



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2009

Rat und Wissen suchen in Zeiten von Aids: zwei Briefkorpora aus den Jahren 1983–1995 im Vergleich

Bänziger, Peter-Paul

Abstract: Der Beitrag untersucht Briefe mit Ratgesuchen zur Aids-Thematik, die zwischen 1983 und 1995 bei zwei Beratungsinstitutionen eingingen. Es handelt sich um die Aids-Hilfe Schweiz und um die „Liebe Marta“, die Kolumne der bekannten Ratgeberin Marta Emmenegger, die seit 1980 beinahe täglich im Blick, der auflagenstärksten schweizerischen Tageszeitung, publiziert wurde. Es kann gezeigt werden, dass der Einfluss der jeweiligen konkreten Beratungsinstitutionen auf die Inhalte der Briefe sehr gering ist. Die Anforderungen der Beratungskommunikation allgemein werden jedoch zumindest in formaler Hinsicht eingehalten. Zugleich wird deutlich, dass sich – zumindest bei biopolitisch relevanten Themenbereichen wie Aids – das behandelte Thema auf die Form der Kommunikation selbst auswirkt. Im Zusammenhang mit der „Aids-Krise“ verliert Beratungskommunikation ihren tendenziell offenen, kritischen Charakter und reduziert sich hauptsächlich auf die Diffusion von und Suche nach normativem Wissen.

DOI: <https://doi.org/10.1055/s-0029-1224588>

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-28590>

Journal Article

Accepted Version

Originally published at:

Bänziger, Peter-Paul (2009). Rat und Wissen suchen in Zeiten von Aids: zwei Briefkorpora aus den Jahren 1983–1995 im Vergleich. *Zeitschrift für Sexualforschung*, 22(3):189-206.

DOI: <https://doi.org/10.1055/s-0029-1224588>

Rat und Wissen suchen in Zeiten von Aids

Zwei Briefkorpora aus den Jahren 1983 – 1995 im Vergleich¹

Peter-Paul Bänziger

Überblick: Der Beitrag untersucht Briefe mit Ratgesuchen zur Aids-Thematik, die zwischen 1983 und 1995 bei zwei Beratungsinstitutionen eingingen. Es handelt sich um die Aids-Hilfe Schweiz und um die „Liebe Marta“, die Kolumne der bekannten Ratgeberin Marta Emmenegger, die seit 1980 beinahe täglich im *Blick*, der auflagenstärksten schweizerischen Tageszeitung, publiziert wurde. Es kann gezeigt werden, dass der Einfluss der jeweiligen konkreten Beratungsinstitutionen auf die Inhalte der Briefe sehr gering ist. Die Anforderungen der Beratungskommunikation allgemein werden jedoch zumindest in formaler Hinsicht eingehalten. Zugleich wird deutlich, dass sich – zumindest bei biopolitisch relevanten Themenbereichen wie Aids – das behandelte Thema auf die Form der Kommunikation selbst auswirkt. Im Zusammenhang mit der „Aids-Krise“ verliert Beratungskommunikation ihren tendenziell offenen, kritischen Charakter und reduziert sich hauptsächlich auf die Diffusion von und Suche nach normativem Wissen.

Schlüsselwörter: Aids; Beratung; Diskursanalyse; Sexuaufklärung; Sozialpolitik

Der vorliegende Text fragt nach dem Einfluss einer spezifischen und im zwanzigsten Jahrhundert zunehmend zentralen Form der Kommunikation: der Beratung (vgl. Fuchs und Mahler 2000; Fuchs 2004; Duttweiler 2007a: 47ff.). Ziel der Beratungskommunikation ist nicht die Suche nach der Wahrheit über sich selbst; es geht nicht darum – wie beispielsweise in der Psychoanalyse – in endlosen Windungen die eigene Biographie zu erforschen. Beratung ist vielmehr auf die Optimierung und Normalisierung von Körpern und Beziehungen ausgerichtet und setzt bei konkreten Verhaltensweisen an (vgl. Duttweiler 2004). Die Ursprünge einer so verstandenen Beratungskommunikation lassen sich im thematischen Bereich der Körper und Beziehungen bis in die ersten Jahrzehnte des zwanzigsten Jahrhunderts zurückverfolgen (vgl. Helmstetter 2010). Im Zuge der Etablierung der verhaltenstherapeutisch ausgerichteten Sexualtherapie seit Masters und Johnson (1967) ist Beratungskommunikation in den letzten Jahrzehnten zu einem zentralen Modus geworden, um über sich, den eigenen Körper und die intimen Beziehungen zu sprechen.

Im Folgenden möchte ich versuchen, den Einfluss genauer zu bestimmen, den Beratungskommunikation auf Äußerungen über eine bestimmte Thematik hat. Dazu beschreibe ich in einem ersten Schritt einige all-

¹ Dieser Text präsentiert teilweise Ergebnisse eines vom schweizerischen Nationalfonds SNF geförderten Forschungsprojekts (vgl. Bänziger 2008). Ich danke Julia Stegmann und Annika Wellmann für Hinweise und Kommentare, Roger Staub für die Bereitschaft, meine Fragen zu beantworten. Für die Möglichkeit, in ihren Archiven zu recherchieren, bin ich ferner der Aids-Hilfe Schweiz, der Zürcher Aids-Hilfe, dem Bundesamt für Gesundheit sowie dem Verlagshaus Ringier zu Dank verpflichtet.

gemeine Charakteristika dieser Kommunikationsform, um anschließend zwei konkrete Beratungsinstitutionen zu untersuchen und zu vergleichen. Der Vergleich wird durch die thematische Einheitlichkeit der untersuchten Beratungsvorgänge erleichtert: In beiden Fällen geht es um Aids. Diese inhaltliche Übereinstimmung erfordert allerdings zugleich eine Diskussion der Frage, inwiefern mögliche Spezifika der Aids-Thematik die Ergebnisse beeinflussen. Darauf gehe ich abschließend ein.

Datenmaterial und Untersuchungszeitraum

Ich stütze mich zum einen auf ein im Staatsarchiv Zürich liegendes Korpus aus Briefen mit Ratgesuchen, die ab Mitte der achtziger Jahre an die Aids-Hilfe Schweiz (AHS) gesandt wurden. Ähnlich wie die Deutsche Aids-Hilfe stellt die AHS in der Schweiz die Dachorganisation der verschiedenen lokalen Aids-Hilfen dar. Sie koordiniert in enger Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Gesundheit die schweizerischen Kampagnen zur Aids-Prävention (vgl. Bänziger 2010). Zum anderen beziehe ich mich auf die Briefe zur Aids-Thematik im Korpus der „Lieben Marta“, deren Archiv der Ringier-Verlag freundlicherweise für ein umfangreicheres Forschungsprojekt² zur Verfügung gestellt hat. Bei der „Lieben Marta“ handelt es sich um eine Kolumne der Journalistin Marta Emmenegger, die beinahe täglich im *Blick*, der 1959 in Nachahmung der *Bild-Zeitung* gegründeten, auflagenstärksten schweizerischen Tageszeitung (vgl. Wellmann 2008a), publiziert wurde. Die Kolumne war 1980 nach dem Vorbild der us-amerikanischen Ratgeberkolumne „Dear Abby“ kreiert worden und erreichte schon nach kurzer Zeit große Bekanntheit (vgl. Wellmann 2010). Die Ratsuchenden stammten aus allen Bevölkerungsschichten und Altersklassen; es wandte sich also nicht nur die Leserschaft des *Blick* an die „Liebe Marta“. Im Laufe ihrer Tätigkeit gingen in der Redaktion schätzungsweise 14.000 Briefe aus der Schweiz und den angrenzenden Regionen Süddeutschlands³ ein. Ein Teil dieser Briefe wurde in der Kolumne veröffentlicht, die meisten Ratsuchenden erhielten jedoch eine briefliche Antwort (vgl. Wellmann 2008b). Da Emmenegger 1995 durch eine jüngere Kolumnistin ersetzt und die Kolumne teilweise neu ausgerichtet wurde, beschränkt sich der Untersuchungszeitraum auf die Jahre 1983 bis 1995.

Allgemeine Eigenschaften von Beratungskommunikation

Peter Fuchs hält fest, dass die einzigen absolut notwendigen Bedingungen für das Gelingen von Beratungskommunikation darin liegen, dass die Beratenen überhaupt von den Beratenden adressiert werden können und dass sie in der Lage sind, auf deren Vorschläge einzugehen (vgl. Fuchs 2004: 249ff.). Was aber genau bedeutet Adressierbarkeit in diesem Zusammenhang? Um auf Vorschläge der beratenden Person eingehen zu können, muss bei den Ratsuchenden offensichtlich eine Art Verständnis für den Sinn und Zweck dieser Vor-

² Das Projekt „Liebe Marta. Ratgeberkommunikation und die mediale Konstruktion sexueller Selbstverhältnisse im *Blick* (1980-1995) und in aktuellen Internetforen“ befindet sich zur Zeit in der Abschlussphase.

³ Briefe aus Deutschland erhielt die „Liebe Marta“ auch, weil ihre Kolumne zeitweise von der Münchner *Abendzeitung* übernommen wurde.

schläge vorhanden sein. Im Prozess der Beratung müssen Beratende und Beratene also eine Übereinkunft finden, worin die jeweilige Problemlage überhaupt bestehe, denn, wie Albert Scherr schreibt, „[v]on Beratungskommunikation als einer spezifischen Kommunikationsform – im Unterschied zu einer [...] erzieherischen oder sozialadministrativen Kommunikation oder zu therapeutischen Behandlungen, die auf direkte Eingriffe und Regulierung zielen – kann sinnvoll [...] nur dann gesprochen werden, wenn der prinzipiell dialogische Charakter von Beratung gewahrt bleibt“ (Scherr 2004: 99). Eine erfolgreiche Beratung beruht also, mit anderen Worten, gerade auf der aus „freien“ Stücken erlangten Einsicht, dass aus gewissen Gründen etwas getan werden müsse.

Die Ansprechbarkeit lässt sich vor diesem Hintergrund als Fähigkeit beschreiben, sich an die von der Beratung bereitgestellte Form der Kommunikation anzuschließen und das heißt letztlich auch: die eigene Lage nach bestem Wissen und Gewissen zu schildern. Ich möchte betonen, dass der Gegenstand dieser Wahrhaftigkeit nicht mit einer den Beratungsprozess transzendierenden „Wahrheit“ verwechselt werden sollte. Zum einen geht es hier schlicht darum, auch „unbequeme Tatsachen“⁴ möglichst offen und ehrlich zu präsentieren. Zum anderen zeigt sich, dass die anzugehende Problematik in der Regel nicht einfach gegeben ist, sondern dass die *Problemfindung* einen komplexen Prozess darstellt, im Verlaufe dessen eine „Wahrheit“ – im Sinne eines lösbaren Problems – überhaupt erst konstruiert wird. Aus der allgemeinen Feststellung, *ein* Problem zu haben, wird innerhalb dieses Konstruktionsprozesses ein Wissen, dass *dieses* und kein anderes das eigene Problem ist.

Vom Unbehagen zum Problem

Bedeutet das nun, dass es keinen „äußeren“ Anlass für die Problematisierung gibt? Bilder von Körpern und Beziehungen sowie die dazugehörigen Narrative und Handlungsskripte werden in der Tat zu weiten Teilen von den Medien zur Verfügung gestellt. Nicht zuletzt die Pornographie leistet hier einen wichtigen Beitrag (vgl. Eitler 2008). Dieser Umstand war den Ratsuchenden bewusst, schrieben doch viele, dass ihr Anliegen bereits einmal in der Kolumne verhandelt worden sei: „Auch ich bin so ein Fall.“⁵ Trotzdem aber muss es einen konkreten Anlass gegeben haben, der sie dazu brachte, sich tatsächlich an die Ratgeberin zu wenden. Er lässt sich als ein Gefühl des „Unbehagens“ beschreiben (vgl. Duttweiler und Bänziger 2006). Dieses ist nicht als etwas zu begreifen, das irgendwie vor oder außerhalb der Sprache liegt – zumindest würde es als solches nicht in den Quellen erscheinen. Hier tritt es als sprachliche Äußerung zutage, die nicht durch die Beratungskommunikation geformt ist. Das folgende Zitat aus dem Brief eines Ratsuchenden zeigt, dass er zwar wusste, dass etwas nicht stimmte, doch (noch) nicht in der Lage war, sein Anliegen in der Sprache der Beratung zu formulie-

⁴ Korpus der „Lieben Marta“ (im Folgenden „LM“), Nr. 6206, 21.1.1987: 2. Die Orthographie und Zeichensetzung der Zitate folgt dem Original.

⁵ LM, Nr. 12763, 4.5.1990.

ren: „Habe ich ein Problem? Manchmal (in mehr oder weniger ‚glücklichen‘ Zeiten) bin ich mir selbst nicht so sicher. Ich weiss fast nicht, wo beginnen, wie aufbauen, um nichts zu vergessen, nichts zu beschönigen, nichts zu übertreiben. Im Moment, wo ich diesen Brief schreibe, geht es mir sogar ziemlich gut, doch nehme ich (aus Erfahrung) an, dass wieder schlimmere Momente kommen werden.“ Einige Seiten weiter unten schrieb er: „Kannst Du verstehen, wie ich fühle, ohne dass ich es so ganz konkret ausdrücken kann? Und: verstehst Du meine Frage an Dich, auch wenn ich selbst nicht genau weiss, wie sie lautet?“⁶

Die Problemfindung lässt sich also als Prozess beschreiben, in dessen Verlauf das Unbehagen auf ein konkretes Versagen, ein Beziehungsproblem etwa oder ein „sexuelles“ Problem hin konkretisiert wird. Das Problem kann vor diesem Hintergrund in Anlehnung an eine Formulierung Slavoj Žižeks (2001: 246) als „Vernähung“ des Unbehagens durch Zeichen, deren Bedeutungen und spezifische Anordnungen durch das diskursive Umfeld bestimmt sind, beschrieben werden. Das bedeutet jedoch keinesfalls, dass das Unbehagen „näher dran“ am wahren Problem wäre. Es handelt sich schlicht um eine andere Form der Kommunikation und man könnte genau so gut argumentieren, dass das durch den Beratungsvorgang etablierte Problem die eigentlich angemessene Form sei, denn schließlich stellt sie in vielen Fällen tatsächlich die Basis für eine Verbesserung des Zustands dar.

Selbstverhältnisse in der Beratungskommunikation

Auf Seite der Ratsuchenden kann die Problemfindung als Prozess beschrieben werden, im Verlaufe dessen sie ein für die Beratung spezifisches Selbstverhältnis annehmen müssen. Manche erläuterten diesen Vorgang in ihren Briefen mehr oder weniger explizit: „Deine Problem-Behandlungen im Blick lese ich seit Jahren. Sie sind sehr lehrreich. Erstens interessiert mich das Thema. Zweitens lese ich sie um mir auch etwas von deiner Fähigkeit Probleme richtig zu besprechen anzueignen, eben durch das lesen und immer wieder lesen deiner Briefe. Manchmal war es sogar noch die letzte Tätigkeit vor dem schlafen gehen, wenigstens deinen Brief noch zu lesen.“⁷ Als zentrales Element dieses Selbstverhältnisses erweist sich der Wille, etwas an sich selbst zu verändern. Man muss aktiv werden und darf nicht darauf hoffen, dass sich eine Lösung von selbst einstellen wird: „Ein Chinesisches Sprichwort sagt, warte lange genug am selben Ort, und die ganze Welt wird an dir vorbeigehen. Da ich aber nicht so viel Zeit und Geduld habe, wäle ich diesen Weg [des Briefs an die Ratgeberin; Anm. des Verfassers].“⁸

Zu dem von der Beratung geforderten Selbstverhältnis gehört auch die Fähigkeit, sich mit großer Konsequenz einer bestimmten Sache zu widmen, die eigene Trägheit zu überwinden. Ein Leser, der ausführlich von seinen zahlreichen vergeblichen Versuchen berichtete, mit dem Rauchen aufzuhören, fasste sein Scheitern fol-

⁶ LM, Nr. 8281, 17.11.1987: 1 und 11.

⁷ LM, Nr. 13197, 20.5.1992: 1.

⁸ LM, Nr. 8284, 12.1.1988: 2

gendermaßen zusammen: „Ich hatte einfach nie den Willen um das Ganze durchzustehen.“⁹ Solche Textstellen beschreiben das Selbstverhältnis von Personen, die den Grund für das Problem und die Mittel zu dessen Lösung letztlich in „sich selbst“ suchen. Sie verzichten tendenziell darauf, die eigene Lage durch den Verweis auf die gesellschaftlichen Bedingungen oder die Pfadabhängigkeiten der eigenen Biographie zu entlasten; sie gehen vielmehr davon aus, dass eine Verbesserung des status quo immer möglich sei. Sie passen sich damit den Anrufungen der „aktivierenden“, „neosozialen“¹⁰ Ansätze staatlichen Handelns der letzten Jahrzehnte an.

Das bedeutet nun nicht, dass für die Lösung von Problemen nicht Hilfe in Anspruch genommen werden soll. Das traditionelle, mit bürgerlicher Männlichkeit konnotierte Gebot, dass man sich selbst helfen müsse, lässt sich gar eher als Hindernis denn als Grundlage für ein erfolgreiches „Management“ des eigenen Lebens verstehen. Auch persönlichste Entscheidungen sollen durch eine neutrale Instanz begleitet werden, um die subjektive durch eine objektive Sicht zu ergänzen. Da sich die Ratsuchenden allerdings kaum dazu äußerten, wie sie die Ratschläge umsetzten, bleibt letztlich offen, inwiefern die von der Beratung propagierte Form der Selbstwahrnehmung tatsächlich prägend war und gar in andere Lebensbereiche hinein wirkte.

Briefe an ein populäres Medium

Eine Besonderheit *populärmedialer* Beratung ist, dass sich die Ratsuchenden in der Regel brieflich an die Ratgebenden wenden. Mehr noch als bei anderen Beratungsinstitutionen ist hier die Kürze des Vorgangs – im Fall der „Lieben Marta“ selten mehr als zwei Briefpaare – charakteristisch (vgl. Kastner und Maasen 1995: 39f.). Die Beratung muss innerhalb von wenigen Sequenzen abgeschlossen sein, was spezifische Ansprüche an den Prozess der Problemfindung mit sich bringt. Im vorliegenden Zusammenhang ist es wichtig, dass die Schreibenden möglichst exakt auf den Punkt bringen können, worin ihr Problem besteht. Sie müssen also einen großen Teil der Arbeit selbst erledigen; der eigentliche Austausch mit der Ratgeberin nimmt einen eher nachgeordneten Stellenwert ein. Wo sich die Angelegenheit als zu kompliziert herausstellt, werden die Ratsuchenden an weitere Institutionen verwiesen.

Dass die Schreibenden sehr genau wussten, wie ein Brief auszusehen hatte, zeigt sich etwa in der Art und Weise, wie sie den Beratungsprozess zu eröffnen suchten. Die allermeisten von ihnen waren bemüht, die Struktur einer Anfrage nachzuahmen, die durch die fast täglich in der Kolumne abgedruckten Briefe vorgegeben war. Manche gingen gar so weit, den eigentlichen Fragebrief graphisch und durch das erneute Verwenden der Gruß- und anderen Formeln von einem Rahmenbrief abzuheben, in welchem sie beispielsweise weitere Probleme schilderten, die Ratgeberin lobten oder um ein Autogramm baten. Diese Praxis lässt sich als Teil ihrer Bemühungen beschreiben, die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, tatsächlich auch eine Antwort zu bekommen.

⁹ LM, Nr. 13065, 11.10.1991.

¹⁰ Vgl. zu diesem Begriff und zur Abgrenzung von der Diskussion über die „neoliberale Gouvernementalität“ Lessenich 2008: 14 und 83ff.

Gelungen war die Beratungskommunikation aus ihrer Sicht dann, wenn sie eine befriedigende Antwort auf ihre Frage, einen realisierbaren Lösungsvorschlag für ihr Anliegen bekommen hatten.

Die Analyse der schriftlichen Reaktionen der Ratgeberin zeigt jedoch, dass die Ratsuchenden sich gar nicht so stark hätten bemühen müssen. Die Veröffentlichung in der Kolumne war nicht die einzige Reaktionsmöglichkeit der Redaktion; die meisten Antworten erfolgten über persönliche Briefe, die teilweise mit mehr oder weniger standardisierten Textbausteinen operierten und deshalb mit vertretbarem Aufwand in relativ großer Zahl verfasst werden konnten. Sogar jene Ratsuchenden, deren Texte sich inhaltlich und formal in beachtlicher Weise von den Vorbildern in der Kolumne abheben, erhielten in der Regel eine mehr oder weniger konkrete Antwort.

Beratung oder Information und Unterhaltung?

Da bei der Veröffentlichung mit anonymisierten Personendaten gearbeitet wird, ist die Wahrhaftigkeit der von den Ratsuchenden geschilderten Anliegen für die Redaktionen allenfalls vom nachgeordnetem Rang. Ein Spezifikum solcher Ratgeberkolumnen ist nämlich, dass sie nur pro forma an eine einzelne Person gerichtet sind, in Wirklichkeit aber gerade davon leben, dass sich möglichst viele Leserinnen und Leser im Gelesenen wieder erkennen können. Am Beispiel Aids lässt sich diese Ausrichtung auf die Allgemeinheit gut nachzeichnen. So finden sich in vielen Kolumnen Stellen, an denen die Ratgeberin nicht nur auf die konkrete Frage der Leserin oder des Lesers eingeht, sondern einmal mehr die Standardinformationen wiederholt. Beispielsweise antwortete sie auf die Frage nach dem Risiko, dass eine Sexarbeiterin mit dem HI-Virus infiziert sein könne, ausweichend: „Bei der läuft nichts ohne Gummi, um sich und den Freier zu schützen. Am besten gewöhnst Du Dir das Präservativ überhaupt an.“¹¹ Solche Äußerungen zielen eher auf die Information der Leserschaft, denn auf die persönliche Beratung der Fragestellenden und gehen einher mit den damaligen Präventions-Kampagnen, die versuchten, „Sex ohne Gummi“ als verantwortungslos darzustellen.

Dies dürfte auch erklären, warum abwertende Äußerungen über Kondome in den Briefen nach 1986 kaum mehr zu finden sind, während positive Bemerkungen immer wieder auftauchen, auch wenn sie nichts mit der Frage zu tun haben. So zählte beispielsweise ein Ratsuchender in seinem Brief verschiedene sexuelle Praktiken auf, um sich über das je spezifische Risiko zu informieren. Mitten im Text fügte er dann in Klammern hinzu: „GV [Geschlechtsverkehr; pb] ist klar nur mit Gummi“¹². Weder an der betreffenden Stelle noch an einem anderen Ort geht es in seinem Brief um penetrativen Sex. Es scheint also, als wolle er der „Lieben Marta“ mitteilen, dass er die Regeln des „safer sex“ sehr wohl kenne.

¹¹ LM, Nr. 13305, 8.12.1986.

¹² LM, ohne Nr., 13.7.1993.

In solchen Fällen scheint die spezifische Ausgestaltung der Beratung in einem populären Medium dem Ideal der kommunikativen Form der Beratung in die Quere zu kommen. Die Ratgeberin tendierte dazu, nicht wirklich auf die Probleme der Ratsuchenden einzugehen. Vielmehr kam sie dem Anspruch der Journalistin nach, die Leserinnen und Leser zu informieren. Da diese ihrerseits immer auf das Wohlwollen der Ratgeberin angewiesen waren – schließlich existierte kein expliziter „Beratungsvertrag“ – kamen sie in Versuchung, nicht immer wahrhaftig zu sein oder mehr zu erzählen, als für die Darstellung des Problems nötig gewesen wäre. Für das Medium allerdings stellte dies nicht unbedingt einen Nachteil dar. Immer dieselben Probleme zu behandeln kann nur dann funktionieren, wenn sie als spannende „Stories“ erzählt werden können. Die Beratung durch die „Liebe Marta“ war zwar kostenlos, die Ratsuchenden bezahlten jedoch gleichwohl einen Preis: Sie hatten lesenswerte Geschichten zu liefern – und das waren Erzählungen, deren Inhalt der Diskurs der Kolumne manchmal deutlich einen Stempel aufdrückte (vgl. auch Wellmann 2008b).

Von den Risikogruppen zum Risikoverhalten

Neben ihrem Einsatz für das Kondom propagierte die Ratgeberin immer wieder den Verzicht auf sexuelle Kontakte außerhalb fester Partnerschaften. Dabei zeigt sich, dass die von ihr beschriebene Treue manchmal mehr war als lediglich ein Präventionsmittel unter anderen. Es handelte sich, so klagte sie einmal, um eine „Tugend“, die leider „so ‚out‘ ist wie der Sparstrumpf.“¹³

Tatsächlich war die Rede von der Treue eines der wichtigsten Merkmale des vorherrschenden Diskurses über Aids in den frühen achtziger Jahren. Sie wurde damals dem angeblich promiskuen Sexualverhalten der Homosexuellen gegenüber gestellt (vgl. Lupton 1994: 126). In den Briefen hingegen spielt sie im Zusammenhang mit Aids oder HIV kaum eine Rolle. Zum einen schrieben Personen, die selbst „betrogen“ worden waren oder dies befürchteten. Ihre Briefe handeln nicht vom Ideal exklusiver Intimität, sondern von Konflikten und Ängsten, die durch konkrete Handlungen des Partners hervorgerufen wurden: „Was soll ich tun, wenn er in den nächsten Tagen zurück kommt“, schrieb eine Ratsuchende über ihren Freund, den sie als „jahrelange[n] Sextourist[en]“¹⁴ bezeichnete. Andere stellten fest, dass sie sich treu seien, weshalb keine Gefahr drohe. Der Verzicht auf ein promiskues Leben stellte für sie eine Schutzmöglichkeit unter anderen dar. Wenn er nicht (mehr) zu den eigenen Lebensumständen passte, verlor er seinen Zweck.

Darin spiegelt sich eine der wichtigsten Veränderungen im Diskurs über Aids und HIV: die Verschiebung von den „Risikogruppen“ zu den „Risikopraktiken“ beziehungsweise zum „Risikoverhalten“. Die im Zusammenhang mit intimen körperlichen Handlungen relevante Frage lautete jetzt nicht mehr „Was bist du?“,

¹³ LM, Nr. 13796, 15.10.1990.

¹⁴ LM, ohne Nr. (Dossier «Aids»), 9.2.1987.

sondern „Was tust du?“ Es ging, mit anderen Worten, nicht mehr um die Suche nach der Wahrheit der eigenen Sexualität (vgl. dazu Foucault 2001). In Anlehnung an Foucault lässt sich die Verschiebung zu den Risikopraktiken darüber hinaus als Ablösung disziplinarischer und ausschließender Instrumentarien durch Maßnahmen des Sicherheitsdenkens beschreiben. Es ging nicht mehr darum, die Krankheit vollständig zu beseitigen; das Ziel bestand nun darin, sie zu regulieren. Repression wurde durch Risikokalkulation und Prävention ersetzt (vgl. Moreau 2005). Damit wird erweist sich die Rede von den Risikopraktiken auch als Bestandteil einer neo-sozialen Neuorientierung sozialstaatlichen Handelns (vgl. dazu Lessenich 2008: 73ff.).

Beispielhaft für deren Auswirkungen auf persönliche Verhaltensweisen sind Äußerungen in den Briefen zahlreicher Freier und anderer promisk lebender Personen. Neben zahlreichen Differenzen in Detailspekten lässt sich bei ihnen eine große Gemeinsamkeit erkennen: Fast alle fragten die Ratgeberin, wie sie sich schützen könnten und wie groß das Risiko bei einem bestimmten Verhalten sei. So schrieb beispielsweise ein Freier: „[I]ch bin seit 10 Jahren glücklich verheiratet [...]. Trotzdem leiste ich mir das Vergnügen, mich [...] auf französische Art gegen entsprechende Entschädigung von einem Strichmädchen bedienen zu lassen. [...] Es interessiert mich nun zu wissen, ob ich dadurch mit AIDS angesteckt werden könnte. Diese Praktik wird ja einseitig (ohne Schutz) praktiziert.“¹⁵

Auch wenn Beratungskommunikation tendenziell der neosozialen Ordnung zuarbeitet, muss hier die Frage nach ihrem tatsächlichen Einfluss auf das Verfassen der Briefe offen bleiben. Angesichts der allgemeinen Ausrichtung der Aids-Prävention scheint es jedenfalls eher unwahrscheinlich, dass sie ein bestimmender Faktor war. Sie dürfte sich aber als Vehikel der Popularisierung neosozialer Verhaltensregeln geradezu angeboten haben. Ich werde weiter unten auf diese Frage zurückkommen. Vorläufig kann festgehalten werden, dass die erwähnten Äußerungen der Ratsuchenden nicht als Erscheinung zu beschreiben sind, für die der konkrete mediale Ort relevant gewesen wäre: Die Schreibenden folgten beispielsweise der „Lieben Marta“ und deren Einsatz für die Treue in keiner Hinsicht. Die relative Medienunabhängigkeit zeigt sich darüber hinaus auch am Umstand, dass die AHS im Großen und Ganzen ähnliche Briefe erhielt wie die „Liebe Marta“. Auf diesen Aspekt, aber auch auf die Unterschiede zwischen beiden Institutionen, gehe in den folgenden Abschnitten ein.

Fragen an eine Expertenorganisation

Aids und HIV gehören ohne Zweifel zu den zentralen Themen einer Geschichte des Sexuellen seit der „sexuellen Revolution“. Es ist deshalb erstaunlich, dass sie in der von mir untersuchten zufälligen Auswahl von rund 900 Texten aus dem Korpus der „Liebe Marta“ in lediglich 24 Fällen erwähnt werden. Zum Vergleich: „Orgasmus“- und „Potenzprobleme“ sind in derselben Auswahl in mindestens 246 Texten ein Thema. Im Rahmen des gesamten Korpus, das rund 7.000 Briefe von Ratsuchenden enthält, konnte ich insgesamt 123 Texte zur Aids-

¹⁵ LM, Nr. 154, 17.10.1985.

Thematik finden, was einem Anteil von rund 1,8 Prozent entspricht.¹⁶ Wie ist dieses verhältnismäßig geringe Gewicht zu erklären? Wird die Bedeutung der „Aids-Krise“ für die Geschichte von Körpern und Beziehungen in den achtziger Jahren womöglich überschätzt? Zumindest für die Anfangszeit von ca. 1983 bis 1985 konnten sich Leserinnen und Leser, die sich als heterosexuell betrachteten, in Sicherheit wähnen. Dafür sorgte nicht zuletzt die nicht ganz unvoreingenommene epidemiologische Forschung (vgl. Epstein 1996), deren Resultate in der Medienberichterstattung breit rezipiert wurden. Dies hatte zur Folge, dass die Aufmerksamkeit zunächst vor allem auf die „Risikogruppen“ gerichtet war. Wer sich nicht zu einer dieser Gruppen rechnete, hatte kaum einen Anlass, sich an eine Beratungsinstitution zu wenden.

Dennoch kann für diesen Zeitraum nicht die Rede davon sein, dass die Aids-Thematik in ihrer Bedeutung überschätzt würde. Vielmehr dürfte sie – abgesehen von den direkt Betroffenen – ihren Einfluss weniger auf der Ebene der persönlichen Lebensführung ausgeübt haben, als in Bezug auf die Art und Weise, wie über die Körper, die Beziehungen und die Sexualität anderer gesprochen wurde.

Ab Mitte 1985 änderte sich die Ausgangslage schnell. Nun wurden tendenziell alle sexuell aktiven Personen als Risikogruppe betrachtet (vgl. Bänziger 2005: 142f.). Dies war der Hintergrund für das Aufkommen des Diskurses über die Risikopraktiken. Dieser setzte zugleich voraus, dass das Wissen über die Übertragungswege und Schutzmöglichkeiten einigermaßen stabilisiert war: Man musste wissen, welche Praktiken welches Risiko mit sich bringen und wie man sich davor schützen kann. In der Tat wurden die erhältlichen Informationen nun immer verlässlicher. Sie waren auch leichter verständlich als zu Beginn der gesellschaftlichen Auseinandersetzung mit der Aids-Thematik. Spätestens nach einer Übergangszeit, die in den Jahren 1985 bis 1987 anzusetzen ist, gab es zumindest auf die häufigsten Fragen Standardantworten, die bei allen Gelegenheiten wiederholt wurden. Es ist deshalb gut möglich, dass sich die potentiell betroffenen Personen durch die Präventionskampagne genügend informiert fühlten. Dies wäre zugleich ein erster Hinweis darauf, dass die spezifischen Bedingungen der Beratungstätigkeit der „Lieben Marta“ für die geringe Zahl von Ratgesuchen ausschlaggebend gewesen sein könnten: Man musste nur die Kolumne – oder andere Medienberichte und Informationsmaterialien – lesen, um an die gewünschten Informationen zu kommen. Einen Brief zu schreiben, war nur dann nötig, wenn es sich um einen (vermeintlich) speziellen Fall handelte.

Ein analoger Vergleich der relativen Bedeutung der Aids-Thematik ist bei den Texten aus dem Korpus der AHS nicht möglich, da es sich hier um eine monothematisch ausgerichtete Organisation handelt. Zwischen ihrer Gründung im Frühjahr 1985 und dem Ende der Untersuchungsperiode gingen auf ihrer Geschäftsstelle eine vergleichbare Zahl von Anfragen ein wie bei der „Lieben Marta“. Dass die AHS überhaupt um Rat gefragt

¹⁶ Diese Zahl dürfte zudem – relativ gesehen – eher hoch liegen, weil die Briefe zur vorliegenden Thematik gesondert gesammelt wurden und deshalb hier mit geringeren Verlusten zu rechnen ist.

wurde, dürfte auf den Umstand zurück zu führen sein, dass ihre Vertreterinnen und Vertreter zumindest in den Jahren 1986 und 1987 gelegentlich darauf hinwiesen, dass man sich bei weiteren Fragen an sie richten könne.¹⁷ Auch wenn sich die AHS trotzdem nicht ausdrücklich als Beratungsinstitution verstand, war sie ab 1985 bemüht, sich als *die* Expertenorganisation in Sachen Aids zu positionieren. Dank der im Wesentlichen von ihr konzipierten nationalen „STOP AIDS“-Kampagne erreichte sie spätestens ab 1987 einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Vor diesem Hintergrund ist der Eingang von rund 170 Briefen in einem Zeitraum von fast zehn Jahren als eher gering einzuschätzen. Im Rahmen des Prozesses der Professionalisierung und „NGOisierung“ (Messner 1996) versuchte die AHS jedoch zugleich, das Image einer Basisorganisation (vgl. dazu Müller 2007: 4 und 48ff.) abzulegen. Dies könnte ein Grund dafür sein, dass der Stellenwert der persönlichen Beratungen sank beziehungsweise diese schließlich vollständig an die lokalen Aids-Hilfen delegiert wurden.¹⁸

Was beeinflusst die Zahl der Ratgesuche?

Schlüsselt man die Briefeingänge nach Jahren auf, so zeigen sich erstaunliche Parallelen zwischen den beiden Korpora. In beiden Fällen erreichen die Ratgesuche im Jahr 1987 einen absoluten Höhepunkt – mit 34 Briefen an die „Liebe Marta“ respektive 101 Briefen an die AHS. Zugleich konzentrieren sich die Dokumente im Korpus der AHS deutlich auf die Zeit von Januar 1986 bis Juni 1988, während die Verteilung bei der „Lieben Marta“ viel ausgewogener ist.¹⁹ Die AHS scheint also nur während jenes Zeitraums als Beratungsinstitution wahrgenommen worden zu sein, als die ersten Informationsschriften verteilt beziehungsweise die nationale „STOP AIDS“-Kampagne gestartet wurde.

Dies belegen zahlreiche Angaben in den Briefen selbst. In 13 Dokumenten aus dem Jahr 1986 finden sich direkte Verweise auf die erste, an alle Haushalte verteilte Infobroschüre aus demselben Jahr, die von der AHS gemeinsam mit dem Bundesamt für Gesundheit herausgegeben worden war (vgl. BAG 2005). Eine Sendung des schweizerischen Fernsehens vom 22.1.1987, die in der Öffentlichkeit den eigentlichen Beginn der „STOP AIDS“-Kampagne markierte, wurde in mindestens 25 Briefen explizit erwähnt. Die Zahl der Anfragen dürfte folglich bis zu einem bestimmten Grad von der Präsenz einer Thematik in der Öffentlichkeit abhängen. Die Briefe an die AHS wären dann ein Beleg für die beträchtliche Resonanz, die der multimedial geführten „STOP AIDS“-Kampagne im Frühjahr 1987 in der schweizerischen Bevölkerung zuteil wurde. Auch die „Liebe Marta“ dürfte von dieser Konjunktur profitiert haben; ihr Angebot blieb jedoch auch Anfang der neunziger Jahre nachgefragt, als die AHS bereits keine Briefe mehr erhielt.²⁰

¹⁷ So rechtfertigte ein Ratsuchender seinen Brief folgendermaßen: „Gestern habe ich im Fernsehen gehört, dass man sich bei Aids-Problemen an Sie wenden kann“ (Staatsarchiv Zürich (im Folgenden StAZH), WII15 2001/041.78, Brief vom 3.7.1985; vgl. auch StAZH, WII15 2001/041.81, Brief vom 28.1.1987).

¹⁸ Die AHS verstand sich als nationale Dachorganisation, die strategische Aufgaben wahrnahm, während die lokalen Aids-Hilfen für die Beratung und die Betreuung von Kranken zuständig waren. Vgl. StAZH, W II 15 2001/041.5, Leitbild (1987): 6.

¹⁹ Für die weiteren Jahre sieht die Verteilung folgendermaßen aus: 1984: 2, 1985: 7, 1986: 13, 1988: 20, 1989: 14, 1990: 13, 1991-95: 18 („Liebe Marta“); 1985: 5, 1986: 40; 1988: 20, 1989-92: 5 (AHS).

²⁰ Hierbei handelt es sich selbstverständlich um die im Archiv erhaltenen Dokumente. Es gibt aber keine Hinweise darauf, dass in

1990 hatte sich zwar, wie erwähnt, auch die AHS selbst gewandelt – ihre Struktur war nun konsolidiert und die direkte Beratungsarbeit spielte keine Rolle mehr. Zugleich aber gilt hier das selbe Argument wie bezüglich der „Lieben Marta“: Ab Sommer 1988 dürfte die mit großem Einsatz geführte Präventionskampagne bei der Mehrheit der sexuell aktiven Personen tatsächlich eine gewisse Sättigung mit Informationen erreicht haben. Mit diesen Argumenten lässt sich jedoch nur das tendenzielle Versiegen der Nachfrage nach Beratung in der Zeit nach Sommer 1988 erklären, nicht aber die Tatsache, dass beide Institutionen auch in der Zeit davor nur verhältnismäßig wenige Anfragen erhielten. Zum Vergleich: Alleine die Zürcher Aids-Hilfe (ZAH), die größte der in den meisten Kantonen existierenden lokalen Aids-Hilfen, führte in den Jahren 1985 bis 1989 rund 4.700 telefonische Beratungen durch.²¹

Neben der Geschichte des Wissens über Aids und HIV müssen folglich auch die spezifischen Eigenschaften der Beratungstätigkeit der AHS wie der „Liebe Marta“ einen Einfluss auf die Zahl der Ratgesuche gehabt haben. Es ist nicht auszuschließen, dass etwa die Suche nach Anonymität oder die Dringlichkeit der Angelegenheit die Form des brieflichen Informationsaustauschs vielen Betroffenen als unangemessen erscheinen ließ. Ausschlaggebend war dabei selbstverständlich die subjektive Wahrnehmung durch die Betroffenen selbst, weshalb dieses Argument nicht durch den Befund der ZAH geschmälert wird, dass die meisten Schreibenden objektiv zu den eher durchschnittlich Gefährdeten zu zählen seien.²² Wer sich dem potentiell tödlichen Risiko einer Infektion mit dem HI-Virus ausgesetzt sieht, dürfte ein dringliches Bedürfnis nach Gewissheit verspüren – unabhängig davon, ob die Befürchtung realistisch ist oder nicht.

Die Verfasserinnen und Verfasser des Berichts der ZAH schlossen aus den von ihnen aufbereiteten Zahlen, „dass die ZAH vor allem von verunsicherten Kreisen als eine wichtige Anlaufstelle intensiv beansprucht wird.“²³

Die Funktion der «Lieben Marta» und der AHS scheint hingegen weniger in der Beratung in dringenden Fällen bestanden zu haben, als darin, weitergehende Fragen zu beantworten, die durch die Broschüren und über die weiteren Informationskanäle nicht behandelt wurden. „Ich persönlich finde, es wird zu wenig im Detail erklärt, was und wie man angesteckt werden kann“²⁴, schrieb eine Frau, die sich auf die erwähnte TV-Sendung bezog. In eine etwas andere Richtung zielte die Kritik einer anderen Schreiberin, die monierte, dass extra Informationen vorenthalten würden: „Die Fernsehsendung vom 22.1.87 war sicher gut, aber schon sehr auf die Beruhigung der Bevölkerung ausgerichtet. [...] Ich hatte vorher nie irgendwelche Ängste, da ich nicht zu irgendeiner Risikogruppe gehöre, aber die Sendung mit den Verharmlosungen hat mich misstrauisch ge-

großem Umfang Material verloren gegangen oder nicht mehr gesammelt worden wäre.

²¹ Vgl. ZAH, Erster Geschäftsbericht 1985/86, 5; ZAH, Jahresbericht 1987: 12; ZAH, Jahresbericht 1988: 12; ZAH, Jahresbericht 1989: 12 (alle in: Archiv der ZAH, Jahresberichte 1985-1989, ohne Signatur). Auch die Zahl der telefonischen Beratungen der ZAH erreichte in den Monaten Januar und Februar 1987 einen absoluten Höhepunkt.

²² Vgl. ZAH, Jahresbericht 1987: 12 (Archiv der ZAH, Jahresberichte 1985-1989, ohne Signatur).

²³ Ebd.

²⁴ StAZH, WII15 2001/041.81, Brief vom 23.1.87: 1.

macht. Wie bei Sandoz, immer nur zugeben was schon lange offensichtlich zu sehen war.“²⁵ Solche kritischen Äußerungen bezüglich der Präventionskampagnen, an denen die AHS beteiligt war, sind nicht selten. Anstoß gefunden haben beispielsweise auch die „safer sex“-Kampagne mit ihrem „vulgären Gassenjargon“, welche die „eheliche Treue“ als Präventionsmittel völlig ausschließe²⁶ oder die Tatsache, dass Sexarbeiterinnen aus Lateinamerika oder Afrika nicht zu einem Bluttest gezwungen würden.²⁷ Auf der anderen Seite finden sich aber auch Briefe, in denen Verbesserungsvorschläge für aktuelle oder Anregungen für zukünftige Kampagnen gemacht werden oder deren Verfasserinnen und Verfasser sich in der Präventionsarbeit engagieren wollten. So bestellte ein jugendlicher Schreibender ein „grosses Plakat“, da seine Freunde glaubten, „dass nur ‚Schwule‘ und ‚Fixer‘ Aids bekommen können.“²⁸

Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Beratungsinstitutionen

Fasst man die bisherigen Ausführungen zusammen, so scheinen die Unterschiede zwischen den beiden hier untersuchten Korpora nicht ins Gewicht zu fallen. Die Anzahl der Briefeingänge weist bei beiden einen ähnlichen diachronen Verlauf auf und auch ihre Struktur scheint ähnlich zu sein. Auch die „Liebe Marta“ wurde beispielsweise gelegentlich für ihre Äußerungen gerügt: „Ich hörte auch Deine Sendung diesen Montag und da hat mich etwas irritiert. Du rietest einer jungen Frau, wenn ich's recht im Kopf habe, um eine Schwangerschaft zu verhüten [...] zusätzlich zum Präservativ Scheidenzäpfchen zu verwenden. Warum begnügt man sich dann bei Aids-Bekämpfung auf Präservative und tut so, als ob dadurch kein Risiko mehr bestünde. Für mich ist das ein Widerspruch.“²⁹

Gleichwohl lassen sich einzelne Unterschiede feststellen, worunter die Funktion, in der manche Korrespondentinnen und Korrespondenten der AHS schrieben, wohl der bemerkenswerteste ist. Während die Leserinnen und Leser der „Lieben Marta“ hauptsächlich aus persönlicher Betroffenheit schrieben, gibt es im Korpus der AHS zahlreiche Schreiben von Personen, die in ihrer Eigenschaft als Vertreterinnen und Vertreter von Institutionen einen Rat suchten. Dazu zählen etwa eine Redakteurin einer Zeitschrift für Hebammen, die unter anderem Verhaltensgrundsätze im Umgang mit (potentiell) HIV-positiven Neugeborenen diskutieren wollte³⁰ oder ein „Zivilschutz-Instruktor“ der wissen wollte, wie bei „Beatmungsübungen am Phantom“ und beim „Reinigen der Schutzmasken“ vorgegangen werden solle.³¹ Weiter meldeten sich mehrere Lehrpersonen und Vertre-

²⁵ StAZH, WII15 2001/041.81, Brief vom 23.1.87. Mit dem Stichwort „Sandoz“ spricht die Verfasserin den verheerenden Brand einer Basler Chemiefabrik am 1. November 1986 an. Damals gelangten tausende von Kubikmetern mit Chemikalien angereicherter Löschwassers in den Rhein.

²⁶ StAZH, WII15 2001/041.79, Brief vom 10.2.87.

²⁷ „[...] non vengono più obbligati a sottoporsi ad un esame del sangue“ (StAZH, WII15 2001/041.79, Brief vom 6.3.87).

²⁸ StAZH, WII15 2001/041.89, Brief vom 1.6.1988 (Eingangsstempel).

²⁹ LM, Nr. 4701, 29.6.87. Marta Emmenegger moderierte jeweils am Montagabend eine Beratungssendung („Sex nach Neun“) auf der privaten Zürcher Radiostation *Radio Z*.

³⁰ Vgl. StAZH, WII15 2001/041.95, Brief vom 21.3.86.

³¹ StAZH, WII15 2001/041.78, Brief vom 11.7.86.

terinnen und Vertreter jüdischer und christlicher Organisationen. Letztere wollten wissen, welche Vorsichtsmaßnahmen bei bestimmten religiösen Praktiken wie dem Abendmahl und dem Umgang mit Leichen anzuwenden seien. Interessant ist hier, dass die meisten Briefe aus der Zeit vor dem Beginn der nationalen Kampagne stammen. Nach 1987 scheint bei den meisten Institutionen das für sie relevante Wissen vorhanden gewesen zu sein.

Ein weiterer Unterschied lässt sich auf der inhaltlichen Ebene festmachen: In den Briefen an die AHS werden häufiger Orte wie das Schwimmbad und Insekten als Überträger von HIV thematisiert. Dies deutet nicht unbedingt darauf hin, dass diese Ratsuchenden grundsätzlich weniger gut informiert gewesen wären als die Leserschaft des *Blick*. Vielmehr ist davon auszugehen, dass zumindest die regelmäßigen Leserinnen und Leser der „Lieben Marta“ bereits durch die Lektüre der Kolumne genügend informiert waren. Die Tätigkeit der AHS bestand in der Beantwortung persönlicher Fragen, mit denen – wie oben erläutert – meistens Ergänzungen zu den über Broschüren und andere Medien verbreiteten Informationen einholt werden sollten. Im Gegensatz zur „Lieben Marta“ war dabei kein populäres Medium zu bedienen; zugleich konnte man aber auch nicht auf dessen Multiplikationswirkung zählen. Die Ratsuchenden konnten also nicht darauf verwiesen werden, dass ihre Frage schon beantwortet worden sei, wie es die Ratgeberin im *Blick* häufig tat.

Die Korrespondenz der AHS mit ihren Ratsuchenden war also in geringerem Maße in ein intertextuelles Netzwerk eingebunden. Die Schreibenden konsumierten zwar eine Vielzahl von Medien, wie aus den zahlreichen Hinweisen in ihren Briefen deutlich hervorgeht. Doch sie schrieben sich nicht in einen vergleichbar einheitlichen Aussageraum ein wie die Leserschaft der „Lieben Marta“. In deren Briefen scheint nämlich tatsächlich so etwas wie eine Gemeinschaft der „Liebe Marta“-Lesenden auf, die mehr oder weniger gut wussten, was sagbar war und was nicht. Zu den nicht genehmen Äußerungen gehörten etwa homophobe Sprüche, die von der Ratgeberin mit deutlichen Worten abgekanzelt wurden. Die Tatsache, dass auch die an die AHS schreibenden Personen die Form des Ratgesuchs beherrschten, verweist jedoch zugleich auf deren Teilhabe am umfassenderen kommunikativen Raum der „Beratungsgesellschaft“ (Fuchs und Pankoke 1994). Auch ihr Sprechen war geregelt, allerdings weniger durch die Bedingungen der konkreten Beratungsinstitution denn durch die Vorgaben der Beratungskommunikation im Allgemeinen.

Grenzen der Beratungskommunikation

Im Gegensatz zur AHS erhielt die „Liebe Marta“ zahlreiche Anfragen, die sich nicht auf die von ihr vornehmlich behandelten Themen Liebe, Sex und Partnerschaft³² bezogen. Da sie selbst diesen Themenbereich nur insofern erweiterte, als sie im Zusammenhang mit den entsprechenden Problemen beispielsweise auch auf Arbeitslosigkeit oder Geldsorgen einging, dürfte ihre Inszenierung als in Lebensfragen erfahrene Frau, die weiß, wie man sich helfen kann, zu großen Teilen für die thematische Breite der Briefe verantwortlich gewesen sein. In diesem

³² LM, Nr. 10624, 8.2.1980; dabei handelte es sich um die erste Kolumne der „Lieben Marta“ überhaupt.

Sinne lässt sie sich gerade nicht – wie die Vertreterinnen und Vertreter der AHS – als Expertin beschreiben. Und doch unterscheiden sich die an sie gerichteten Fragen nicht wesentlich von denjenigen, die bei der AHS eingingen. In der Mehrzahl aller hier untersuchten Briefe zur Aids-Thematik geht es nämlich um Wissen: Die meisten Schreibenden suchten Informationen darüber, welche Praktiken, Orte, Dinge etc. unter welchen Umständen mit welchem Risiko behaftet sind.

Für die Fragen zu Aids und HIV spielte es letztlich keine Rolle, wer sie beantwortete. Wichtig war lediglich, dass das angebotene Wissen als vertrauenswürdig eingestuft werden konnte. Und diesbezüglich standen beide Institutionen gut da – auf der einen Seite die mit staatlichen Aufgaben betraute Nichtregierungsorganisation, auf der anderen Seite die bestens im Geschäft etablierte Ratgeberin, die ständig bei Expertinnen und Experten Rücksprache nahm, wie sie immer wieder betonte.

Die prinzipielle Austauschbarkeit beider Institutionen lässt sich an zwei Korrespondenzen beispielhaft aufzeigen. Einer der Ratsuchenden hatte nämlich einen mit Ausnahme der Anrede identischen Brief³³ gleich an beide Adressen geschrieben. Da keiner der Briefe datiert ist, lässt sich nicht mehr eruieren, in welcher Reihenfolge sie verfasst wurden. Es deutet aber einiges darauf hin, dass es ungefähr zur selben Zeit geschah. Offensichtlich hielt der Verfasser es nicht für nötig, seinen Text an die Vorgaben der jeweiligen Institution anzupassen. Marta Emmenegger leitete den an sie gerichteten Brief zur Beantwortung an Roger Staub weiter, der eine der wichtigsten Personen aus dem Umfeld der AHS war. Dies ist nicht weiter erstaunlich, traf sie sich doch zu jener Zeit regelmäßig zum Informationsaustausch mit Staub,³⁴ der, wie sie schrieb,³⁵ zudem gerade für eine Telefonberatungsaktion des *Blick* im Verlag anwesend gewesen war. Auf beiden Briefen finden sich handschriftliche Bemerkungen, deren Schriftbild sich ähnelt. Ob aber wirklich beide von derselben Person (Staub) beantwortet wurden, lässt sich nicht mit Sicherheit sagen. Die Antworten jedenfalls widersprechen sich zum Teil deutlich. So wird etwa die Frage, ob ein HIV-positiver Embryo seine Mutter „automatisch“ infiziere, das eine Mal mit „Ja“, das andere Mal mit „Nein“ beantwortet. Die Austauschbarkeit der Institutionen führte offensichtlich nicht zu einer Einheitlichkeit der Informationstätigkeit.

Wie aber sollen die beiden Institutionen beschrieben werden, wenn ihre Funktion hauptsächlich darin bestand, Expertenwissen zu vermitteln? Inwiefern kann im vorliegenden Zusammenhang überhaupt noch von Beratungsinstitutionen gesprochen werden? Sicherlich spielt Wissen im Rahmen der Beratungskommunikation eine wichtige Rolle. Auch ein weiteres zentrales strukturelles Merkmal, der Aufschub zwischen Rat (-gesuch) und Tat (vgl. Fuchs und Mahler 2000: 350ff.), ist hier grundsätzlich gegeben. Zugleich aber steht die Ausrichtung auf die Vermittlung normativen Wissens in Konflikt mit der grundlegenden Funktionsweise von Beratung, „lediglich Verfahrensvorschläge zur Operationalisierung von Problemen“ (Duttweiler 2004: 24) bereitzustellen.

³³ LM, Nr. 6003, Datum unbekannt; StAZH, WII15 2001/041.79, undatiertes Brief.

³⁴ Vgl. Interview mit Roger Staub, geführt am 2.12.2008. Staub war bis 1986 Mitglied im Vorstand der AHS, nahm Ende 1986 Einsitz im „Kreativteam STOP AIDS“ und ist heute der Leiter der Sektion Aids im Bundesamt für Gesundheit.

³⁵ LM, Nr. 6004, 3.3.1987.

In diesem Sinne beratende Kommunikation wird in den untersuchten Quellen hauptsächlich von Personen nachgefragt, die positiv auf HIV getestet worden beziehungsweise an Aids erkrankt waren oder in deren Darstellung die Aids-Thematik nicht den Kern des Ratgesuchs ausmacht. In einigen Briefen an beide Institutionen finden sich Textstellen, die man mit Blick auf die Aids-Thematik als „narrative Überschüsse“ beschreiben könnte: In seitenlangen Ausführungen werden persönliche Schicksale geschildert, die für die im Zentrum des Briefs stehende Frage kaum relevant zu sein scheinen, durch die sich die Schreibenden den Ratgebenden jedoch erst als Personen mit einer Geschichte und individuellen Problemen, das heißt als zu beratende, mitteilen. Außerhalb dieser kleinen Gruppe von Ratsuchenden jedoch sieht es fast so aus, als wäre das Sprechen über Aids gewissermaßen „beratungsresistent“.

Dies führt mich zum Ausgangspunkt meiner Überlegungen zurück, zur Frage nach der Bedeutung der kommunikativen Form als Äußerungsbedingung. Die bisherigen Ausführungen weisen darauf hin, dass weder die Beratungskommunikation als allgemeine Form noch die konkreten Beratungsinstitutionen einen entscheidenden Einfluss auf das Schreiben über die Aids-Thematik gehabt haben. Es lässt sich vermuten, dass Ereignisse wie die „Aids-Krise“, die von weiten Kreisen als grundsätzliche Bedrohung der Gesellschaft wahrgenommen werden, die Grenzen aufzuzeigen, die der Beratung als einer immer auch „Freiheit“ ermöglichenden Kommunikationsform gesetzt sind. Allgemeiner formuliert: Die Praxis der beratenden Institutionen und Personen, auf der Basis einer die Ratsuchenden einbindenden „Evaluation“ des status quo lediglich Vorschläge zu unterbreiten, scheint bei bestimmten – biopolitisch relevanten – Themen durch eine mehr oder weniger autoritäre Vermittlung von Verhaltensvorschriften ersetzt zu werden. Auch wenn Beratungskommunikation nie ohne normative Züge auskommt, wird hier sehr viel weniger auf die Einsicht der Ratsuchenden und Aushandlungen bezüglich der Lösungswege gesetzt als anderswo. Es entbehrt nicht einer gewissen Ironie, dass das gerade bei einem Thema geschieht, für das die Forderung nach „Eigenverantwortlichkeit“ aller sexuell aktiven Personen wesentlich ist.

Könnte man aber vor diesem Hintergrund nicht argumentieren, dass Beratungskommunikation immer schon ein Instrument der Disziplinierung ist, das nur im liberalen Mäntelchen daher kommt? Ist nicht in der Tat die Einsicht, von der eben die Rede war, nichts anderes als die Einsicht in die Notwendigkeit, gemäß den Richtlinien der Ratgebenden zu handeln (vgl. Duttweiler 2007b: 264ff.)? Im Zusammenhang mit der Aids-Thematik würde sich folglich der eigentliche Charakter der Beratung offenbaren und die oben skizzierte Veränderung der Form der Kommunikation wäre bloß eine scheinbare. Sicherlich trifft das teilweise zu. Zugleich aber bin ich der Überzeugung, dass man mit einer Argumentation nicht weiter kommt, die der Beratung – und therapeutischen Arrangements im Allgemeinen – abspricht, etwas anderes als die Bereit- und Wiederherstellung konformer Subjektivität zu ermöglichen. Auch wenn sie oftmals neosozialer Politik zuarbeitet, kann und sollte sie nicht einfach auf diese Funktion reduziert werden. Es gilt stattdessen, auch ihre ermöglichenden Seiten anzuerken-

nen und zu fragen, unter welchen Umständen Beratung als kritische Kommunikationsform möglich wird. Genau dies scheint im Zusammenhang mit Aids weder von den Beratungsinstitutionen angeboten noch von den Ratsuchenden nachgefragt worden zu sein.

Literatur

- Bänziger PP. „Aids: Der Anfang einer neuen Seuche“. Schreiben über HIV und Aids in Schweizer Medien, 1983–2005. In: Bundesamt für Gesundheit, Aids-Hilfe Schweiz, Schweizerisches Landesmuseum, Hrsg. Ohne Dings kein Bums. 20 Jahre Aids-Arbeit in der Schweiz. Baden (Schweiz): hier+jetzt, 2005; 138 – 151
- Bänziger PP. Trauriger Sex. Körper, Beziehungen und Beratung im späten zwanzigsten Jahrhundert: eine Archivanalyse. Diss. Philosophische Fakultät der Universität Zürich, 2008
- Bänziger PP. Von der Suche nach einem Problem und welche Funktion der Sex dabei haben kann. In: Sarasin P, Bänziger PP, Duttweiler S, Wellmann A, Hrsg. Fragen Sie Dr. Sex. Ratgeberkommunikation und die mediale Konstruktion des Sexuellen. Frankfurt/M.: Edition Suhrkamp, 2010 (im Druck)
- Bundesamt für Gesundheit. Kampagne LOVE LIFE STOP AIDS, Wirkungen STOP AIDS-Kampagne. Bern: BAG 2005
- Duttweiler S. Beratung. In: Bröckling U, Krasmann S, Lemke T, Hrsg. Glossar der Gegenwart. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 2004; 23 – 29
- Duttweiler S. Sein Glück machen. Arbeit am Glück als neoliberale Regierungstechnologie. Konstanz: UVK, 2007a
- Duttweiler S. Beratung als Ort neoliberaler Subjektivierung. In: Anhorn R, Bettinger F, Stehr J, Hrsg. Foucaults Machtanalytik und Soziale Arbeit. Wiesbaden: VS, 2007b; 261 – 275
- Duttweiler S, Bänziger PP. „Chere Marta, j'ai un problème“. La mise en mots du malaise sexuel dans le courrier du cœur. *Revue des Sciences Sociales* 2006; 36: 108 – 115
- Eitler P. Die Produktivität der Pornographie: Visualisierung und Therapeutisierung der Sexualität nach 1968. In: Pethes N, Schicktanz S, Hrsg. Sexualität als Experiment. Identität, Lust und Reproduktion zwischen Science und Fiction. Frankfurt/M., New York: Campus, 2008; 255–274
- Epstein S. *Impure science. AIDS, activism, and the politics of knowledge*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 1996
- Foucault M. *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit 1*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 2001
- Fuchs P. Die magische Welt der Beratung. In: Schützeichel R, Brüsemeister T, Hrsg. Die beratene Gesellschaft. Zur gesellschaftlichen Bedeutung von Beratung. Wiesbaden: VS, 2004; 239 – 257
- Fuchs P, Pankoke E. *Beratungsgesellschaft*. Schwerte: Katholische Akademie, 1994

- Fuchs P, Mahler E. Form und Funktion von Beratung. *Soziale Systeme* 2000; 6: 349 – 368
- Helmstetter R. Der stumme Doctor und die Lösung aus der Duldungsstarre. Die Anfänge der Sexualberatung im deutschsprachigen Raum. In: Sarasin P, Bänziger PP, Duttweiler S, Wellmann A, Hrsg. *Fragen Sie Dr. Sex. Ratgeberkommunikation und die mediale Konstruktion des Sexuellen*. Frankfurt/M.: Edition Suhrkamp, 2010 (im Druck)
- Kastner M, Maasen S. So bekommen Sie Ihr Problem in den Griff. Genealogie der kommunikativen Praxis ‚Sex-ratgebersendung‘. In: Fiehler R, Metzger D, Hrsg. *Untersuchungen zur Kommunikationsstruktur*, Bielefeld: Aisthesis, 1995; 21 – 84
- Lessenich S. Die Neuerfindung des Sozialen. Der Sozialstaat im flexiblen Kapitalismus. Bielefeld: transcript, 2008
- Lupton D. *Medicine as culture: Illness, disease and the body in western societies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 1994
- Masters WH, Johnson VE. *Die sexuelle Reaktion*, Frankfurt/M.: Akademische Buchgesellschaft, 1967
- Messner D. Politik im Wandel. NGOs in der Irrelevanzfalle oder NGOisierung der (Welt-) Politik? In: Friedrich Ebert Stiftung, Hrsg. *Globale Trends und internationale Zivilgesellschaft oder: Die NGOisierung der (Welt-) Politik?* Bonn: Friedrich Ebert Stiftung, 1996; 11 – 38
- Moreau D. „Dispositifs de sécurité“ et épidémie de sida. *Labyrinthe* 2005; 22: 101 – 110
- Müller E. *Las Méridas. Zwischen revolutionärer Bewegung und institutionalisierter NGO: Veränderungen, Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer lokalen feministischen Organisation in El Salvador*. Lizentiatsarbeit in Ethnologie an der Philosophischen Fakultät I der Universität Zürich, 2007
- Scherr A. Beratung als Form wohlfahrtsstaatlicher Hilfe. In: Schützeichel R, Brüsemeister T, Hrsg. *Die beratene Gesellschaft. Zur gesellschaftlichen Bedeutung von Beratung*. Wiesbaden: VS, 2004; 95 – 110
- Wellmann A. „... als schweizerisch deklariertes Produkt“. Die Boulevardzeitung *Blick* im Kreuzfeuer der Kritik 1959–1969. *Schweizerische Zeitschrift für Geschichte* 2008a; 58: 198 – 210
- Wellmann A. Wie der Brief in die Zeitung kam. Zur Medialisierung von Ratgesuchen an die „Liebe Marta“ im *Blick*. *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 2008b; 104: 29 – 43
- Wellmann A. Beziehungssex. Wie eine boulevardmediale Ratgeberrubrik in den 1980er und 1990er Jahren Sexualität produzierte. In: Sarasin P, Bänziger PP, Duttweiler S, Wellmann A, Hrsg. *Fragen Sie Dr. Sex. Rat-*

geberkommunikation und die mediale Konstruktion des Sexuellen. Frankfurt/M.: Edition Suhrkamp, 2010 (im Druck)

Žižek S. Die Tücke des Subjekts. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 2001

Dr. des. Peter-Paul Bänziger

Universität Zürich

Forschungsstelle für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte FSW

Rämistrasse 64

CH-8001 Zürich

pepa@fsw.uzh.ch