

Einfache Anfrage Dudli-Oberbüren vom 11. August 2014

Love Life-Kampagne

Schriftliche Antwort der Regierung vom 10. September 2014

Bruno Dudli-Oberbüren erkundigt sich in seiner Einfachen Anfrage vom 11. August 2014 nach der Auffassung der Regierung hinsichtlich der aktuell vom Bundesamt für Gesundheit (BAG) durchgeführten Love Life-Kampagne.

Die Regierung antwortet wie folgt:

Das Ziel der Love Life-Kampagne des BAG, der Aids-Hilfe Schweiz und der Stiftung Sexuelle Gesundheit Schweiz ist der Schutz der Bevölkerung vor HIV-Infektionen und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten. Dies setzt voraus, dass man bei sexuellen Kontakten ausserhalb einer gegenseitig treuen Beziehung die Regeln von Safer Sex beachtet und sich insbesondere mit Kondomen schützt. Die Love Life Stop Aids-Kampagne thematisiert das Thema Safer Sex seit über 20 Jahren. Sie stützt sich dabei auf wissenschaftliche Studien und regelmässigen Evaluationen. Die Meldedaten des BAG zu HIV und sexuell übertragbaren Krankheiten für das Jahr 2013 zeigen, dass sowohl hinsichtlich der HIV-Infektionen bei Männern, die mit Männern sexuelle Kontakte haben, als auch bei heterosexueller Übertragung weitere Aufklärungs- und Sensibilisierungsmassnahmen notwendig sind.

Die Love Life-Kampagne wird gegenwärtig kontrovers diskutiert. Je nach Wertvorstellungen und Haltungen sind unterschiedliche Reaktionen auf die Kampagne festzustellen. Der in der Anfrage erwähnte Evaluationsbericht der Kampagne 2005 zeigte, dass lediglich rund elf Prozent der befragten Personen bei der Verwendung von emotionalen oder erotisch-sexualisierten Bildern eine Problematik hinsichtlich Ablenkung vom eigentlichen Anliegen sahen. Mehrheitlich wurde die gewählte Kampagne aus Sicht der Interviewten akzeptiert, da die Themen Aids und Sexualität unmittelbar miteinander verbunden sind. Damals wurde die Kampagne auch deutlich als unproblematisch für Kinder angesehen.

Die unterschiedliche Wahrnehmung und Beurteilung solcher HIV Präventionskampagnen widerspiegeln die Wertevielfalt in der Schweiz. Die aktuelle Diskussion zeigt aber auch, dass es der Kampagne gelungen ist, HIV und Safer Sex wieder zum Thema zu machen. Dies ist gerade darum von hoher Bedeutung, weil Safer Sex wegen der modernen Behandlungsmöglichkeiten der HIV-Infektion von einem Teil der Zielpersonen der HIV-Prävention nicht mehr als so wichtig empfunden wird.

Zu den einzelnen Fragen:

1. Die Love Life-Kampagne richtet sich an die allgemeine Bevölkerung, speziell an junge Erwachsene. Um das Ziel der Love Life-Kampagne zu erreichen, durch Safer Sex Infektionen mit HIV und anderen sexuell übertragbaren Krankheitserregern zu vermeiden und die Botschaften glaubwürdig zu vermitteln, orientiert sich die Kampagne an gesellschaftlichen Realitäten. Dabei wurde in der Vergangenheit und wird auch in der aktuellen Kampagne Sexualität offen angesprochen. Dies ermöglicht es, den Schutz vor sexuell übertragbaren Infektionen direkt und konkret zu thematisieren. Der seit Jahren bekannte Absender der Kampagne verbindet nachvollziehbar die gezeigten Bilder mit den Botschaften der HIV-Prävention.

Die Darstellungen auf den Plakaten und im Video-Clip gehen einigen zu weit. Die Reaktionen einzelner Personen und auch die Diskussion der Kampagne in den Medien zeigen aber auch, dass die Kampagne in der Öffentlichkeit gut wahrgenommen wird und das Anliegen Safer Sex wieder zum Thema macht. Die Regierung ist der Auffassung, dass der Schutz junger Menschen vor einer HIV-Infektion ein nach wie vor sehr wichtiges Gesundheitsanliegen ist und mit der Love Life-Kampagne in der Öffentlichkeit viel Aufmerksamkeit für die Anliegen der HIV-Prävention durch Safer Sex generiert werden konnte. Die inhaltliche Umsetzung der Love Life-Kampagne ist allerdings in der Kompetenz des Bundes und nicht im direkten Einflussbereich der Kantone.

2. Gemäss den Aussagen von Fachexperten in sexueller Gesundheit stossen sich kleinere Kinder, welche noch keine Sexualaufklärung erhalten haben, nicht an Nacktheit und erkennen auch den Zusammenhang von Nacktheit mit sexuellen Handlungen nicht. Sie nehmen damit auch keinen Schaden. Wird der erotische Gehalt der Darstellungen von Kindern und Jugendlichen erkannt, ist es wichtig, dass sie ihre Fragen oder eine allfällige Verunsicherung durch sexuelle Darstellungen in Medien mit ihren Eltern besprechen können. Diese sind hauptverantwortlich für die Sexualerziehung ihrer Kinder und können in dieser Rolle, die Unversehrtheit ihrer Kinder schützen und für eine gesunde Entwicklung sorgen.

Mit der Love Life-Kampagne werden Kinder und Jugendliche allenfalls in der Öffentlichkeit mit Plakaten konfrontiert, welche Paare in engem körperlichem Kontakt und teilweise mit nackter Haut zeigen. Offensichtlich sexuelle Handlungen sind nicht zu sehen. Die Regierung sieht darin keinen Verstoß gegen Art. 11 der Bundesverfassung (SR 101).

3. Die aktuelle Kampagne zeigt Menschen aus der Schweizer Bevölkerung, welche sich zu einer verantwortungsvollen Sexualität bekennen. Die auftretenden Paare sind auf den Plakaten und Video-Clips im zärtlichen Umgang miteinander zu sehen. Primäre oder sekundäre Geschlechtsmerkmale oder konkrete sexuelle Handlungen sind nicht abgebildet. Durch die Darstellungen in der Love Life-Kampagne ist die normale Entwicklung von Kindern und Jugendlichen nicht gefährdet. Dies hat das BAG im Vorfeld der Kampagne mit der Pro Juventute und weiteren Fachstellen überprüft. In Verbindung mit dem Absender ist der Zusammenhang der Bilder und Botschaften mit dem Präventionsanliegen Safer Sex auch für Jugendliche nachvollziehbar.
4. Studien zeigen, dass Jugendliche heute trotz zunehmend offenem Umgang mit der Sexualität weder mehr noch früher Sex haben als vor 20 Jahren. Dies und die regelmässigen Evaluationen der Kampagne machen deutlich, dass die Botschaften der Stop Aids-Kampagne ankommen und richtigerweise als Prävention und nicht als Aufforderung zu Sex verstanden werden.
5. Verantwortlich für die Love Life-Kampagne ist der Bundesrat und es liegt nicht in der Kompetenz der Regierung hinsichtlich der Love Life-Kampagne aktiv zu werden. Den Urhebern der Kampagne ist die geäußerte Kritik an den Darstellungen bekannt, und zum aktuellen Zeitpunkt ist der Aushang der Love Life-Plakate auch abgeschlossen.