

Plakatkampagne «Alt? Weg damit.» polarisiert

An mehreren Orten der Schweiz wurden Plakate aufgehängt, mit Seniorinnen und Senioren im Container. Esther Waeber-Kalbermatten will die Kampagne stoppen.



Plakate mit Seniorinnen und Senioren im Container kommen nicht überall gut an.

Bild: zvg

Nathalie Benelli

Plakate mit Seniorinnen und Senioren, die sich in einem Container befinden, sorgen für Empörung. «Alt? Weg damit.» lautet die Überschrift auf den Plakaten, die an Bahnhöfen und öffentlichen Plätzen in der ganzen Schweiz zu sehen sind.

Hinter der Aktion steckt die Non-Profit-Organisation Greenpeace Schweiz. Greenpeace habe damit keine Diskriminierung von Seniorinnen und Senioren beabsichtigt – im Gegenteil. «Greenpeace Schweiz möchte damit darauf aufmerksam machen, dass Produkte viel zu schnell weggeworfen werden», schreibt die Organisation in einer Medienmitteilung.

Die Werbeaktion stösst aber auf Kritik. Esther Waeber-Kalbermatten setzt sich als Co-Präsidentin des Schweizerischen Seniorenrates SSR gegen diese Plakatkampagne zur Wehr. Auf Facebook schreibt sie: «Ich kann kaum glauben, dass es eine solche Kampagne gibt.» Sie veröffentlicht auf Facebook einen Brief, den sie an die Urhe-

ber der Plakatkampagne richtet: «Mit der Plakatkampagne «Alt? Weg damit.» will sich Greenpeace Schweiz für mehr Nachhaltigkeit starkmachen. Sicher ein ehrbares Ziel, dafür aber Seniorinnen und Senioren in den Container zu werfen, macht uns perplex.» Eine Plakatkampagne dürfe sicher provozieren, aber die Kampagne sprengt jegliche Verhältnismässigkeit, sei respektlos gegenüber älteren Menschen und erschwere das Miteinander in der Gesellschaft über alle Altersgruppen hinweg, moniert Waeber-Kalbermatten.

Im Namen des Schweizerischen Seniorenrates (*ssr-csa.ch*), der als Dachorganisation 170'000 Mitglieder vertritt, fordert Waeber-Kalbermatten Greenpeace auf, «diese unsägliche Kampagne» zu stoppen. Andernfalls behalte sich der SSR weitere Schritte vor. Unterzeichnet ist der Brief auch von Reto Cavegn, Co-Präsident SSR.

«Alles, was Menschen aufgrund ihres Alters stigmatisiert, ist extrem fraglich und verwerflich», sagt etwa Peter Burri, Mediensprecher der Organi-

sation Pro Senectute Schweiz, zu der Today-Zentralredaktion. Da sie bei den Plakaten aber stark mit einer Teaserkampagne für ein Produkt oder eine Mitgliedschaft rechneten, halte sich die Kritik in Grenzen, sagt Burri. «So oder so finden wir den Ansatz der Kampagne aber eher plump.» Seniorinnen und Senioren gehörten «alles andere als in den Kübel». Laut Burri sind sie im Zusammenhang mit der Betreuung von Kindern und Angehörigen und dem Fachkräftemangel ein wichtiger Pfeiler in der Gesellschaft.

Greenpeace erklärt, man wolle mit der Plakataktion nicht Seniorinnen und Senioren diskriminieren. Im Gegenteil, man wolle darauf aufmerksam machen, dass Ressourcen, Geräte und Kompetenzen viel zu schnell aussortiert würden. Die Auflösung der Teaserkampagne erfolge spätestens bis Dienstag. Werbung darf provozieren. Aber es darf auch darüber diskutiert werden, ob sich Werbung schlicht und einfach jenseits des guten Geschmacks befindet.

«Ich kann kaum glauben, dass es eine solche Kampagne gibt.»



Esther Waeber-Kalbermatten
Co-Präsidentin SSR
