Das war’s mit der Zigeunersauce…wieder eine Schlacht, die verloren ist.

„Paprikasauce Ungarische Art“, so wird die Zigeunersauce von Knorr zukünftig heißen, die wir alle seit Jahrzenten kennen. Der Unilever-Konzern weicht wie so viele andere vor dem Zeitgeist zurück, der schon das Zigeunerschnitzel von den Speisekarten getilgt hat und den Sarotti-Mohr aus den Schokoladen-Regalen der Supermärkte.

Eine weitere Schlappe im Kampf um den Verlust unserer Identität, zu der Traditionen und Marken gehören. Weil es eben gar keinen Kampf gibt, und weil kaum noch einer von uns in einer Schlacht kämpfen will, die längst verloren ist. Selbst der Zentralrat der Sinti und Roma ließ verlautbaren, das mit den Zigeunersaucen sei gar nicht mehr so dringlich. Aber unter dem Druck des linksgrünen Gutmenschentums weichen selbst große traditionsreiche Unternehmen…