

2009-02-27: "Der Schwanz als Diktator" - sinnfreie oder effektive Präventionsarbeit?



Die Agentur Start hat zum 25. Geburtstag der Münchner Aids-Hilfe eine Präventionskampagne entwickelt. Die Motive sollen das Thema HIV wieder ins Bewusstsein rufen und den HIV-Schnelltest des Checkpoint München bekannt machen. Die Kampagne richtet sich vorrangig an schwule Männer mit hohem Risikoverhalten und spielt mit der Tatsache, dass diese zu selten von Vernunft und oft von ihrem Geschlechtsteil gelenkt werden. Der drohende Kontrollverlust wird mit Diktatoren verdeutlicht, die ein männliches Glied darstellen.

Die Motive der Kampagne sind auf der Internetseite der Münchner Aidshilfe unter www.muenchner-aidshilfe.de zu finden.

Wir wollen Euch hier das Schreiben von Martin Klatt mit einigen interessanten Gedanken und Assoziationen zu der neuen Kampagne nicht vorenthalten:

Liebe KollegInnen und alle anderen Menschen in und um AIDS-Hilfe,

zunächst war ich völlig überrascht von der neuen Kampagne der AIDS-Hilfe München und meine einzige Idee war, dagegen müsse etwas unternommen werden. Aber dann haben die Karte und das Begleitschreiben mir die Augen geöffnet. Auch im Jahr 2009 ist in AIDS-Hilfe noch etwas drin, was man dort nicht auf den ersten Blick vermutet und es gibt viele Botschaften, die mir in den letzten Tagen begegneten. Im Folgendem handelt sich um Gedanken, die von mir interpretiert wurden und nichts mit der Kampagne zu tun haben müssen aber von ihr inspiriert sind:

- Männer sind gefährlich.
- (Männliche) Sexualität ist unberechenbar, gemeingefährlich und unterdrückend.
- Der Schwanz macht viele Probleme und ist ein Fremdkörper, mit dem "Ich" nichts zu tun habe.
- Die Autonomie des einzelnen kann in Frage gestellt werden (auch wenn man es nicht will...)
- HIV-positive sind dafür verantwortlich, die Infektion nicht weiterzutragen.
- Sexualität ist gefährlich und muss zumindest aus seuchenmedizinischer Sicht kontrolliert werden (Herr Gauweiler und Co hatten doch nicht so unrecht...).
- Ist das (Begleitscheiben) von der oder für die katholische Kirche?
- Ist das für die Kampf-Fraktion der Frauen in der Emanzipationsbewegung geschrieben?
- Warum ist Herr Gauweiler eigentlich nicht der abgebildete Diktator?
- Hat das irgendwas mit Schwulen zu tun? Waren vielleicht Diktatoren der angedeuteten Staaten MSM?
- Gibt es das auch mit Hitler?
- Der HIV-Schnelltest hilft (gegen oder für ... ja was eigentlich ?- Diktatoren, die zwischen den Schenkeln schaukeln?)
- Alle MSM in diesem Lande, die ihr euch von AIDS-Hilfe nicht angesprochen fühlt - habt ihr es gut...es wird weiterhin dafür gesorgt, dass ihr gute Gründe habt, es dabei bewenden zu lassen.
- Was hat das mit Schnelltest zu tun? Auch in Diktaturen wird schon mal schnell geschossen.
- Eine Kampagne kommt gut ohne sinnvolle Botschaft aus.

- AIDS-Hilfe ist neben den Hochglanz-Leitbildern und wirklich gut klingenden Ansätzen auch noch etwas ganz anderes ... (es lohnt sich immer, hinter die Fassaden zu schauen...in diesem Fall bekommt man Inneres sogar frei Haus)
- Man muss auch Männer, die ihrem Schwanz ausgeliefert sind, dort abholen wo sie stehen.
- Diktaturen sind gut für eine leichte und witzige Werbekampagne.
- Braun als (Grund-)Farbe des Motivs muss nicht politisch gewertet werden und braucht nicht mit einer irgendwie gearteten Geschichte in Verbindung gebracht werden (außerdem gibt es dass ja auch in grau).
- Menschen, die aus politischen Gründen oder wegen ihrer homoerotischen Neigungen in Diktaturen verfolgt werden und wurden sind keine Gruppe, auf die Rücksicht genommen werden muss.
- Die Würde des Menschen ist unantastbar (sozusagen per Definition) und Angriffe dagegen muss eine Demokratie aushalten bzw. sind dann per Definition gar nicht möglich und beruhen logischerweise auf der Überempfindlichkeit derer, die sich als Opfer wähnen.
- Leitbilder in ihrer Tiefe zu verstehen und zu leben ist nachrangig, wenn es darum geht sich Gehör verschaffen zu wollen.
- Authentizität gegenüber eigenen Leitbildern ist nachrangig, wenn die Werbeindustrie mal wieder einen Coup gelandet hat.
- Man kann der Werbeindustrie nicht sagen: "Das geht gar nicht, das nehmen wir nicht" - leichter ist es, die eigenen Werte zu verraten.
- Die Würde des Menschen ist ein Kostenfaktor und disponierbar.
- Man muss sich nicht dem Vorwurf aussetzen, feige zu sein (wenn man sich nicht mit der Werbeagentur anlegt), schließlich hat man ja eine mutige Kampagne gestartet.
- Der Zweck, ach nein - pardon, Geld heiligt die Mittel.
- Wandel in Geschichte kann in abgedroschenen Klischees durchaus ignoriert werden.
- In einer Diskussion (rund um den Test) erworbenes Renomee bürgt nicht für Qualität einer Einrichtung (man lasse sich nicht von schönen Worten blenden).
- "Der Farbige an sich schnackselt halt gerne" wie man spätestens seit Frau von Thurn und Taxis weiß.
- Die einzelne AIDS-Hilfe ist grenzenlos autonom.
- Die einzelne AIDS-Hilfe muss es nicht kümmern, wenn sie verbandsschädigende Botschaften/Kampagnen verbreitet.
- AIDS-Hilfen (d.h. die Menschen darin) sind es selber schuld, wenn sie sich mit den Botschaften/Kampagnen anderer AIDS-Hilfen identifizieren (wollen).
- Der Karikaturen-Streit ist adaptierbar.
- Kampagnen in AIDS-Hilfe sind auf den ersten Blick gerne ohne klare Botschaften und sind bevorzugt für Menschen zugänglich, die sich (zeitlich und inhaltlich) intensiv und intellektuell mit Medien auseinandersetzen (können) und gerne zwei bis x mal um die Ecke denken.
- Mit genügend Ausdauer werden wir die verstandesgesteuerte, misstrauenbesetzte Sexualität schon noch hinbekommen.
- Vertraue keinem, auch dir selbst nicht - du kannst nie wissen, was du tust.
- Vermeide Leben, du könntest von ihm diktiert werden und schlimmer, es könnte dir schaden.
- Die Michael-Stich-Stiftung ist doch in guter Gesellschaft ...
- Kann ein großer Diktator auch ein kleines Problem sein? - und wie ist das mit der Demokratie?... ...ist mein Schwanz stimmberechtigt?

...ich schweife nun endgültig ab...ich liebe diese Kampagne...
also zurück zur Kampagne, die zwei Preise verdient:

Den "Schimmligen Schwanz 2009" in Gold für die beste "Schlechteste Kampagne einer AIDS-Hilfe".

Die "Goldene Irgendwas 2009" die nicht mit Lob spart, wie toll diese mutige Kampagne doch zu einer offenen Diskussion anregt und somit dem Thema Aufmerksamkeit beschert und sich die Macher nicht scheuten, dazu in leichter und witziger Art kontrovers erlebte Motive aufzugreifen.

Dieses Schreiben entstand anstelle einer offiziellen Protestnote der AIDS-Hilfe Gießen e.V. und des Landesverbandes der Hessischen AIDS-Hilfen, zu deren Formulierung ich mich anbot...aber dann merkte ich, um zwei Kollegen zu zitieren: "Wo soll man da anfangen?" ...und "was wird es bringen?"

Also, alles beim Alten und der AIDS-Hilfe München meinen tiefen Dank für diese anregende Zeit, die ich mit dieser "Sozialstudie" hatte. Menschliches Leben ist und bleibt ein Quell ewiger Überraschungen...mal schauen, was als nächstes auf meinem Schreibtisch landet und mir Kurioses aus dieser Welt berichtet...

Mit herzlichen Grüßen

Martin Klatt

(nicht als Geschäftsführer der AIDS-Hilfe Gießen e.V.
nicht als Vorstand der AIDS-Hilfe Hessen e.V.)

PS: Die Rückmeldungen, die ich bislang erhalten habe sind sehr ermutigend...mal sehen, vielleicht tut sich ja doch was... und ich freue mich auf eine konstruktive Diskussion...