestellt worden waren. Diese sollten, ähnlich wie Gleichstellungsbeauftragte, für ein buntes, ausgewogenes Arbeitsumfeld sorgen. Was, grob gesagt, so viel bedeutet, wie: aufzupassen, dass nicht nur weiße Männer für den Betrieb sorgen. Die Berichte dieser Personen über ihren jeweiligen Arbeitsalltag sind sich auffallend ähnlich und lassen den Schluss zu, dass man sich Diversität zwar gerne auf die Fahnen schreibt, die Konsequenzen aber nicht wirklich gewollt sind. In den Chefredaktionen großer deutscher Medienunternehmen zum Beispiel sind zwar theoretisch mehr Menschen mit sogenanntem Migrationshintergrund gewünscht, um eine Vielheit der Perspektiven in der Berichterstattung zu gewährleisten, aber es werden kaum die Bedingungen dafür geschaffen, dass diese Menschen überhaupt in solche Positionen kommen können, wie die Studie „Diversity im deutschen Journalismus“ der Neuen Deutschen Medienmacher e.V. zeigt. Diversität wird nicht umfassend gedacht. Das ist ein bisschen so wie ein Unternehmen, das gezielt junge Mütter einstellen will, aber die Kinderbetreuung nicht mitdenkt und sich dann wundert, dass sich keine jungen Mütter bewerben und dies dann mit „mangelnder Qualifikation“ erklärt. Diversität bedeutet nicht ein buntes Unternehmensgruppenfoto, sondern weitreichende Arbeit, die vor allem sehr viel Veränderung mit sich bringt. Und in einer zunehmend globalisierten und digitalisierten Welt wächst der Druck.

Vor ein paar Jahren waren kopftuchtragende Frauen noch kaum Thema. Solange sie als Putzfrau arbeiteten, hat sich die Mehrheitsgesellschaft nicht für sie interessiert. Aber heute möchten deutsche Frauen mit Kopftuch an Schulen unterrichten oder vielleicht sogar Innenministerin werden und ihre Bildung macht es ihnen theoretisch

möglich. Aber praktisch? Eine wenig inklusive Gesetzgebung legt den Frauen Steine in den Weg. Die Frage ist also: Wird das überhaupt gewollt?

Und die Antwort darauf muss lauten: Ja, das muss gewollt werden, sofern wir an unserem Grundgesetz festhalten und eine demokratische Gesellschaft sein wollen! Die hat aber ihren Preis.

Das „Integrations-Paradoxon“ des Soziologen Aladin El-Mafaalani besagt, dass gelungene Integration eine Zunahme an Konflikten mit sich bringt. Je vielschichtiger die Gesellschaft, desto mehr Herausforderungen also. Bildlich gesprochen sitzen plötzlich alle Gruppierungen der Gesellschaft mit am Tisch, wo Entscheidungen getroffen werden und beginnen seine Regeln zu diskutieren. Die Probleme der anderen, werden zu den eigenen Problemen und alle sind gemeinsam als Gesellschaft in der Verantwortung. „Wenn wir es ernst meinen mit der Gleichberechtigung, dem friedlichen, respektvollen Miteinander, der Nachhaltigkeit, der Gerechtigkeit, dann braucht es mehr als nur hier und da kleine Änderungen - es braucht einen tatsächlichen Kulturwandel“, schreibt die Journalistin Kübra Gümüşay in „Sprache und Sein“. Sie fordert Gleichberechtigung auf Augenhöhe: „Wir [dürfen] keine bloße Illusion von [...] Pluralität verkaufen.“ Es muss darum gehen, mit „wir“ endlich alle zu meinen.

Für die Rossmann Wucherfrisur-Kampagne hätte das z.B. wie folgt aussehen können: Ein Aufruf an die Social Media Followerschaft, Vorschläge einzusenden, wie sie in aktuell herausfordernden Zeiten ihre je eigene Haar-Normalität herstellen. In einem lebendigen Dialog hätten so Pflgetipps ausgetauscht werden können, und vielleicht hätten auch ein paar Kundinnen und Kunden mit in krausem Haar ihre Rezepte zur Herstellung von individuellen Haarkuren geteilt. Oliven- und Kokosöl, Sheabutter und Haarscheren gibt es schließlich auch bei Rossmann zu kaufen. Bestenfalls bedeutet das: Glückliche Kundschaft, verkaufte Produkte und ein gutes Image in herausfordernden Zeiten. Das braucht aber ein neues, anderes, tiefgehendes Denken, eine Auseinandersetzung mit dem Gegenüber, ein Sich-Lösen von Selbstverständlichkeiten. Es ist ein Wagnis und eine Herausforderung für alle, aber das ist gelebte Demokratie.