

Islamisierung:

Der Hijab-Wahn von Katjes zeigt, daß ganz Deutschland eine Dauerpropaganda-Sendung geworden ist

[Veröffentlicht am 04.02.2018 von Conservo](#)



Von David Berger^{*)}

In einem der großen Filmklassiker, dem Film „*Der Kardinal*“ (1963) von Otto Preminger kommt der Hauptdarsteller einen Tag vor dem „Anschluss Österreichs ans Reich“ nach Wien.

- Und er ist erstaunt, dass selbst eine solch katholische Stadt ganz von der Propaganda der Nazis geprägt ist.



Als ich als junger Journalist mit dem Schreiben anfang, waren Nazivergleiche noch ein absolutes *No go*. Und zwar zu Recht. Inzwischen sind sie selbst bei unseren Qualitätsjournalisten üblich geworden, wenn es darum geht, die Kritiker des Systems Merkel zu diskreditieren.

Ich will hier auch nichts vergleichen, aber muss gestehen, dass ich in den letzten Tagen, in denen ich durch Deutschland reiste, immer wieder an diese Filmszene denken musste (*Siehe Foto oben - Screenshot youtube*):

Als der Kardinal in genanntem Film (*Trailer unten*) bemerkt, dass selbst an den Türmen des Stefansdoms die Hakenkreuzfahnen wehen – noch bevor sich Österreich für den Anschluss ans Reich entscheiden wird. Wäre ich in der DDR groß geworden, würde ich mich vermutlich eher an die Parteiplakate der damaligen Zeit erinnern. ***Wie auch immer, wer durch Deutschland reist, bemerkt:***

- ❖ ***Deutschlands Öffentlichkeit ist zu einer Dauerpropaganda-Sendung für die Islamisierung und die untrennbar damit verbundene Refugee-welcome-Ideologie verkommen.***

In Schaukästen machen Städte Tourismuswerbung mit [Burka-Frauen](#), die in einer Gruppe mit fröhlichen „Südländern“ vor der Kulisse der Städte zeigen, [Krankenkassen](#) suchen mit großen Werbebannern, auf denen blonde Frauen stets mit „Südländern“, häufig mit „Hipsterbärten“ kombiniert sind, nach neuen Mitgliedern. Ein [Bundesamt](#) sucht nach neuen Mitarbeiterinnen. Welche sie sich wünschen, macht die Werbung deutlich: Auch hier eine Frau mit Hijab.

- ❖ ***Und seit einigen Tagen kann man keinen Bahnhof mehr betreten, keine 500 Meter weit durch eine Fußgängerzone laufen, ohne dass einem in über-***

menschlicher Größe die Hijab-Frau von Katjes bis zum Erbrechen aufs Auge gedrückt wird.



Die Werbung ist so plakativ, so überdimensional, so aufdringlich – und zugleich, angesichts der derzeitigen Situation im Iran, so offensiv perfide, dass man fast geneigt ist zu fragen, ob das vielleicht eine „Kunstaktion“ ist, mit der Katjes uns eigentlich in ironisch überzogener Weise auf den von mir beklagten Zustand hinweisen möchte.

Aber da würde man wohl die intellektuellen Kapazitäten der Firma ebenso überschätzen wie die ihrer Kunden.

*) Der Berliner Philosoph, Theologe und Autor *Dr. David Berger* betreibt das Blog PHILOSOPHIA PERENNIS (<https://philosophia-perennis.com/2018/02/04/dauerpropa-sendung/>)