

Abtreibung tötet. Definitiv

Von Birgit Kelle

Ist es überholt, Werbung für Abtreibung zu verbieten? Keineswegs. Der Abbruch einer Schwangerschaft darf nicht bagatellisiert werden. Man müsste sogar davor warnen – wie es der Staat ja bei harmloseren Nebenwirkungen tut.

Die 6000 Euro Strafgehalt sind ein Spottpreis für die Publicity, die Kristina Hänel gerade als Ärztin bekommt. Da müssen andere Mediziner weit tiefer in die Tasche greifen, um mit einem derartigen medialen Aufriss auf ihre Dienste hinzuweisen. Kristina Hänel führt als medizinische Dienstleistung Abtreibungen durch und hat dies auch auf ihrer Homepage beworben – wohl wissend, dass dies laut Gesetz im Strafrechtsparagrafen 219a verboten ist.

Jetzt ist sie verurteilt worden, traurig war darüber auch Frau Hänel nicht wirklich. Denn in dem Gerichtsfall, der uns aktuell eine Debatte über die Abschaffung des Paragraphen 219a (Werbung für den Abbruch der Schwangerschaft) beschert hat, steht vor allem eines fest: Wir erleben die perfide Inszenierung eines Skandals, um mit einem Musterprozess ein Gesetz zu kippen.

Strategisches Klagen, finanziert von Unterstützern, ist hoch im Kurs, in Berlin existiert bereits ein eigener Verein dafür, der Betroffene sucht. Das erst kürzlich gefällte Urteil zugunsten von Intersexuellen, welches vor dem Bundesverfassungsgericht verhandelt wurde, darf dabei mit Fug und Recht als Best-Practice-Beispiel benannt werden.

Nimm einen Betroffenen und lass ihn durch die Instanzen klagen, flankiere das Ganze mit der politischen Empörungswirtschaft, zaubere eine Petition und einen fertigen Gesetzentwurf aus dem Hut – und schon ist man medial ganz vorne mit dabei.

Wenn man dann noch einen Justizminister zur Hand hat, der gut vernehmbar „Relikt aus der NS-Zeit“ ruft, ist das in Sachen Marketing nahezu Gold wert. Wie schön, dass sich vor allem bei der SPD verlässlich immer Minister und auch -innen finden, die bereit sind, laut „Nein heißt nein“ zu rufen und #ausnahmslos immer und überall dabei sein zu wollen.

Verschachtelte Embryos

Nun ist es immer hilfreich, zu wissen, worüber man redet, wenn man etwas gesetzlich verbieten oder erlauben will. Im Fall des Strafrechtsparagrafen 219a gilt ein Werbeverbot für Abtreibung nämlich gar nicht generell, sondern nur für Werbung, die ein Arzt in „grob anstößiger Weise“ betreibt, oder in Juristendeutsch: „seines Vermögensvorteils wegen“.

In Normaldeutsch: wenn ein Arzt damit Geld verdienen will. Und ja, Ärzte verdienen damit Geld, die Götter in Weiß müssen auch von etwas leben. Es ist darum nur ehrlich, zu benennen, wie es ist: Abtreibung ist auch ein Geschäft. Weltweit.

Der Arzt und auch die Krankenschwester wollen bezahlt werden, und ganz nebenbei machen Abtreibungsorganisationen wie Planned Parenthood International auch noch Geschäfte mit den toten Föten, die als begehrtes Rohmaterial für medizinische Forschung und Produktion von Medikamenten herhalten. Wir reden hier also nicht über altruistische Hilfe für Frauen, sondern auch über widerlichste Geschäftemacherei mit den Körpern abgetriebener Kinder, die zu Profitzwecken verschachtet werden.

Wenn die Befürworter der Abschaffung des Paragraphen behaupten, Frauen hätten durch den Paragraphen 219a nicht oder nur erschwert die Möglichkeit, sich über eine Möglichkeit der Abtreibung

in ihrer Nähe zu informieren, sind sie entweder dämlich oder verschweigen die Wahrheit. Ich empfehle einfach mal, danach zu googeln

„Abtreibung“ und „in meiner Nähe“ komplettiert der Algorithmus schon von alleine. Ganz weit oben erscheint sofort eine Broschüre von ProFamilia mit dem ganzen Programm: verschiedene Methoden, Kosten, Beratungsstellen, Rechtslage. Abtreiben leicht gemacht. Und ich spreche hier von den allerersten Ergebnissen, nicht von langwieriger Recherche.

Längst leisten wir uns bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) einen aus Steuergeldern finanzierten, mobilen Beratungsstellensucher mit GPS-basiertem Ortungsdienst, der mir als Frau den Weg zur nächstgelegenen Beratungsstelle weist.

Es existieren in Deutschland 1600 registrierte Beratungsstellen für Schwangerschaftskonfliktberatung, die den nötigen Schein ausstellen, der für eine straffreie Abtreibung gebraucht wird. ProFamilia, die AWO und sogar die katholischen Beratungsstellen von Donum vitae sind darunter. Dazu hat die Caritas noch 300 weitere Beratungsstellen, der Sozialdienst der katholischen Frauen noch einmal 100, und es existieren unzählige ehrenamtliche und Online-Beratungen.

Alle registrierten Stellen haben die Verzeichnisse, welche Ärzte in der Nähe die Abtreibung durchführen würden. Wo also bitte schön liegt das Informationsdefizit? Rund 100.000 Frauen finden jährlich den Weg in eine Abtreibungspraxis, ganz ohne Werbung. Wollen wir die Zahl etwa erhöhen?

Scheinheilig ist wohl die beste Bezeichnung für diesen Aktivismus, den die Allianz aus Linker, SPD und Grünen ausgerechnet in der Vorweihnachtszeit an den Tag legt, um ihr Vorhaben durchs Parlament zu prügeln und dabei auszunutzen, dass es im Moment mangels Regierung real keine Koalitionszwänge gibt. Deswegen auch die Eile.

Vor lauter Lichterketten rückt es ein bisschen in den Hintergrund, aber wir warten im Advent auf die Ankunft eines Kindes in einer Krippe. „Hätt' Maria abgetrieben, wärt ihr uns erspart geblieben“ firmiert immer noch unter den Top Ten der widerlichen Slogans, die man Lebensschützern gerne unter die Nase hält, wenn sie auf das Lebensrecht ungeborener Kinder hinweisen. Frohe Weihnachten allerseits!

Von wegen „ergebnisoffen“

Natürlich wissen die Abtreibungsaktivistinnen selbst, dass ihre Argumente nicht gerade stichhaltig sind. Doch Gefühl sticht Fakten, wenn lauthals das juristisch gar nicht existente „Frauenrecht“ auf Abtreibung skandiert wird. Auch unser Immernoch-Justizminister Heiko Maas weiß als Jurist, dass diese scheinbar progressiven Argumentationslinien haken.

Weil man es trotzdem will, muss die Allerweltswaffe her, mit der man jahrzehntelang in diesem Land schon viele Meinungen erledigen konnte, die unliebsam im Weg standen: die Nazi-Karte. Dieser Paragraph sei ein NS-Relikt, sagt der Minister. Das wirkt quasi immer.

Das allein sei Grund genug, das Ding zu streichen. Auch hier gilt, entweder dämlich oder unwahr. Dieser Paragraph wurde in den vergangenen Jahrzehnten mehrfach durch die deutsche Justiz bestätigt, eben weil er ein hohes Gut zu schützen hat: das Leben der ungeborenen Kinder.

Nebenbei ist es im Nazi-Zusammenhang übrigens besonders putzig, dass sich Vertreterinnen von ProFamilia an die Kampagne zur Abschaffung des Paragraphen 219a angehängt haben und Frau Hänel freundlich „Solidarität“ und Petitionen zufächern. ProFamilia berät nun nicht nur fabelhaft „ergebnisoffen“, sie führt die durchaus ergebnisorientierte Abtreibung gleich auch noch selbst durch.

Bisweilen sogar im selben Haus. Beratung bitte nach rechts. Abtreibung bitte nach links. Nun war Frau Hänel nach eigener Auskunft einst selbst Mitarbeiterin von ProFamilia in Kassel, wo man schon 1996 Abtreibungen durchführte, also ein hauseigenes Aktivistinnengewächs.

Erheiternd wird das Nazi-Argument nun vor allem dann, wenn man weiß, dass der deutsche Gründer von ProFamilia, Hans Harmsen, im Dienste der Herren Nazis als Sozialhygieniker tätig war und als Eugeniker im Dritten Reich mitgeholfen hat, sich des Problems des „unwerten Lebens“ anzunehmen.

Wer also eine Entnazifizierung haben möchte, sollte lieber mal die Frage stellen, wieso eine Organisation, die von einem waschechten Nazi gegründet wurde, den man nicht etwa peinlich berührt fallen ließ, sondern gar zum Ehrenpräsidenten ernannte, heute, mit Steuergeld finanziert, an deutschen Schulen Sexualkunde-Projekte durchführen darf.

Vergessen wir also das angebliche Informationsdefizit und auch das hinkende Nazi-Argument, reden wir über die Werbung, davon handelt der Paragraph 219a schließlich, und diese ist wie der Name schon sagt: werbend. Pro. Selbst meine Neunjährige könnte Ihnen das erklären, sie lernt es zufällig gerade in der Schule: „Die möchten, dass die Leute die Sachen kaufen.“ Ja genau. Werbung für Joghurt will mich dazu animieren, das Produkt zu konsumieren. Werbung für Abtreibung will also nicht informieren, sondern werben. Tu es!

Und genau deswegen existiert dies Gesetz, weil der Gesetzgeber, wenn er es ernst meint mit dem Anliegen, Leben zu schützen, nicht ernsthaft Werbung zulassen kann für eine Handlung, die er als Straftat betrachtet und bei der er nur unter besonderen Umständen von einer Strafe absieht.

Wie Brustvergrößerung

Unrecht bleibt es dennoch. Völlig unabhängig davon, wie man zur Frage der Abtreibung steht, juristisch ist es eine Straftat. Ginge es hier um Steuerhinterziehung, hätten wir vermutlich sofort den Finanzminister am Hals. Oder kann sich jemand vorstellen, dass unser Rechtsstaat hinnehmen würde, wenn Steuerberater damit werben: „Steuerhinterziehung leicht gemacht. Wir zeigen Ihnen den Weg.“

Die Freigabe, via Werbung bei einer Straftat behilflich zu sein, müsste auch einen Justizminister eigentlich erschüttern, unterminiert es doch in der Bevölkerung das Unrechtsbewusstsein für die Tat. Und genau darum geht es doch offensichtlich.

Niemand rechnet ja ernsthaft mit reißerischer Werbung und Sonderangeboten à la „zeuge vier, behalte nur zwei“. Es geht in Wahrheit um die Banalisierung der Abtreibung zu einer normalen medizinischen Dienstleistung wie Brustvergrößerungen oder Hüft-OPs, schließlich ist diese „Dienstleistung“ doch eine Kassenleistung.

Auch dezente Werbung erzeugt zumindest die Wirkung: alles ganz normal. Wenn Werbung erlaubt wäre, würden wir sie zudem überall zu Gesicht bekommen, in Zeitungen als Anzeigen, in TV-Spots. Abtreibung eines Kindes als Spot in der Werbepause zwischen Fruchtjoghurt und dem neuesten iPhone. Entwürdigend.

Risiken und Nebenwirkungen

Doch wenn es am Ende tatsächlich Werbung sein soll, dann wäre es zumindest angemessen, das Produkt „Abtreibung“ in gleicher Form zu präsentieren, wie der Gesetzgeber es auch bei anderen Angeboten einfordert, die Risiken und Nebenwirkungen im Fahrwasser haben. Gerade drängelt sich Renate Künast von den Grünen auf jedes Bild in der Kampagne zur Abschaffung des Paragraphen 219a.

Die ehemalige Verbraucherschutzministerin kämpfte 2015 darum, Werbung für Süßigkeiten und ungesunde Lebensmittel für Kinder zu verbieten, weil dies den Kindern schade. Werbeverbote zum Wohl der Kinder, wie schön. Auch wegen des Kindeswohls haben wir inzwischen auf jeder Zigarettenschachtel ekelerregende Fotos und Warnhinweise. Abtreibung birgt auch Risiken und Nebenwirkungen, psychische und körperliche.

Es erhöht bei den Frauen das spätere Risiko von Fehlgeburten und ungewollter Unfruchtbarkeit und hinterlässt nicht selten Narben auf den Seelen der Frauen. Oder wussten Sie, dass die Selbstmordrate bei Frauen, die abgetrieben haben, im Vergleich zu jenen, die geboren haben, um ein Siebenfaches erhöht ist?

Bleibt am Schluss noch, das Risiko für das ungeborene Kind zu berücksichtigen. Wer als Gesetzgeber auf Zigarettenschachteln nachweislich schreiben lässt: „Rauchen kann Ihr ungeborenes Kind töten“, muss ehrlicherweise bei Werbung für Abtreibung gesetzlich den Hinweis erzwingen: „Abtreibung tötet Ihr Kind definitiv.“ Nur zu, Frau Künast, nur zu!