

Korrespondenz zum Thema

RedBull Babymützchen als Inhalt der Babybox der Stadt Leipzig

Anfrage des Redakteurs

Der Redakteur bezieht sich in seiner Anfrage auf die Bestückung der Babybox, welche werdende Eltern im Familieninfobüro der Stadt Leipzig abholen können. Dieser liegt unter anderem eine Babymütze mit dem RedBull Emblem bei. Dem Kinderschutzbund werden in diesem Zusammenhang drei Fragen gestellt, die sich nach seiner Bewertung dieser Sachlage, seiner möglichen Einbindung in den Bestückungsprozess und seinem Umgang damit erkundigen. Es folgt die Rückmeldung der Geschäftsführerin im Original.

Rückmeldung der Geschäftsführerin, Kristin Drechsler vom 10.03.2017

Wir möchten zunächst klarstellen, dass es 2 verschiedene Angebote der Stadt Leipzig gibt: Zum einen die Babybox und zum anderen die Begrüßungsmappe der Stadt Leipzig.

Die Begrüßungsmappe wird im Familieninfobüro der Stadt Leipzig gepackt (mit dem Begrüßungsschreiben der Stadt Leipzig und des Deutschen Kinderschutzbundes Leipzig, den ersten drei Elternbriefen und einem Gutschein für die Babybox). Diese wird bei der Anmeldung des Kindes bereits im Standesamt gemeinsam mit der Geburtsurkunde ausgegeben. Dabei können die Eltern auch entscheiden, ob sie sich für den Bezug der weiteren Elternbriefe beziehen wollen, die vom DKSB Leipzig verschickt und betreut werden. In soweit sind wir als Deutscher Kinderschutzbund Leipzig tatsächlich an diesem Themenkomplex beteiligt.

Den Gutschein für die Babybox können die Eltern im Familieninfobüro der Stadt einlösen. Soweit uns bekannt ist, wird die Babybox auch dort gepackt. Bisher waren dort kleine Geschenke der stadteigenen Firmen dabei (z.B. ein Badethermometer, Steckdosensicherungen), der Babykalender für das erste Lebensjahr (mit wichtigen Infos zur Entwicklung und Angeboten für Eltern, wie die Mütterzentren oder auch unsere Angebote wie den Elternbriefversand oder die Elternkurse und das Elterntelefon) und die Freifahrkarte für die LVB, wenn Mama oder Papa mit dem Kind im Kinderwagen unterwegs sind. ****Auslassung aufgrund von Angabe nicht öffentlicher (Kontakt)Daten****

Aufgrund Ihrer Anfrage haben wir uns ein wenig umgehört. Seit Anfang des Jahres werden wohl Babymützchen mit dem RB-Logo mit der Babybox ausgegeben. Auch von Babystrickschuhen mit AOK- Logo wurde berichtet.

Wie bewerten wir dies?

- Würden wir als Kinderschutzbund Geschenke an Eltern verteilen, würden wir Fremdwerbung gern so weit wie möglich vermeiden wollen.
- Jedoch würden viele Angebote der Kinder- und Jugendhilfe gänzlich ohne Spender und Sponsoren überhaupt nicht funktionieren. Krankenkassen, Banken und Wirtschaftsunternehmen stellen immer wieder zusätzliche Mittel zur Verfügung, da die kommunalen Mittel für Kinder, Jugendliche und Familien immer knapper werden. Auch wir müssen aus Spenden und Beiträgen für viele Projekte und Angebote sog. Eigenmittel beitragen, die ohne solche Förderer nicht möglich wären.
- Ein genereller Verzicht auf Sponsoring ist daher derzeit sicher nicht möglich. Z.B. ist der Elternbriefversand in Leipzig aus finanziellen Gründen (mehr Kinder aber nicht mehr Förderung durch die Stadt) nicht mehr in vollem Umfang wie früher möglich. Würde ein Sponsor uns anbieten, hierfür die Kosten zu übernehmen, würden wir sicher nachdenken, ob dies für uns eine Option wäre. Vermutlich würden wir Kosten und Nutzen miteinander abwägen. Babymützchen mit dem RB- Logo wären dabei aber nicht unser Stil. Ein Massagegutschein für die Mutter, gesponsert von Rasenball würde uns schon wieder ins Nachdenken bringen. Wir sehen aber in der Babymütze des RB Leipzig nicht primär eine Werbung für ein Energy-Getränk sondern für den nun wieder in der 1. Bundesliga vertretenen Fußball in Leipzig.
- So wie wir Werbung für Alkohol und Zigaretten im Zusammenhang mit den Angeboten des Kinderschutzbundes ablehnen würden, würden wir vermutlich auch keine Werbung für einen Energydrink propagieren. Aber viele Sportvereine werden jedoch von Brauereien und anderen Alkohol- oder Tabakwarenherstellern gesponsert, deren Namen dann auf Mannschaftstrikots etc. auftauchen. Das ist bei RB Leipzig sicher ausgeprägter der Fall, mehr aber auch nicht. Rein rechtlich gesehen, werden bei RB keine jugendgefährdenden Getränke (nach Jugendschutzgesetz) beworben, im Gegensatz zu anderen Vereinen.

RB polarisiert nicht nur die Leipziger sondern die ganze Fußballwelt. Für die einen handelt es sich um einen Energydrink, für andere um einen Fußballclub. Es ist daher in letzter Konsequenz Sache der Kommune selbst, sich hierzu zu positionieren. Der DKSB Leipzig wird sich nicht, auch nicht in versteckter Form, an einer Hetze gegen RB Leipzig beteiligen.

Ich hoffe, wir konnten Ihnen weiter helfen.