Junge Welt / 05.02.2019 / Feuilleton / Seite 10

Lidl löscht

Soviel Aufregung um schnödes Gebäck gab’s selten. Andererseits hat der Discounter Lidl natürlich selber schuld. Der Spruch »Loch ist Loch« jedenfalls, mit dem der Handelskonzern in einem Facebook-Post meinte, Werbung für Bagels und Donuts machen zu müssen, brachte manchen Nutzer und einige Nutzerinnen auf die Barrikaden. Sie hatten die Behauptung in teils heftigen Worten als frauenfeindlich kritisiert. Am Sonntag abend hatte das Social-Media-Team den Beitrag dann von der Facebook-Seite genommen. Man habe bloß unterhalten wollen. »Unterhaltung hört aber da auf, wo sich Menschen verletzt fühlen, und das ist leider auch passiert«, schrieb das Team kleinlaut. (dpa/jW)

https://www.jungewelt.de/artikel/348536.sexismus-lidl-löscht.html