Offener Brief Klagenfurt, 20. Juni 2026

An Herrn
Dr. Peter Nimmervoll,
Dominikus Zehrer GmbH,
Alter Platz 7,
9020 Klagenfurt

Sehr geehrter Herr Dr. Nimmervoll,

ich schreibe Ihnen, weil ich die Sache für wichtig genug halte – nicht, weil ich glaube, dass wir uns über Hausrecht, über Benehmen oder über den Briefwechsel zwischen Ihnen und Herrn Stiehl weiter austauschen müssen. Das alles ist nicht mein Thema und war es nie. Mein Thema ist der Produktname. Nur der. Und zu diesem Thema möchte ich mich äußern – als Kulturwissenschaftler, aber auch als Bürger.

I. Absicht und Wirkung sind zwei verschiedene Dinge

Sie sagen, Sie meinen mit der Bezeichnung keine Personen, sondern ein Produkt. Ich glaube Ihnen, dass das Ihre Absicht ist. Trotzdem genügt das nicht, um das damit verbundene Problem aus der Welt zu schaffen. Denn aus der Sprachwissenschaft und der aus der volkskundlichen Kulturwissenschaft wissen wir: Was eine Bezeichnung tut, hängt nicht davon ab, was der Sprecher meint – es hängt unter anderem davon ab, welche Bedeutungsgeschichte sie mit sich trägt.

Luca Melchior, Sprachwissenschaftler und Kollege an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, hat das zur Frage Ihrer Produktbezeichnung jüngst auf den Punkt gebracht:

„Damals wurde es als neutrale Bezeichnung verwendet. Intrinsisch war sie aber immer schon rassistisch konnotiert, weil die Einstellung der Weißen gegenüber der Schwarzen immer von Überlegenheit geprägt war. Sie wurden als weniger wert empfunden."

Der Begriff ist also nicht irgendwann neutral gewesen und erst später problematisch geworden. Er ist in einer historischen Situation entstanden, die Menschen mit dunklen Hautpigmenten — heute bezeichnen sie sich selbst als POC, People of Color — als minderwertig eingestuft hat, und er trägt diese Begriffsgeschichte noch in sich, ob jemand daran denkt oder nicht. Dass man früher keine Gedanken daran verschwendet hat, wie Melchior ebenfalls feststellt, ist kein Gegenargument. Was er damit meint: Die Wirkung einer Aussage ergibt sich bisweilen unabhängig davon, was die Beteiligten beabsichtigt haben.

Melchior weiter: „In dem Moment, wo ich mich für eine bestimmte Sprachverwendung entscheide, positioniere ich mich. Neger ist eine Bewertung und sie ist klar negativ. Die Wörter Hund und Köter meinen auch dasselbe Tier." Vielleicht macht Ihnen dieser Vergleich deutlich, worum es geht. Es geht um die Wertung, die in einem Wort mitschwingt – auch dann, wenn man behauptet, glaubt oder annimmt, man könne das ausblenden.

II. Das N-Wort: Klassifizierung und ihre Folgen

Melchior hat noch auf etwas anderes hingewiesen, das mir wichtig erscheint. Eine Bezeichnung von außen, so erklärt er, „bildet eine Kategorie, die Menschen aufgrund eines Kriteriums gruppiert und de-individualisiert“. Das heißt: Wer den Begriff verwendet, auch wenn er nur ein Produkt damit benennen will, ruft eine Kategorie auf. Und diese Kategorie hat eine Geschichte. Sie hat Menschen sortiert, eingesperrt, versklavt, ermordet.

Haben Sie sich einmal vorgestellt, wie es ist, täglich in einer Gesellschaft zu leben, in der man unabhängig von der eigenen Person, der eigenen Bildung, der eigenen Biografie, allein wegen der Hautfarbe als Drogendealer unter Verdacht gerät, bei jeder Fahrscheinkontrolle als Erster herausgegriffen wird, als arbeitsscheuer Schmarotzer adressiert wird? Dieser rassistische Verdacht ist für Menschen, die mit dem N-Wort klassifiziert werden, alltäglich. Das ist ein Fakt, festgestellt von Wissenschaftler:innen, von Betroffenen, von Menschenrechtsorganisationen. Er ist keine Erfindung empfindlicher Aktivist:innen, von „Woken“ oder „Gutmenschen“.

Eine Frage, die ich Sie bitte zu bedenken: Kann ein Produktname, der diese Klassifikation aufruft – auch wenn es nicht so gemeint ist, auch wenn die meisten, die ihn benutzen, „nichts gegen Schwarze" haben –, zu eben dieser Normalisierung beitragen? Die Bezeichnung ist Teil eines gesellschaftlichen Musters, das für Ihre Kund:innen und Sie keine alltäglichen Konsequenzen nach sich zieht.

III. Was Zensur ist – und was nicht

Sie und einige Ihrer Unterstützer:innen reden von Zensur. Ich möchte Sie darauf hinweisen, dass der Begriff hier schlicht nicht zutrifft.

Erstens: Zensur ist eine staatliche Maßnahme. Sie bedeutet, dass eine Behörde oder Institution mit legislativer oder exekutiver Macht etwas verbietet. Ich habe Ihnen nichts verboten. Herr Stiehl hat Ihnen nichts verboten. Niemand kann gegen Ihre Bezeichnung mit staatlichen Mitteln vorgehen. Was Sie hören, ist Kritik. Das ist etwas anderes.

Zweitens: Sie haben sich mit dem Produktnamen öffentlich positioniert – bewusst, mit Infoblatt im Regal und Begründung in Medien. Wer das tut, tritt in den öffentlichen Raum. Und wer in den öffentlichen Raum tritt, muss Widerspruch aushalten. Das ist kein Angriff auf Ihre Freiheit. Das ist genau der Mechanismus, der Freiheit möglich macht.

Drittens: Mir geht es nicht darum, Ihnen vorzuschreiben, wie Sie Ihr Geschäft führen. Mir geht es darum, öffentlich zu benennen, was dieser Produktname gesellschaftlich bedeutet – in diesem Moment, in diesem Land, in diesem politischen Klima. Das ist meine Arbeit als Wissenschaftler und meine Aufgabe als Bürger.

IV. Die Wirkungen, die zählen

Wir leben in einer Zeit, in der Hass auf Minderheiten politisch die Oberhand zu gewinnen droht. Mit dem Begriff „Remigration" wird versucht, Staatsbürger:innen das Recht, hier zu leben, abzusprechen. Formulierungen, die vor zehn Jahren in der Mitte der Gesellschaft noch undenkbar gewesen wären, sind heute in Parlamenten alltäglich. Die Entwertung von Menschen aufgrund ihrer Herkunft, ihrer kulturellen und religiösen Praktiken oder Hautfarbe findet nicht mehr nur am Rand statt, sondern in der Mitte der Gesellschaft. In diesem Klima hat die Normalisierung diskriminierender Sprache eine Wirkung, die über einen einzelnen Produktnamen weit hinausgeht.

Ich habe mich zurückgehalten, Ihnen persönliche Absichten oder politische Haltungen zu unterstellen. Das tue ich weiterhin. Aber wenn jemand in diesem Klima die Beibehaltung eines rassistisch konnotierten Begriffs zur Prinzipienfrage erklärt, jeden Widerspruch als Zensur bezeichnet und sich öffentlich auf den Vergleich mit dem Kaiserschmarrn beruft, dann muss er sich sagen lassen, dass er wie jemand auftritt, der zu einem Klima beiträgt, das Rechtsextremisten und Faschisten Vorlagen liefert. Nicht weil er das will. Aber weil es so wirkt. Und weil diese Wirkungen zählen, nicht die Absichten.

Schauen Sie sich an, wer sich an Ihrer Seite positioniert. Welche Argumente dort ins Feld geführt werden. Welches Bild von Gesellschaft dort gezeichnet wird. Wollen Sie sich wirklich mit solchen Stimmen gemein machen?

V. Ist es das wert?

Das Produkt heißt intern bereits „Erdnussbrot". Es wird so fakturiert. Die Schokolade bliebe dieselbe. Die Kindheitserinnerungen Ihrer älteren Kunden blieben bestehen – sie sind mit dem Geschmack verbunden, nicht mit dem Wort. Was verloren ginge, wäre allein die Bezeichnung selbst und das Signal, das sie aussendet.

Ich frage Sie: Ist es das wert? Wert, an einem Namen festzuhalten, der Menschen verletzt, der sprach- und kulturwissenschaftlich als rassistisch konnotiert ist, der in einem aufgeheizten gesellschaftlichen Klima wirkt – und der Ihnen dauerhaft den Ruf einträgt, einen Kulturkampf zu führen, den Sie nach eigenen Worten gar nicht führen wollen?

Es ist keine Schande, die eigene Position zu ändern. Im Gegenteil: Wer nach einem öffentlichen Streit, nach dem Austausch von Argumenten, nach dem Abwägen ihres Gehalts zu dem Schluss kommt, sein Handeln zu überdenken, der zeigt damit, was einen mündigen, demokratischen Bürger und einen verantwortungsvollen Unternehmer auszeichnet: die Fähigkeit, sich von Gründen bewegen zu lassen. Das ist kein Zeichen von Schwäche. Das ist Charakterstärke.

Sollten Sie zu diesem Schluss kommen, hätten Sie meine volle Hochachtung.

Mit freundlichen Grüßen

Univ.-Prof. i.R. Dr. Klaus Schönberger
Klagenfurt / Celovec

Wir unterstützen den öffentlichen Brief:
Name, Vorname, [gerne auch Funktions- oder Berufsbezeichnung]