

# Bärtige Damen bewerben Töchter

Autorin: Andrea Roeder



Ausgerechnet Eunuchen, eigentlich von der indischen Gesellschaft ausgegrenzt und verpönt, machen sich in einer Kampagne stark für die Gleichberechtigung.

Die als „Hijras“ bekannten Geschlechtslosen – nicht alle sind kastriert, einige definieren sich als transsexuell – verfügen über magische Kräfte und können Familien mit willkürlichen Flüchen belegen. Das glauben zumindest traditionelle Hindus. Die anderen fürchten das „dritte Geschlecht Indiens“ nicht minder. Wo auch immer ein Kind geboren oder eine Hochzeit gefeiert wird, klopfen die Hijras an und offerieren ihren Segen. Gegen Bares versteht sich. Je nach Einkommens- und Gesellschaftsschicht der Familien fordern sie wenige Rupien oder gewaltige Batzen. Ein situiertes Brautpaar bringt gut und gern ein paar tausend Rupien ein. Für einen neugeborenen Jungen berappen Eltern ordentliche Summen. Für Mädchen wird deutlich weniger gezahlt, wenn überhaupt etwas.

Auch Raghvendra Singh, fiktiver Hauptdarsteller im neuen Kampagnenfilm des Centre for Social Research (CSR), hatte den Hijra mit leeren Händen fortgeschickt, als ihm seine Frau „nur eine Tochter“ gebar. Viele Jahre und keinen Sohn später plagten ihn Gewissensbisse. Das Mädchen wird



**Unter Eunuchen:** Der geizige Vater wirbt für das Wohllollen, damit seiner Tochter eine erfolgreiche Zukunft bevorsteht.

bald die Schule beenden, soll auf ein gutes College gehen und danach einen anständigen Ehemann finden. Große Wünsche für den geizigen Vater. Er beschließt, seinen Fehler gutzumachen.

Von einer tuckernden Autorickscha lässt sich der reumütige Knauser zum Eunuchen-Viertel am Rande der Stadt fahren. Begrüßt von feixenden, übertrieben geschminkten Gesichtern und begleitet von anzüglichen Kommentaren schleicht er mit kerzengerader Krawatte und fest umklammerter Aktentasche als Inbegriff des urbanen Spießers durch die Gassen der verruchten Kolonie. Vorbei an „Damen“, die sich Bartstopplern wegrasieren, einladend mit ihren Sarizipfeln wedeln und behaarte Oberkörper in knallroten BHs zur Schau tragen, stolpert er von einer Tür zur nächsten.

Etliche Schrecken später findet er schließlich den Hijra, dem er vor 15

Jahren den verlangten Obolus versagt hatte und trägt ihm eiligst seine Entschuldigung vor. Die sorgsam gezupften Brauen vor Erstaunen hoch gezogen, beruhigt ihn der Eunuch jedoch: Kein Fluch der Welt könne ein Mädchen davon abhalten, erfolgreich zu sein und ihren Vater stolz zu machen. Er müsse seine Tochter nur gleichwertig behandeln und ihr faire Chancen bieten.

Mit dem Spot ist es den Kreativen von Mudra North und ihrem Auftraggeber, der Frauenrechtsorganisation CSR, gelungen, ein ernstes Thema mit Humor anzupacken. Noch immer werden in weiten Teilen des Landes männliche Nachkommen als Gottes Segen und weibliche als finanzielle Bürde erachtet. Die jüngste Volkszählung offenbarte, dass das verzerrte Geschlechterverhältnis einen historischen Tiefstand erreicht hat. In der Altersgruppe von null bis sechs Jahren kommen auf 1000 Jungen nur 914 Mädchen. In manchen Regionen wie den Bezirken Jhajjar und Mehandragarh in Nordindien sind die Werte gar auf 774 und 778 gesunken.

Trotz des Spots halten sich Stereotype und Aberglaube hartnäckig. So verwundert es nicht, dass Raghvendra Singh auch nach den beruhigenden Worten in der allerletzten Szene noch schnell ein dickes Bündel Geldscheine in die manikürten Hände des Eunuchen schiebt. – Sicher ist sicher. ←

## ANDREA ROEDER

Unsere Autorin arbeitet als Korrespondentin und Inhaberin des Journalistenbüros „German Press Mumbai“ in Indiens Wirtschaftsmetropole. Sie erreichen sie unter [aroeder@germanpress.info](mailto:aroeder@germanpress.info).