

## **"Über Geschmacklosigkeit lässt sich nicht streiten"**

Ein Interview mit Julia Ellen Schmalz, Mitglied der Landesarbeitsgemeinschaft Frauen und Aids in NRW und Mitarbeiterin der AIDS-Hilfe Bielefeld über die neuen Anzeigenmotive der Michael-Stich-Stiftung.

Es geht um Kulleraugen und Killerviren, potenzielle Mütter und potenziellen Mord: die Schwarzweißmotive der letzten Anti-Aids-Plakat- und TV-Kampagne der Michael-Stich-Stiftung verhalfen ihr zwar zu einer Einladung zur ART Cologne 2008, stießen jedoch auf verhaltene bis empörte Resonanz nicht nur außerhalb der Kunstszene.

Drei Anzeigenmotive von 2007 und 2008 werden nun seit Juni von der Firma JCDecaux für die Stiftung in einigen (Test)Städten plakatiert - verschwanden aber recht schnell wieder, zunächst in Bremen und dann im Saarland, mittlerweile auch in Teilen des Rheinlands. Die Basisbotschaft für Frauen: Wenn schwanger, dann bitte HIV-Test, sonst mögliches Todesurteil fürs Baby.

**?:** Was ist das grundsätzliche Problem dieser Kampagne?

**!:** Sie spiegelt nicht die Realität wider. Sie ist platt und reißerisch.

**?:** Aber Werbekampagnen müssen schon "plakativ" sein....

**!:** Ja, aber diese Kampagne bedient Vorurteile und Klischees, die wir als Mitarbeiterinnen in Aidshilfe seit Jahren in täglicher Kleinarbeit bekämpfen.

**?:** Welche Vorurteile zum Beispiel?

**!:** Dass eine Frau eine potenzielle "Virusschleuder" ist, dass ihr die volle Verantwortung und damit auch die Schuld zugewiesen wird zum Beispiel. Das geht nicht! Hier werden die Frauen wieder zu Täterinnen gemacht - das ist diskriminierend und stigmatisierend. Die BZgA\* und die DAH\*\* haben in den letzten 25 Jahren nun wirklich gelernt, dass Abschreckung und Angst die schlechtesten Ratgeber sind, wenn es um Präventionsbotschaften geht - warum wird dieses Wissen schlichtweg ignoriert?

**?:** Ein HIV-Test für Schwangere ist ja nun keine schlechte Idee.

**!:** Genau. Der wird aber ja nun seit dem 1.1.2008 jeder Schwangeren (verankert in den neuen Mutterschaftsrichtlinien) empfohlen, und jede Schwangere erhält ein Extra-Merkblatt mit Infos zum HIV-Test. Das Aufklärungsproblem existiert eigentlich nicht mehr in dieser Größenordnung.

**?:** Um welche Größenordnung geht es denn überhaupt?

**!:** Die Michael-Stich-Stiftung spricht von zurzeit 600 betroffenen Kindern, das RKI meines Wissens von 350.

? : Dann ist dies also keine Präventions-, sondern eher eine Awarenesskampagne?

! : Wenn es hier um Awareness gehen soll, dann ist sie schlecht gemacht, denn sie geschieht auf dem Rücken der betroffenen Frauen. Statt sie zu informieren und zu stärken, stempelt man sie ab zu potenziellen Täterinnen. Das ist einfach geschmacklos. Aber über Geschmacklosigkeit lässt sich wohl schlecht streiten, denn die Stiftung ignoriert eisern unsere Stellungnahmen\*\*\*.

Das Gespräch mit Julia Ellen Schmalz führte Ulrike Anhamm.  
Die Motive der aktuellen Anzeigenkampagne von Michael Stich finden Sie unter [www.michael-stich-stiftung.de](http://www.michael-stich-stiftung.de)  
Auf der landesweiten Frauenseite [www.xxelle-nrw.de](http://www.xxelle-nrw.de) finden Sie weitere Kommentare zur Kampagne.

\* BZgA: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

\*\* DAH: Deutsche AIDS-Hilfe e.V.

\*\*\* Die Landesarbeitsgemeinschaft Frauen und Aids in NRW hat sich bereits im Frühjahr, nach erscheinen der ersten Kampagnenmotiven an die Michael Stich Stiftung gewendet und ihre Bedenken geäußert.

---

**Petra Hielscher**  
**Landeskoordination Frauen & Aids NRW**

AIDS-Hilfe NRW e.V. · Lindenstraße 20 · 50674 Köln  
**Fon** 0221 925996-16 · **Fax** 0221 925996-9  
**e-Mail** [petra.hielscher@nrw.aidshilfe.de](mailto:petra.hielscher@nrw.aidshilfe.de)  
[www.xxelle-nrw.de](http://www.xxelle-nrw.de) · [www.nrw.aidshilfe.de](http://www.nrw.aidshilfe.de)