



BASICS: DIE KAMPAGNE

ICH WEISS WAS ICH TU (IWWIT) wendet sich an schwule, bisexuelle und andere Männer, die Sex mit Männern haben (MSM). Ziel ist, die Männer darin zu bestärken, sich vor HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STIs) zu schützen, ihre Gesundheit zu fördern und sie zu befähigen, ihr Risikoverhalten selbst einzuschätzen.

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) unterstützt die bundesweite Kampagne. ICH WEISS WAS ICH TU ist ein wichtiger Beitrag zur Umsetzung des nationalen Aktionsplans zur HIV- und AIDS-Bekämpfung der Bundesregierung.

Das Kampagnenkonzept wurde gemeinsam mit den Mitgliedsorganisationen der Deutschen AIDS-Hilfe (DAH) und weiteren (Präventions-) Projekten entwickelt. Im Vordergrund stehen differenzierte Informationen zum Präventions- und Risikoverhalten.

Neuer Ansatz in der HIV-Prävention

Die schlichte Botschaft, dass Kondome vor HIV schützen, reicht nicht mehr aus. MSM gehen in Zeiten der Kombinationstherapien auf vielfältige Weise mit dem Risiko einer HIV-Infektion um. Die allermeisten wollen sich schützen, doch nicht immer schätzen sie die Risiken, die sie auf sich nehmen, richtig ein. Manche gehen zum Beispiel fälschlicherweise davon aus, dass sie beim Analverkehr als „aktiver“ Partner kein Risiko haben. Andere glauben, in ihrer Beziehung seien sie auch ohne Kondome sicher vor HIV – und übersehen, dass ihr Partner vielleicht auch außerhalb der Beziehung Sex hat.

ICH WEISS WAS ICH TU entlarvt die Mythen und setzt Fakten dagegen. Statt einfache Botschaften zu wiederholen, die längst bekannt sind, regt die Kampagne Kommunikation über Sexualität, Risiko und Schutz an und motiviert zur Auseinandersetzung mit dem eigenen Verhalten. Zugleich vermittelt sie differenziertes Wissen.



Echte Menschen als Rollenmodelle

Auch das ist ein neues Konzept in der deutschen HIV-Prävention: ICH WEISS WAS ICH TU stellt authentische Menschen in den Mittelpunkt. Sie erzählen von ihrem Leben und von ihren Erfahrungen mit Liebe, Sex, Lust und Risiko. Auf der Kampagnenhomepage www.iwwit.de werden die Rollenmodelle ausführlich vorgestellt. Ihre zentralen Aussagen erscheinen in großformatigen Anzeigen als Kampagnenbotschaften in den MSM-Medien und fordern so zu Diskussion über HIV, Risiko und Safer Sex auf.

Erstmalig in der deutschen HIV-Prävention bezieht ICH WEISS WAS ICH TU auch HIV-Positive ein. Die solidarische Herangehensweise stärkt HIV-positive Männer in ihrem Selbstbewusstsein. Indem die Kampagne das Leben mit HIV thematisiert, trägt sie zu einem realistischen Bild davon bei und wirkt gegen Diskriminierung.

Die Stigmatisierung von Menschen mit HIV hingegen führt zur Tabuisierung des Themas und verhindert die Kommunikation über Safer Sex. Antidiskriminierungsarbeit ist darum eine wichtige Voraussetzung von gelungener HIV-Prävention.

Interaktive Website

Die Kampagne ermöglicht der Zielgruppe, ins Gespräch zu kommen. Die Botschaften sollen nicht nur empfangen, sondern auch diskutiert werden können. Daher ist die Website interaktiv: Die User können in den Foren diskutieren und ihr eigenes Profil mit Kurz-Infos einstellen – und so die Seite mitgestalten.

Drei Kommunikationsebenen

Die Kampagne findet auf drei Ebenen gleichzeitig statt:

- In den Medien der MSM-Community (Zeitschriften, TV, Internet)
- durch **Beratung** (vor Ort, am Telefon und im Internet) und
- durch personalkommunikative **Vor-Ort-Aktionen** (Präventionsteams mit Aktionen in der schwulen Szene, zum Beispiel auf CSDs, Partys und andere Events)



Klare Ansprache in Text und Bild

ICH WEISS WAS ICH TU unterscheidet sich bildlich und textlich stark von bisherigen Kampagnen. Die Motive verzichten auf Sexualisierung mittels durchtrainierter Körper, die sonst vielfach die Bildsprache in Medien für schwule Männer prägen. Stattdessen rückt ICH WEISS WAS ICH TU die Rollenmodelle in den Fokus. Sie tauchen zum Beispiel in Anzeigen, Postkarten und Broschüren auf.

Insgesamt setzt das Kommunikationskonzept auf Klarheit und Style. Die Kampagne nutzt unverbrauchte Farben und räumt Texten breiten Raum ein.