

Hannover, den 15 April 2008

**SCHNEIDER Versand GmbH**  
**- Geschäftsleitung -**  
**z.Hd.**  
**Herrn Risto Pfalz**  
**Herrn Carsten Muuß**

**Strandbaddamm 2 – 4**  
**22880 WEDEL**

**Eine Bitte um Verständnis**  
**Betr.: Ihre Werbung - Frottierserie „Buddha“ - im aktuellen Schneider - Katalog**

Namo Sakya Muni Buddha.

Sehr geehrter Herr Pfalz, sehr geehrter Herr Muuß,  
sehr geehrte Damen und Herren,

von Beziehern Ihrer Produkte bekamen wir Ihren sehr ansprechend und werbewirksam aufbereiteten Katalog für das Osterfest 2008 zugesandt. Auf Seite 326 Ihres Kataloges ist ein Angebot aufgeführt, dass Hand- und Duschtücher mit dem Abbild des Buddha („Frottierserie mit eingewebtem Buddha-Kopf“) offeriert. Diese Abbildung aber, wir bitten um Ihr Verständnis, löst bei vietnamesischen und deutschen Buddhistinnen und Buddhisten Betroffenheit aus.

Wir, die Buddhistinnen und Buddhisten in Deutschland, fühlen, dass unser Lehrer, der Erhabene Sakya Muni Buddha, der vor über 2500 Jahren in Nordindien die Erleuchtung erlangte, mit solchen als Gebrauchsgegenstände gefertigte Produkte lächerlich gemacht wird. Die Lehre des Erhabenen basiert auf dem Wissen um die Befreiung von Begierden (dem Habenwollen), der Befreiung von Abneigung und Unwissenheit. Mit solchen Produkten aber wird diese Lehre missachtet und herabgewürdigt. Selbstverständlich ist uns bewusst, dass PR und Marketing bestimmte Kundeninteressen bedienen müssen. Wettbewerb und Konkurrenzkampf in einer an multikulturellem Konsum orientierten Gesellschaft berechtigen die Firmen dazu, alles anzubieten, was verkauft werden kann und dem Zugewinn dient.

Die freie Marktwirtschaft zwingt dazu, jedes Mittel einzusetzen, das das Unternehmen am Markt hält und konkurrenzfähig macht. Schließlich leben viele Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vom Erfolg Ihres Unternehmens.

Leider werden immer wieder gerade buddhistische Abbildungen völlig wahllos - ohne ihre eigentliche Bedeutung zu berücksichtigen - vermarktet. Und gerade diese Form der Darstellung in der Öffentlichkeit berührt die religiösen Gefühle der Menschen, die die Lehre des Erhabenen kennen und die Werte einer friedfertigen, auf Harmonie ausgerichteten Religion geachtet wissen wollen.

In Deutschland, und dafür sind wir dankbar, besteht der Grundsatz „Die Freiheit des Glaubens, des Gewissens und die Freiheit des religiösen und weltanschaulichen Bekenntnisses sind unverletzlich.“ GG. Art. 4 (1)

Die Selbstverpflichtung Ihres Unternehmens („Hierbei ist es schon immer Unternehmensphilosophie, nicht jedem x-beliebigen Trend hinterher zu jagen, ...“ Quelle: [http://www.schneider.de/schneider/controller/about\\_einkauf](http://www.schneider.de/schneider/controller/about_einkauf)) stimmt uns zuversichtlich, Ihr Gehör zu finden.

Wir sind deshalb davon überzeugt, dass unsere Argumente Ihre Zustimmung finden werden.

Mit diesem Schreiben verbinden wir die höfliche Bitte: Bitte nehmen Sie die Frottierserie aus Ihrem Angebot. Denken Sie bitte bei der Zusammenstellung Ihrer Produktpalette an die Wirkungen auf religiöse Menschen, auf Buddhisten, Katholiken, Reformierte, Muslime, Hindus und viele andere. Wir würden uns darüber freuen. Im Namen aller Buddhistinnen und Buddhisten – Vietnamesen als auch Nicht-Vietnamesen - bedanken wir uns schon jetzt bei Ihnen sehr herzlich.

Über eine Antwort auf unser Schreiben würden wir uns besonders freuen.

Wir wünschen Ihrem Unternehmen, Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfolgreiches Handeln, Harmonie, Gesundheit und den Frieden im Buddha Dharma.

Hochachtungsvoll.

Ihr



NGO, Ngoc Diep, Dipl. Ing  
Vorsitzender der V.B.V.F.