

## Die Armen machen einfach nicht mit!

Ein verregneter Sonntagnachmittag in Flensburg führt ins Kino. Die Reihen sind gut gefüllt. Popcorneimer und Riesensgetränkbecher werden vorsichtig zum Platz balanciert. Bevor der Film losgeht, rieselt jede Menge Werbung von der Leinwand. Nach witzigen Pinguinen und tölpelhaften Jungeselle dann der Schock der Realität. Ein kleines Kind drückt sich sehnsuchtsvoll die Nase an einer Schaufensterscheibe platt. So gerne hätte die Kleine einen kleinen Hasen an sich gedrückt. Dann wird im Gegenschnitt diese Sehnsucht gestillt: das Mädchen streichelt glücklich in der Begegnung mit anderen Kindern eine Ziege, ein Pferd und hält dann einen Hasen im Arm. Gekauft hat sie die Vierbeiner nicht, sondern einfach an einem Schulausflug teilgenommen. Möglich gemacht hat das die Bundesregierung, die mit dem so genannten Bildungspaket Kindern aus armen Familie die Teilnahme am Schulausflug bezahlt. Schönes Deutschland.

Das Filmchen - und noch drei andere über Mittagessen, Sportvereine und Nachhilfe - kann man sich im Internet anschauen. Die Spots sind Teil einer Infokampagne, für die die Bundesregierung insgesamt 2,6 Mio Euro ausgibt. Die Informationsangebote richten sich zum einen an die breite Öffentlichkeit mit Schwerpunkten bei der Zielgruppe "Leistungsberechtigte Familien" zum anderen an die "Multiplikatoren", also Verbände, Vereine, Schulen, Kindertageseinrichtungen etc., wie die Bundesregierung eine Kleine Anfrage im Bundestag beantwortete. Ein Kinopublikum könnte mit viel gutem Willen als breite Öffentlichkeit durchgehen, wenn da nicht die Eintrittspreise dafür sorgen würden, dass sich keine armen Familien in den bequemen Sesseln räkel; also eine soziale Selektierung vorgenommen wird. Von Multiplikatoren kann auch nur zufälligerweise die Rede sein. Die Bundesregierung informiert also mit den aufwändig produzierten Kinospots keineswegs die potenziellen Empfänger des Paketes, sondern ganz gezielt und bewusst die Anderen. Diejenigen, denen es gut geht. Ihnen wird eingebläut, dass die

Armen keine Kompetenzen haben - sie müssen sogar über das Offensichtliche und Eindeutige beraten und in Kenntnis gesetzt werden. Tenor einer hysterischen Nachrichtenhype wenige Wochen nach Einführung des Paketes, das von den Armen undankbarerweise gar nicht abgerufen wird. Sie kriegen es nicht hin, ihre Kinder an einem Tier streicheln zu lassen. Blöde Arme. Die Bundesregierung konstruiert mit ihrer Kampagne die altbekannte Geschichte von der Armut als individuelles Versa-



gen; kein Wort und kein Bild zum Verteilungsproblem und zur Gerechtigkeit. Die Anderen sind beruhigt. Die Armen, Pointe der Kinospots, bekommen das überhaupt nicht mit.

Die UN hat dagegen in Deutschland nicht nur genau hingeschaut, sondern deren Wirtschaftsausschuss hat die Bundesregierung sogar kräftig für deren Ausgrenzungspolitik kritisiert. Arbeitslose würde das Recht auf gerechtes Entgelt genommen, Frauen und Menschen mit Behinderungen auf dem Arbeitsmarkt benachteiligt und Rassismus sei in deutschen Behörden und Personalbüros an der Tagesordnung. Nachzulesen im Vorbericht des Ausschusses, der Anfang Juli der Presse zugespielt wurde. Die Vereinten Nationen trauen vor allem dem Braten mit dem Namen Bildungspaket nicht. Sie fordern die Bundesregierung auf, de-

ren Auswirkungen auf die Kinderarmut „fortlaufend zu prüfen“. Wird die Bundesregierung nach objektiver Prüfung herausfinden, dass das Bildungspaket die Bedürftigen zu Bittstellern degradiert? Wird sie einsehen, dass sie massiv die Werbetrommel rührt, um das Bild des inkompetenten Armen weiter zu verfestigen? Eher unwahrscheinlich. „Mitmachen möglich machen“, so der Slogan des Kinospots, ist genau das, was die Bundesregierung vorgaukelt, aber im Ansatz erstickt.

Mit dem "Bildungspaket" werden die Hartz4-Empfänger verarscht. Auch der neue Hartz4-Regelsatz sichert höchstens das nackte Überleben. Zu dem vom Bundesverfassungsgericht formulierten Grundrecht auf ein menschenwürdiges Existenzminimum gehört neben der Sicherung der physischen Existenz "auch die Sicherung der Möglichkeit zur Pflege zwischenmenschlicher Beziehungen und zu einem Mindestmaß an Teilhabe am gesellschaftlichen, kulturellen und politischen Leben, denn der Mensch als Person existiert notwendig in sozialen Bezügen".

Doch davon nichts im neuen Hartz4-Gesetz. Dieses Produkt sozialer Kälte, nimmt den Armen noch mehr die Würde, indem sie sie zu Bittstellern macht. Und es lässt sie weiter verarmen. Bis Ende 2010 haben sich die Regelsätze seit Einführung im Jahr 2005 um ganze 19 Euro erhöht: von 345 auf 364 Euro. Von dem Regelsatz 364 Euro sind jedoch fast 12 Prozent von der Inflation aufgeessen. Er hat nur noch die Kaufkraft von 321 Euro, also weniger als die 345 Euro bei Einführung von Alg II. Mit anderen Worten: Ein Hartz4-Empfänger ist heute um 24 Euro ärmer dran als 2005, er kann sich um sieben Prozent weniger leisten als noch vor sechs Jahren.

Vor diesem Hintergrund ist die Werbekampagne in zweifacher Hinsicht ein Armutszeugnis: die Armen finanzieren nämlich ihre eigene Verleumdung.

Zu bestellen bei: ComPress Verlag GmbH, Hoffnungstraße 18, 45127 Essen, Fax: 0201 24 86 484, [www.unsere-zeit.de](http://www.unsere-zeit.de)