



Eidgenössisch-Demokratische Union



PRÄVENTIV ODER PRIMITIV?

SEXPLAKATE VON «LOVE LIFE» MACHEN KREATIV

Mit kreativen Aktionen reagieren Gegner der HIV-Präventionskampagne auf den Aushang der Sexbilder. Am Bahnhof Herisau wurden die Plakate überklebt. Und die Schweizerische Evangelische Allianz sorgt mit der Gegenaktion «Treue statt Reue» für Aufsehen.

Artikel in [jesus.ch](http://www.jesus.ch) vom 06.08.2014 -> http://www.jesus.ch/magazin/sex_und_love/260197-sexplakate_von_love_life_machen_kreativ.html

Es wurde kürzlich auch ein Gesuch eingereicht, dass diese Kampagne beendet wird -> [jesus.ch, 24.07.2014 -> http://www.jesus.ch/magazin/gesellschaft/259720-gesuch_zur_beendigung_der_lovelifekampagne_eingereicht.html](http://www.jesus.ch/magazin/gesellschaft/259720-gesuch_zur_beendigung_der_lovelifekampagne_eingereicht.html)

"Wir bereuen nichts - Treue schützt vor Reue"

Auch Sie können bei der positiven Gegenreaktion auf die umstrittenen BAG-Plakate mitmachen -> [Aktion der Schweizerischen Evangelischen Allianz -> http://www.each.ch/wir-bereuen-nichts-treue-sch%C3%BCtzt-vor-reue.html](http://www.each.ch/wir-bereuen-nichts-treue-sch%C3%BCtzt-vor-reue.html)

Mit treuen Ehepaaren gegen die Sex-Plakate

Mit Bildern von Paaren beim Sex betreibt der Bund HIV-Prävention. Das stört die Evangelische Allianz. Sie lanciert eigene Sujets: Diese zeigen Ehepaare, die Treue propagieren.

[20minuten online, 05.08.2014 -> http://www.20min.ch/schweiz/news/story/29149608](http://www.20min.ch/schweiz/news/story/29149608)

MEDIENMITTEILUNG DER EDU SCHWEIZ VOM 07.08.2014

Viele Schweizer protestieren zurzeit auf unterschiedlichste Art und Weise gegen die kontraproduktive und verletzende «Love Life» - Kampagne des Bundesamtes für Gesundheit (BAG). Doch anstatt einzulenken und insbesondere die Plakat-Kampagne umgehend zu stoppen, reagiert das BAG mit einer erneuten Provokation! Am 5. August 2014 schaltete die oberste Gesundheitsbehörde auf ihrer Internetseite lovelife.ch einen Link zu einer noch längeren Version ihres Sex-Clips "Love Life – no regrets" auf.

Ziel verfehlt

Die EDU Schweiz protestiert gegen die neue AIDS-Kampagne des BAG,

das mit einer neuen Version seiner Sexgewerbe-Propaganda vorgaukelt, Menschen mit Kondom und ausschweifenden Sexualbeziehungen vor AIDS zu schützen.

OFFENER BRIEF DER SCHWEIZERISCHEN EVANGELISCHEN ALLIANZ SEA ZUR «LOVE LIFE» - KAMPAGNE



Ende Mai 2014

Liebe Verantwortliche des Bundesamtes für Gesundheit,

Die neue Aids Kampagne des BAG mit den expliziten Sexbildern schießt nach Meinung der Schweizerischen Evangelischen Allianz SEA und vielen Menschen in der Schweiz weit am Ziel vorbei. Wir sind überzeugt, dass es HIV-Prävention braucht, sind aber besorgt über die Entwicklung der mit Steuergeldern finanzierten Kampagne.

MIT SEX-WERBESPOT AM FERNSEHEN GEGEN HIV

Über 40 Sekunden zeigen sich kopulierende Paare und eine Sodomaso-Frau bei verschiedensten Sexpraktiken. Juristisch gesehen mag es vielleicht nicht pornografisch sein, doch im Empfinden vieler Menschen dagegen schon. Insbesondere da der Clip ohne Altersbeschränkung auch für Kinder und Jugendliche frei zugänglich ist und eine gekürzte Fassung zu einer Zeit im Fernsehen ausgestrahlt wird, zu der viele Kinder noch nicht im Bett sind.

Sex-Bilder als Plakatkampagne

Die Schweizerische Evangelische Allianz SEA ist überzeugt, dass die Bilder der Plakatkampagne die Scham von Kindern, Jugendlichen und auch Erwachsenen verletzen können. Zudem dienen die Lesben-Fotos, die wahrlich nicht zur Hauptzielgruppe von HIV-Infektionen gehören, unseres Erachtens nur dem Voyeurismus. In dieselbe Kategorie fällt die geplante zweite Plakataktion, bei der Laiendarstellerinnen und -darsteller gesucht werden, die sich beim Sex ästhetisch fotografieren lassen wollen.

Gemäss einem Artikel aus der «BZ» evaluierte eine Forschergruppe die Präventionskampagne 2005, welche ebenfalls mit Sex-Fotos Aufsehen erregte. Ihre Empfehlung lautete: «Da die Verwendung extremer Bildwelten mit einer breiten Akzeptanz nicht vereinbar ist, empfiehlt es sich, die speziellen Zielgruppen über spezifische Kanäle direkt anzusprechen.» Wir finden es schade, dass das BAG Forschungsaufträge bezahlt, die danach keine Praxis finden.

Was Frauen sexuell bereuen

Auf der Webseite von «Love Life» finden sich sechs Punkte, die Frauen gemäss einer Studie von Andrew Galperin bereuen. Das erste Mal mit falschem Partner, Betrug, zu schnelle sexuelle Entwicklung in der Beziehung, ungeschützter Sex und Sex mit einer fremden Person. Der Werbespot und die Kampagnenfotos geben keine konstruktiven Ansätze zur Vermeidung dieser Punkte, sondern animieren viel eher zu einem Lebensstil, der danach bereut werden muss.

Manifest der Selbstverpflichtung

Auf die Webseite von «Love Life» kommt man erst, wenn man sich durchs Manifest geklickt hat, welcher zum Hedonismus aufruft - nur der Gummi darf dabei nicht vergessen werden. Wir hätten uns zumindest eine zweite Möglichkeit der Selbstverpflichtung gewünscht, bei der man sich zu einer sexuell erfüllten, treuen und verantwortungsvollen Beziehung verpflichten könnte.

Unterzeichnende dieses Briefes und die Schweizerische Evangelische Allianz SEA bitten das BAG, seine Kampagne weniger sexistisch, sondern vielmehr zielgruppenorientierter zu gestalten. Wir denken, dass diese Kampagne die eigentliche Risiko-Zielgruppe gar nicht irritiert. Und von der Veröffentlichung der zweiten Plakataktion mit den Sexbildern der gecasteten Laiendarstellerinnen und -darstellern ist abzusehen.

Mit freundlichen Grüßen

Marc Jost, Matthias Spiess

Generalsekretäre der SEA

Dieser Brief wird mit den gesammelten Unterschriften dem BAG und der Kampagnenleitung zugestellt werden. Die Unterschriftensammlung ist abgeschlossen.