

# »Du bist dick, hast eine Glatze und keine Zähne im Mund«

Die neue »Du bist Deutschland«-Kampagne macht die Schwächsten der Gesellschaft stark. Getragen wird sie von öffentlich-rechtlichen wie privaten TV-Anstalten, zahlreichen Medienunternehmen, Verlagshäusern und namhaften Unternehmen anderer Branchen.

Von Reinhard Backes

**I**m Grunde ist es einfach: Die demografische Entwicklung, über Jahre ignoriert, wird die bundesdeutschen Verhältnisse nachhaltig verändern. Statistisch lassen sich düstere Szenarien durchspielen, doch was kommt, weiß letztlich niemand zu sagen. Eins ist aber allemal klar: Kinder braucht das Land. Sie sind zum »knappen Gut« geworden, und das nicht nur statistisch oder gar ökonomisch gesehen. Kinder sind Leben, Emotionen, Zukunft. Das wissen Eltern am besten, aber auch diejenigen, die sich um die Jüngsten und Schwächsten der Gesellschaft kümmern, ob als ältere Geschwister, Großeltern, Erzieher oder Lehrer. Ohne Kinder vergeht eine Gesellschaft nicht nur statistisch, sondern vor allem auch emotional. Allgemeinut ist diese Erkenntnis allerdings nicht. Dass die im September 2005 von den größten Medienunternehmen des Landes gestartete Kampagne »Du bist Deutschland« nun eine Wiederholung erfährt, diesmal aber ganz den Kindern gewidmet ist, ist folglich ein Gewinn.

Die Kampagne will »eine positivere Einstellung gegenüber Kindern vermitteln«. Der Nachwuchs soll »wieder selbstverständlicher willkommen« sein. Nach den Worten von Gunter Thielen, Vor-

standsvorsitzender des Medienunternehmens Bertelsmann, soll »Du bist Deutschland« dazu beitragen, dass von Kindern nicht nur als »Zukunft des Landes« gesprochen wird, sondern dass sie im Alltag auch diesem Anspruch entsprechend behandelt werden. Thielen: »Wir brauchen ein Klima der Kinderfreundlichkeit. Mög-

geboren, 0,3 Prozent weniger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. 2006 lag die Geburtenrate bei 1,33 pro Frau, in Frankreich und Island hingegen bei rund 2,1 Kindern pro Frau. Nur ein Viertel der Deutschen ist nach einer Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach davon überzeugt, in einem



Du bist Deutschland

## Du

bringst unser ganzes Leben durcheinander.

Seitdem du da bist, ist Rambazamba angesagt. Und wir lernen von dir täglich Neues: wie man die kleine Schwester mir nichts, dir nichts zum Lachen bringt. Wie man Papa ganz entspannt im 100-Meter-Freistil-Schwimmen schlägt. Oder wie man die schrägen Blicke der anderen ganz einfach überlächelt. Langsam fangen wir an, die Welt mit deinen Augen zu sehen:

Und endlich macht alles Sinn.

lichst viele Menschen in unserem Land müssen an einem Strang ziehen – egal ob aus Politik, Wirtschaft oder als Bürger.«

Die Kampagnenmacher verweisen auf die Zahlen des Statistischen Bundesamtes. Demnach wurden im ersten Halbjahr 2007 in Deutschland 313.100 Kinder

kinderfreundlichen Land zu leben. In Frankreich sind es 80 Prozent. Der Studie zufolge nennen Deutsche zwei als ideale Kinderzahl; die Mehrheit der Franzosen wünscht sich statistisch gesehen hingegen 2,4 Kinder, 36 Prozent der Nachbarn sogar drei und mehr Kinder. In Deutsch-

land wollen dagegen nur 16 Prozent drei bis vier Kinder haben. Eine deutliche

Ein kleines Malheur. Eigentlich haben wir nur kurz nicht aufgepasst. Aber es ist

sehen, dass offenkundig die genetische Abweichung Down-Syndrom aufweist –



**Du**

**warst ein Unfall.**

Ein Unfallchen. Ein kleines Malheur. Eigentlich haben wir nur kurz nicht aufgepasst. Aber es ist ja noch mal gut gegangen. Sehr gut gegangen. Besser hätte es gar nicht gehen können! Die ganze Welt kann's ruhig wissen:

**Hurra! Wir waren schuld!**

und dem Betrachter lachend und ein wenig herausfordernd die Zunge entgegenstreckt. Auch hier ermuntert der Text, Leben anzunehmen, und nicht, es aufgrund von Behinderung in Frage zu stellen: »Du bringst unser ganzes Leben durcheinander. Seitdem du da bist, ist Rambazamba angesagt. Und wir lernen von dir täglich Neues: wie man die kleine Schwester mir nichts, dir nichts zum Lachen bringt. Wie man Papa ganz entspannt im 100-Meter-Freistil-Schwimmen schlägt. Oder wie man die schrägen Blicke der anderen ganz einfach überlächelt. Langsam fangen wir an, die Welt mit deinen Augen zu sehen: Und

Mehrheit kinderloser Paare in Deutschland (78 Prozent) verbindet mit Kindern »finanzielle Einbußen«.

ja noch mal gut gegangen. Sehr gut gegangen. Besser hätte es gar nicht gehen

endlich macht alles Sinn.« In Zeiten gesellschaftlich akzeptierter und staatlich

Und: Nach einer Untersuchung des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung und der Robert Bosch Stiftung, will in Deutschland jeder vierte Mann und jede siebte Frau kinderlos bleiben.

Bei so viel Desinteresse am Kind wundert es nicht, dass es um den Schutz der Schwächsten unserer Gesellschaft nicht zum Besten steht. Zu Recht erklärte die Bundesgeschäftsführerin des Deutschen Kinderhilfswerks, Heide-Rose Brückner, zum Start der jüngsten Kampagne von »Du bist Deutschland« im Dezember 2007: »Kinder bekommen in Deutschland zu wenig Aufmerksamkeit.«

Bemerkenswert ist, dass die Anzeigenmotive auch die Rechte ungeborener wie behinderter Kinder nicht unerwähnt lassen. So zeigt



**Du**

**bist dick, hast eine Glatze und keine Zähne im Mund.**

Mama findet, du kommst nach Papa. Papa findet, du kommst nach Mama. Aber eigentlich siehst du eher aus wie Oma. Eben absolut wunderschön.

**Du kleines Supermodel.**

ein Bild eine junge Frau im Bikini, die ein Kind an sich drückt; der Text dazu: »Du warst ein Unfall. Ein Unfallchen.

können! Die ganze Welt kann's ruhig wissen: Hurra! Wir waren Schuld!« Auf einem weiteren Motiv ist ein Kind zu

subventionierter vorgeburtlicher Selektion sind solche Motive wirklich ein Gewinn.