

Aids-Aufklärung

HIV negativ

Von Edo Reents

07. September 2009 Man sieht: Mann und Frau in sexueller Aktion. Die Sache ist schnell, um nicht zu sagen: scharf geschnitten, die in milchiges Licht getauchten Bilder sind so deutlich, wie es die Anforderungen an öffentliche Ziemlichkeit durchaus noch gestatten. Plötzlich: Adolf Hitler! Der Mann, so stellt sich heraus, ist kein gewöhnlicher Sexprotz, sondern der Führer persönlich - beziehungsweise, es ist nicht Hitler selbst und auch keine Fotomontage, das Gesicht sieht nur sehr nach Hitler aus. Man weiß jedenfalls, was gemeint ist. Wahlweise gibt es auch Josef Stalin und Saddam Hussein. Am Ende des Akts wird folgende Behauptung eingeblendet: „Aids ist ein Massenmörder“.

Der in dieser quasi-allegorischen Sprechweise und damit nur sehr ungenau ausgedrückte Sachverhalt trifft leider zu. Die Frage ist nur, was sich der eingetragene Selbsthilfeverein „Regenbogen“ bei diesen Spots gedacht hat. Aus Amerika, aber auch aus England, wo man dergleichen Hitlerei traditionell etwas gelassener sieht, kommen bereits die ersten Proteste; der National Aids Trust beanstandet, dass hier nicht etwa Aufklärung betrieben werde, sondern nur die Infizierten stigmatisiert werden. Tatsächlich ist in dem Spot von Präventionsmethoden weder etwas zu sehen noch überhaupt die Rede.

Schock-Aufklärung

Offenbar setzt man darauf, dass die Leute schon wissen, wie man sich vor Aids schützt. Ein Sprecher der Hamburger Agentur „das comitee“, die sich die offiziell noch gar nicht angelaufene, aber auf YouTube natürlich schon zu sehende Kampagne ausgedacht hat, behauptet, wer nicht wisse, dass man sich mit Kondomen schützen kann, lebe „noch in der Steinzeit“. Und wenn es doch junge Menschen gibt, die das eben noch nicht wissen? Das muss eine Agentur nicht kümmern. „Wir wollten dem Virus ein Gesicht geben, nicht den Erkrankten“, sagt „das comitee“, und das ist ihr ja auch gelungen, wenn auch, branchenunüblich, mit einem nicht mehr ganz so frischen Gesicht.

Der Verein Regenbogen argumentiert mit dem „Schockeffekt“, der angesichts der allgemeinen Reizüberflutung geradezu zwingend nötig sei; sonst finde man ja kein Gehör mehr. Junge Leute reagierten bereits „positiv“. Da hat man doch hoffentlich die Klickzahlen bei YouTube nicht mit einer Aufklärungsquote verwechselt?

Text: F.A.Z.

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH 2009.
Alle Rechte vorbehalten.
[Vervielfältigungs- und Nutzungsrechte erwerben](#)



[Verlagsinformation](#)

[Zahlen Sie zu viel für Ihre Kfz-Versicherung? Jetzt mit dem neuen Kfz-Versicherungsrechner Ihre Versicherungspolice überprüfen ...](#)

F.A.Z. Electronic Media GmbH 2001 - 2009

Dies ist ein Ausdruck aus www.faz.net.