

30 Sekunden gegen Aids

Harald Maass | Text und Fotos

CIM-Experte Nikolaus von Wolff produzierte den ersten Kondom-Werbespot in der VR China.

Akzente schildert dessen 30 Sekunden in Zeitlupe.



Eine Handtasche im Röntgenapparat. Knallroter Hintergrund. Zwischen Schlüsseln und Geldbörse ein in Plastik eingeschweißtes Kondom. „Eigentlich hätte daraus ein Plakat werden sollen“, sagt Nikolaus von Wolff und schließt mit einem Klick das Programm auf seinem Laptop. Die Botschaft: Verhütungsmittel gehören auch in China jederzeit ins Gepäck. Den chinesischen Kollegen im Ministerium für Familienplanung sei die Abbildung des Kondoms jedoch zu heikel gewesen. „Aids und Sex sind hier noch immer ein sensibles Thema, das muss man berücksichtigen“, sagt von Wolff.

Seit drei Jahren arbeitet der Deutsche für eine Kampagne zur Aids-Aufklärung in China. Für ein Programm des Centrums für Internationale Migration (CIM) vermittelte die GTZ den Filmmacher, Medienproduzenten und Autor nach Peking, um die chinesischen Behörden bei der Herstellung von Aufklärungsfilmen unterstützten. „Technisch sind die Kollegen hier gut ausgebildet, dies ist nicht das Problem“, sagt von Wolff. Das mit Glas und Chrom verzierte Medienzentrum der chinesischen Familienplanung im Pekinger Norden, in dem auch er sein Büro hat, ist mit modernen Fernsehstudios und Computeranlagen ausgestattet. Seine eigentliche Aufgabe sehe er darin, „politische Hürden“ zu überwinden.

Ein Durchbruch gelang ihm im November 2003. Damals zeigte der größte chinesische Staatsender CCTV-1 einen Werbefilm, den von Wolff als Co-Regisseur zusammen mit seinem jungen Kollegen Liu Zhifeng produziert hatte: Die Kamera kreist um ein hübsches chinesisches Paar, dazu die Stimme aus dem Off: „Ich weiß, dass Schutz und Vorbeugung wichtig sind.“ Schnitt. „Kondome schützen gegen Aids.“ Nur 30 Sekunden war der Spot lang, für China jedoch eine Sensation. Erstmals strahlte das Fernsehen im Land eine staatliche Kondomwerbung aus. „Der Film war ein großer Schritt nach vorne“, sagt von Wolff.

Das Märchen vom Mückenstich

Lange Zeit galt Aids in China als Tabu, als eine Ausländerkrankheit, angeblich über Mückenstiche verbreitet. HIV-positive Kinder durften nicht zur Schule gehen. Die Sicherheitspolizei drangsalierte Bauern aus der Provinz Henan, die in den 90er Jahren durch unsaubere Blutspenden mit dem HI-Virus infiziert worden waren. Wie sensibel das Thema ist, spürte anfangs auch von Wolff. Als er einen HIV-positiven Chinesen ins Fernsehstudio einladen wollte, streikte die Moderatorin – aus Angst, sie könne sich bei einem Interview infizieren. Der letzten

offiziellen Statistik von 2003 zufolge gibt es in China 840 000 HIV-Infizierte. Ausländische Beobachter rechnen jedoch mit mindestens einer Million Infizierten. Tendenz: stark steigend. Die UN warnen bereits seit längerem vor einer Aids-Epidemie. Im Jahr 2010 könnten bis zu zehn Millionen Chinesen mit dem Virus infiziert sein.

Die Sars-Epidemie Anfang 2003 brachte jedoch ein Umdenken in Chinas Gesundheitspolitik, hin zu mehr Offenheit. Regierungschef Wen Jiabao schüttelte Ende des Sars-Jahres erstmals öffentlich einem HIV-Infizierten die Hand. Alle Staatszeitungen druckten damals das Foto. Mittlerweile dürfen auch NGOs in der Aids-Aufklärung arbeiten. Die Kommission zur Familienplanung, mit rund einer Million Mitarbeitern die schlagkräftigste Organisation im Land, machte die Aids-Bekämpfung zu einem ihrer Schwerpunkte.

Nikolaus von Wolff arbeitet derweil bereits am nächsten Projekt – allerdings nicht über Aids. Mit einem neuen Film will er Werbung für eine Bevölkerungspolitik ohne Strafen machen. „Das Konzept ist schon fertig“, sagt er optimistisch. ☺

Harald Maass arbeitet als Zeitungskorrespondent für die Frankfurter Rundschau und als Buchautor in Peking.

Großer Schritt: Seit der Sars-Epidemie gehen die staatlichen Medien in der VR China etwas offener mit Gesundheitsthemen um. Die erste Kondomwerbung im Fernsehen (oben) erscheint europäischen Fernsehzuschauern dennoch eher zurückhaltend.