

1987 — 2012





Ich will's zärtlich.

mach's! aber mach's mit.

Mit Wissen & Kondom schützt Du Dich vor HIV und verringerst das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI).

**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

BZgA Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung



**FACHVERBAND
AUSSENWERBUNG E.V.**



**Verband der Privaten
Krankenversicherung**

Infos unter **www.machsmits.de**
Telefonberatung unter 0221 – 89 20 31

Eine Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), mit Unterstützung des Fachverbandes Aussenwerbung e.V. und des Verbandes der privaten Krankenversicherung e.V., gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.



Idee & Konzept: Allround Team GmbH, Foto: Achim Hehn

„Aids ist und bleibt eine der zentralen Heraus- forderungen für die BZgA.“

*Prof. Dr. Elisabeth Pott,
Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)*

1987 bis 2012: 25 Jahre „GIB AIDS KEINE CHANCE“



Prof. Dr. Elisabeth Pott

Während viele Länder noch darum ringen, die dramatischen Infektionsraten einzudämmen, befindet sich Deutschland in der vergleichsweise günstigen Lage, auf eine langjährige, wirksame Präventionsarbeit zurückblicken zu können. Bereits vor 25 Jahren wurde von der Bundesregierung das „Sofortprogramm Aids“ auf den Weg gebracht. Im gleichen Jahr wurde die Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) gestartet. Mit knapp 50 Millionen DM (ca. 25 Millionen Euro) war sie finanziell gut ausgestattet. Die bis heute größte Gesundheitskampagne in Deutschland konnte sich über sämtliche Kommunikationskanäle durchsetzen, „GIB AIDS KEINE CHANCE“ wurde zu einem der bekanntesten Logos in Deutschland.

Die Anstrengungen zahlen sich aus: Deutschland steht heute mit im westeuropäischen Vergleich niedrigen HIV-Infektionszahlen am besten da. Die Kondomnutzung der Deutschen ist so hoch wie noch nie, die Zahl der HIV-Neuinfektionen sinkt seit 2007 wieder (nach einem Anstieg von 2001 bis 2007). Alle relevanten Zielgruppen verfügen über das Wissen, wie sie sich wirksam vor einer HIV-Infektion schützen können.

Von Anfang an setzte die Kampagne auf die Verhinderung von HIV-Infektionen sowie die Solidarität mit Betroffenen. Unter ihrem Dach wurde auch die zielgruppenspezifische Arbeit der Deutschen AIDS-Hilfe für die von HIV und Aids besonders betroffenen und gefährdeten Gruppen maßgeblich gefördert und ausgebaut. Mit dieser Aidspräventionsstrategie wurde ein grundlegender Paradigmenwechsel in der Prävention von Infektionskrankheiten vollzogen. Reichweite und Gesamtwirkung der Kampagne werden seit ihrem Start in der jährlichen Repräsentativuntersuchung „Aids im öffentlichen Bewusstsein“ wissenschaftlich überprüft.

Doch diese offenkundigen Erfolge dürfen uns keinesfalls zur Untätigkeit verleiten. Das wichtigste Ziel der BZgA wird auch in Zukunft sein, die HIV-Infektionen in Deutschland weiterhin auf niedrigem Niveau zu halten, bzw. nachhaltig zu senken. Die Rahmenbedingungen und die daraus erwachsenden Herausforderungen für eine erfolgreiche HIV- / Aidsprävention haben sich

allerdings in den letzten Jahren massiv verändert. So hat zum Beispiel die verbesserte medizinische Behandelbarkeit von HIV / Aids dazu geführt, dass die gefühlte Bedrohung der HIV-Infektion bzw. Aids-Erkrankung besonders in den gefährdeten Gruppen kleiner geworden ist: Für viele ist die HIV-Infektion zu einer Art chronischer Krankheit geworden, mit der es sich Jahrzehnte mit gering eingeschränkter Lebensqualität leben lässt. Zudem erhöhen andere sexuell übertragbare Infektionen (STI) wie Tripper oder Syphilis die Wahrscheinlichkeit einer HIV-Infektion um ein Vielfaches.

Damit die Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ und die HIV- / Aidsprävention in Deutschland auch zukünftig wirksam bleibt, muss sie sich diesen Herausforderungen stellen. Dabei gilt es, die gefährdeten Menschen immer wieder neu anzusprechen und diese Ansprache vor allen Dingen ihrem geänderten Kommunikations- und Freizeitverhalten anzupassen. Stichworte sind hier das Internet und mobile Kommunikationswege.

Innovative Angebote sind also gefordert. Deshalb entwickelt die BZgA ihre Präventionskampagne stetig weiter – und bezieht für die Ideengewinnung auch ihre Zielgruppen mit ein. Eine zentrale Frage bei allen Präventionsmaßnahmen ist, wie die vorhandenen Ressourcen so effektiv wie möglich genutzt werden können.

Wir werden weiterhin alles daransetzen, dass sich in Deutschland so wenig Menschen wie möglich mit dem HI-Virus und anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) anstecken.

In dieser Dokumentation haben wir für Sie Informationen rund um unseren Kampf gegen HIV und Aids und die Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ zusammengestellt, d.h. ihre Historie, ihren umfangreichen Maßnahmen- und Medienmix und ihre Qualitätssicherung. Wir würden uns freuen, wenn auch Sie mit Ihrem Interesse dazu beitragen, dass diese wichtige gesellschaftliche Arbeit im öffentlichen Bewusstsein bleibt.

Prof. Dr. Elisabeth Pott,
Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

Inhalt

Vorwort	2
1 Die Geschichte von HIV/ Aids und der Aidsprävention in Deutschland	4
2 HIV/ Aids	9
2.1 HIV und Aids weltweit	12
2.2 HIV und Aids in Deutschland	13
2.3 Ursachen für den Anstieg der HIV-Neuinfektionen zwischen 2001 und 2007	14
2.4 „Altes Aids“ und „Neues Aids“	14
3 Die Rolle der BZgA bei der Aidsprävention in Deutschland	16
3.1 Die HIV-/ Aids-Bekämpfungsstrategie und der Aktionsplan der Bundesregierung	18
3.2 Die Zusammenarbeit mit der Deutschen AIDS-Hilfe (DAH)	19
4 Die Präventionskampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“	20
4.1 Die Aids-Bekämpfung in den 80er-Jahren	22
4.2 Die Zielgruppen	23
4.3 Strategie und Architektur der BZgA Dachkampagne	24
4.4 Didaktische Grundprinzipien	24
4.5 Medien und Maßnahmen von „GIB AIDS KEINE CHANCE“	26
4.6 <i>mach's mit</i> – weit mehr als Plakate	27
4.7 Der Welt-Aids-Tag	33
4.8 Weitere Maßnahmen zur Ansprache der gesamten Bevölkerung	36
4.9 Personale Kommunikation	37
4.10 Bundeswettbewerb Aidsprävention	40
4.11 Qualitätssicherung und Wirkungskontrolle	41
5 Public Private Partnerships und Kooperationen	44
5.1 Public Private Partnerships	46
5.2 Kooperationen mit Verbänden und Organisationen	47
6 Internationale Zusammenarbeit und Wissenstransfer	48
6.1 Aids-Kongresse in Deutschland, Österreich und der Schweiz	50
6.2 Internationale Aids-Konferenzen	51
6.3 Kooperation mit der GLZ	51
6.4 Internationale Delegationen in der BZgA	51
6.5 Verstärkung der HIV-/ Aids-Bekämpfung in der EU und ihrer Nachbarschaft	52
7 Ausblick	54
8 Quellen- und Literaturverzeichnis	60
Impressum	63



A stylized map of Germany is shown in a dark red color on the left side of the page. Overlaid on the map are several circular symbols with red outlines and internal details, representing HIV/AIDS. A large, faint number '1' is visible in the background of the right side of the page.

Die Geschichte von HIV / Aids und der Aids- prävention in Deutschland

HIV / Aids war immer mehr als eine Krankheit. Deshalb stehen der Schutz vor HIV und die Solidarität mit HIV-positiven Menschen im Mittelpunkt der Prävention.

1 Die Geschichte von HIV / Aids und der Aidsprävention in Deutschland

- > Erster Aids-Fall im Kongo (nachträglich identifiziert).

1959

- > Erste Fälle von damals mysteriösen Krankheitsbildern mit massiven Störungen des Immunsystems werden in den USA beobachtet und ab 1982 als „AIDS“ bezeichnet, im Deutschen heute auch als „Aids“.

1981

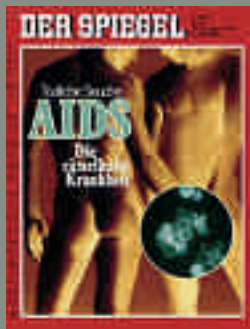
- > Das Robert Koch-Institut in Berlin beginnt das Aids-Fallregister für Deutschland zu führen.

1982

- > Gründung von ersten Aids-Hilfe-Gruppen.

1983

- > Im Juni berichtet der „Spiegel“ in einer Titelseite erstmals über die tödliche Seuche



- > Nahezu zeitgleich geben der französische Virologe Luc Montagnier und sein amerikanischer Kollege Robert Charles Gallo die Entdeckung des HI-Virus als Auslöser von Aids bekannt (damals noch HTLV III genannt).
- > Am 23. September wird in Berlin die Deutsche AIDS-Hilfe als Dachverband der sich in vielen Städten bildenden lokalen Aids-Hilfe-Gruppen gegründet.



- > Der erste HIV-Antikörper-Test wird vorgestellt.

1984

- > Start des „Sofortprogramms der Bundesregierung zur Bekämpfung von Aids“. Für Aidsprävention werden 1987/1988 je etwa 50 Mio. DM zur Verfügung gestellt. Die Abkürzung „AIDS“ wird auch als „Aids“ eingedeutscht.



01805-555 444

GIB AIDS KEINE CHANCE

- > Die Dachkampagne der BZgA zur Aidsprävention erhält das Logo „GIB AIDS KEINE CHANCE“.
- > Die Aids-Telefonberatung der BZgA bietet täglich anonyme, persönliche Beratung an.

- > Die TV-Spots der BZgA starten mit einer öffentlich sehr beachteten Serie von zehn Spots. Zum Klassiker wird der 1990 gedrehte Spot „Supermarkt“ mit Hella von Sinnen und Ingolf Lück.



- > Auf Initiative Rainer Jarchows wird die Deutsche AIDS-Stiftung „Positiv leben“ gegründet. Kurz danach wird die „Nationale AIDS-Stiftung“ ins Leben gerufen.
- > In Zusammenarbeit mit der Weltgesundheitsorganisation lädt die BZgA Vertreter aus 15 europäischen Ländern zum ersten „International AIDS-Consultation“ nach Köln ein (bis 1993).
- > In Zusammenarbeit u. a. mit allen Apotheken in Deutschland wird die erste breit angelegte Informationskampagne der BZgA zur Aidsprävention gestartet.

1987

- > In Atlanta/USA findet die erste Internationale Aids-Konferenz statt.
- > Die Testung aller Blutprodukte auf HIV-Antikörper wird in Deutschland zur Pflicht.
- > Erstes prominentes Opfer von Aids: der Schauspieler Rock Hudson.



- > Im November schickt die BZgA die erste Informationsbroschüre als Postwurfsendung der Bundesregierung an alle 27 Mio. Haushalte.

1985

DAS WICHTIGSTE ÜBER AIDS

Aids kann nur durch Eindringen des Aids-Erregers HIV in die Blutbahn übertragen werden. Vor allem:

- Durch ungeschützten Geschlechtsverkehr. Kondome schützen!
- Durch infiziertes Blut, vor allem beim gemeinsamen Gebrauch von Spritzen und Nadeln. Keine Spritzen und Nadeln austauschen! Drogenberatung aufsuchen!
- Durch eine angesteckte Mutter auf ihr Kind während der Schwangerschaft, bei der Geburt oder eventuell beim Stillen. Vom Arzt oder Gesundheitsamt beraten lassen! Eine HIV-Infektion kann man niemandem ansehen! Sie ist nur über den HIV-Test nachweisbar.

Das Wichtigste über HIV und Aids steht hier. Mehr über sexualübertragbare Krankheiten und den Schutz beim Sex finden Sie in den Broschüren „...in der Hand“ und „Heller Sex... sicher“ und im Internet unter www.aids-hilfe-chance.de

Die Broschüren und weitere Medien können Sie kostenlos anfordern: Per Post: BZgA, 53155 Köln, e-mail: info@bzga.de Fax: (0221) 9192-257

Der Aids-Erreger HIV wird auf folgenden Wegen nicht übertragen:

- Durch Körperkontakte wie Händeschütteln, Umarmen, Zärtlichkeiten oder Küssen.
- Durch Atmen oder Anhauchen
- Durch Besuche im Schwimmbad, in der Sauna oder beim Sport.
- Durch Zusammenleben mit infizierten oder Kranken.
- Durch gemeinsames Arbeiten im Betrieb
- Durch Benutzen von Toilette, Bad und Dusche.
- Durch Insektenstiche und Haustiere.
- Durch das Spenden von Blut.

Wenn Sie persönliche Fragen haben, rufen Sie uns an: (0221) 9192-21, täglich ab 10 Uhr. Oder www.aidsberatung.de können Sie sich auch online beraten lassen.



- > Die BZgA startet ihre „Personale Kommunikationskampagne“ und führt in den Folgejahren mit örtlichen Kooperationspartnern in allen Städten in Deutschland „Aids-Aktionstage“ und „Aids-Aktionswochen“ durch.
- > Gründung des „Nationalen AIDS-Beirats“ als Beratungsgremium der Bundesregierung

Schäferstündchen.



- > Die ersten **mach's-mit-Großplakate** der BZgA, kostenlos plakatiert vom Fachverband Aussenwerbung (FAW), erregen großes Aufsehen in der Öffentlichkeit – eine so prominente Präsenz von Kondomen im Stadtbild hat es bisher nicht gegeben.



- > Der Hollywoodfilm „Philadelphia“ u.a. mit **Tom Hanks** widmet sich dem Thema Aids und erfährt eine große Publikumsresonanz.

1993

- > Queen präsentiert das „Freddie Mercury Concert for AIDS Awareness“ im Wembley-Stadion, das weltweit von einer Milliarde Zuschauern gesehen wird.



1992

- > Der Sänger **Freddie Mercury** und der Tennisspieler Michael Westphal sterben an Aids.



- > Die „**Rote Schleife**“ startet ihre Karriere als heute weltweit verstandenes Zeichen für Solidarität mit Betroffenen.

1991

- > Der erste Welt-Aids-Tag am 1. Dezember wird von den vereinten Nationen ausgerufen.

- > Die Enquête-Kommission des Deutschen Bundestags „Aids – Fakten und Konsequenzen“ legt ihren ersten Zwischenbericht „Gefahren von Aids und wirksame Wege zu ihrer Eindämmung“ vor.

- > Erstes prominentes Aids-Opfer in Deutschland ist der Schauspieler und Drehbuchschreiber Kurt Raab.

1988

- > Auf der Welt-Aids-Konferenz in Vancouver löst der **medizinische Durchbruch** in Form von hochwirksamen **anti-retroviralen Kombinationstherapien** große Euphorie aus.

1996

- > Gründung von UNAIDS, der Aids-Organisation der Vereinten Nationen.



- > Die Deutsche Aids-Stiftung „Positiv leben“ und die Nationale Aids-Stiftung schließen sich zur **Deutschen Aids-Stiftung** zusammen.



- > Weltweite Ernüchterung: Die neuen Therapien haben **massive Nebenwirkungen** und können Resistenzbildungen auslösen – eine Heilung von HIV ist weiterhin nach dem Stand der medizinischen Kenntnisse nicht vorstellbar.

1998

- > Erste BZgA-Hörfunkspots mit prominenten Comedians.

1999



- > Die BZgA lädt zum ersten Treffen der **EUROPAC-Initiative** ein, einem Forum zum praxisorientierten Erfahrungsaustausch für europäische Länder.

2000

- > Am 1. Januar löst das **Infektionsschutzgesetz (IfSG)** das bis dahin geltende „Bundes-Seuchengesetz“ sowie das „Gesetz zur Bekämpfung der Geschlechtskrankheiten“ ab und stellt die Infektionsbekämpfung auf eine zeitgemäße Basis.

2001

- > Die Vereinten Nationen beschließen die Einrichtung des „**Global Fund to Fight Aids, Tuberculosis and Malaria**“, mit dem weltweit Programme zum Kampf gegen HIV/ Aids finanziert werden sollen.

- > **16. Internationale Aids-Konferenz** in Toronto / Kanada ist mit fast 30.000 Teilnehmenden die bisher größte ihrer Art. Diskutiert werden vor allem Optionen für die Entwicklungsländer.

2006

- > Die „HIV / Aids-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung“ benennt **Aufklärung und Prävention** als ihre wichtigsten Bestandteile für den erfolgreichen Kampf gegen Aids in Deutschland.

- > Der **dramatische Anstieg der HIV-Zahlen in Osteuropa**, zusammen mit verstärkter Migration und Mobilität durch die EU-Erweiterung, lassen Konsequenzen für die HIV-Entwicklung in ganz Europa befürchten.



Verband der Privaten Krankenversicherung

- > Seit Mitte des Jahres unterstützt der **Verband der Privaten Krankenversicherungen e. V.** die Aidsprävention der BZgA mit 3,4 Millionen Euro jährlich. **Nelson Mandela**, der eine eigene Aids-Stiftung gegründet hat und im Kampf gegen Aids weltweit aktiv ist, gibt bekannt, dass sein Sohn Makgatho an Aids gestorben ist.



2005

- > Auch in Deutschland wird für 2001 – wie schon zuvor in den meisten anderen Industrieländern – eine deutliche **Steigerung der HIV-Diagnosen** registriert.

2002



- > Im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft findet in Bremen die Ministerkonferenz „Partnership & Responsibility – Together against HIV / AIDS“ statt. Sie verstärkt die Bedeutung der Aids-Bekämpfung als wichtigen EU-Schwerpunkt auf Regierungsebene. Zur Konferenz wird der „Aktionsplan zur Umsetzung der HIV / Aids-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung“ vorgestellt.

2007

- > In der Statistik von EuroHIV zu den HIV-Neuinfektionen pro Million Einwohner für 2006 hat Deutschland im westeuropäischen Vergleich die **zweitniedrigste Neuinfektionsrate** nach Andorra.

2008

- > Die **Repräsentativuntersuchung** der BZgA, „Aids im öffentlichen Bewusstsein“, zeigt, dass das **Schutzverhalten der Bevölkerung auf einem Höchststand** ist. Gleichzeitig sind in Deutschland so viele Kondome verkauft worden wie noch nie.



- > Die BZgA produziert die **Aidspräventionsspots** „Safe – sag es!“ in zwei Versionen – für **Menschen mit heterosexuellen Kontakten** und für **Männer, die Sex mit Männern haben**.
- > Im August findet in Mexiko City die **17. Welt-Aids-Konferenz** mit mehr als **28.000 Teilnehmern** statt.
- > Frau **Prof. Françoise Barré-Sinoussi** und **Prof. Luc Montagnier** erhalten den **Nobelpreis für Medizin** für die Entdeckung von HIV.

2010

- > Zur **18. Internationalen Aids-Konferenz** in Wien kommen etwa **20.000 Teilnehmende** aus 197 Ländern zusammen. Der Stand der Bundesrepublik Deutschland ist mit mehreren „**Liebesorten**“ aus der BZgA-Kampagne gestaltet und erregt großes Aufsehen.



- > Im April 2012 ist die neue **mach's mit**-Staffel „Wissen und Kondom“ gestartet. Noch stärker als bisher wird die Schutzbotschaft zu HIV / Aids um Informationen zu weiteren **sexuell übertragbaren Infektionen (STI)** ergänzt. Außerdem werden zum ersten Mal Menschen mit ihren individuellen Vorstellungen von Sexualität gezeigt.

2012

- > Die Solidaritäts- und Antidiskriminierungskampagne **„Positiv zusammen leben. Aber sicher!“** der BZgA stellt auch in diesem Jahr eindrucksvoll Porträts von mutigen Frauen und Männern mit HIV in den Mittelpunkt. Die **Kampagne zum Welt-Aids-Tag** zeigt die große Vielfalt des Lebens mit HIV und wirbt für Respekt und Akzeptanz.



- > Nach 5,5 Jahren Laufzeit unterstützt der **Verband der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV)** die Aidsprävention der BZgA mit einem Folgevertrag und mit **3,2 Mio. Euro pro Jahr** bis Ende 2015.

2011



- > Vom 22. bis 27. Juli fand die **19. Internationale Aids-Konferenz** in Washington DC unter dem Motto **„Turning the Tide together“** statt.



- > 25 Jahre „**GIB AIDS KEINE CHANCE**“.

25 JAHRE
**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung
BZgA







HIV / Aids

Die Zahl der im Jahr 2011 weltweit mit HIV lebenden Menschen wird auf 34 Millionen geschätzt, davon mehr als 3,4 Millionen Kinder.

2 HIV / Aids

Seit der Entdeckung Anfang der 80er-Jahre ist HIV / Aids eine der bekanntesten, aber auch bedrohlichsten Infektionskrankheiten, vor allem weil weder ein Heilmittel noch eine Schutzimpfung gegen das Virus in Sicht sind. Mehrere Jahrzehnte intensiver Forschung haben zwar Therapien verfügbar gemacht, die es Betroffenen ermöglichen, auch nach dem Ausbruch der Infektion lange Zeit und weitgehend symptomfrei zu leben. Aber auch mit den wirksamsten Medikamenten wird eine Heilung in absehbarer Zeit nicht möglich sein. Aus diesem Grund ist die Prävention, also das Vermitteln von Wissen, Risikobewusstsein und richtigem Verhalten in Bezug auf das Virus und die Krankheit Aids, der wichtigste Schlüssel, um die Verbreitung von HIV / Aids einzudämmen.

2.1 HIV und Aids weltweit

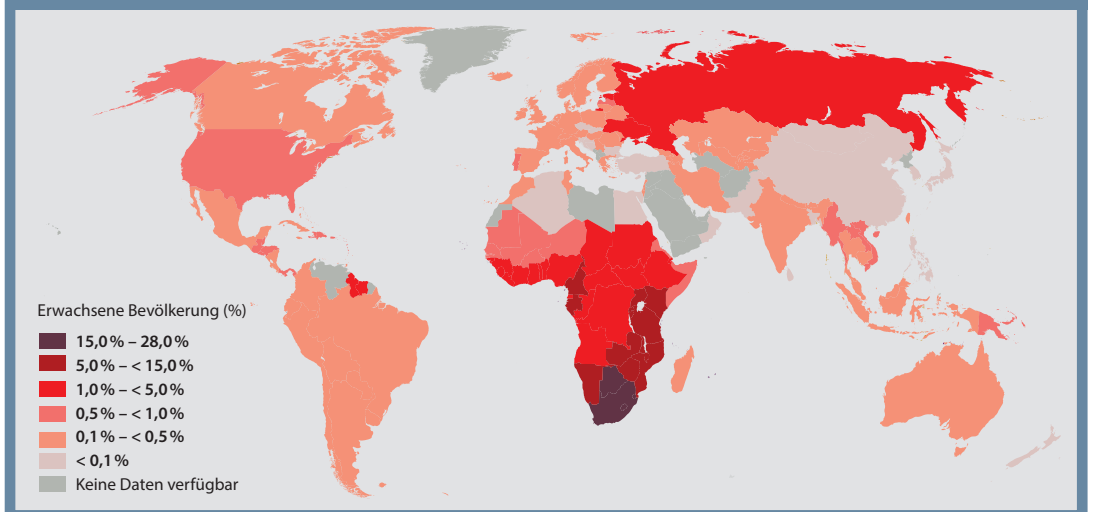
Nach Einschätzung der Vereinten Nationen (UNAIDS) haben sich seit Anfang der 80er-Jahre bis Ende 2011 etwa 81 Millionen Menschen mit dem HI-Virus infiziert. Die Zahl der mit HIV lebenden Menschen wird auf 34 Millionen geschätzt, davon mehr als 3,4 Millionen Kinder. Pro Jahr gibt es circa 2,5 Millionen HIV-Neuinfektionen, davon etwa 330.000 bei Kindern unter 15 Jahren. Weltweit stecken sich also pro Minute circa fünf Menschen neu mit HIV an! Und 1,7 Millionen

Aids-Todesfälle jährlich bedrohen in vielen Ländern die Tragfähigkeit der gesellschaftlichen Strukturen und die wirtschaftliche Entwicklung.

HIV / Aids hat in manchen Ländern die Dimension einer Volkskrankheit angenommen und führt dort zu einem deutlichen Rückgang der durchschnittlichen Lebenserwartung. Besonders betroffen von der HIV- / Aids-Epidemie sind die Entwicklungsländer. In einigen afrikanischen Ländern, vor allem südlich der Sahara, stellt Aids heute die Haupttodesursache dar. In manchen Regionen sind mehr als 25 Prozent der Menschen im Alter von 15 bis 49 Jahren HIV-infiziert oder an Aids erkrankt. Im Gegensatz zu Afrika liegt die durchschnittliche Prävalenz, d.h. die Krankheitshäufigkeit, in Westeuropa unter Erwachsenen mit circa 0,3 Prozent vergleichsweise niedrig. Deutschland liegt dabei unter 0,1 Prozent. Doch innerhalb Europas gibt es große Unterschiede: So liegt zum Beispiel in einigen Mittelmeerländern die Anzahl der HIV-Neudiagnosen pro Million Einwohner um ein Vielfaches höher als in Deutschland oder den skandinavischen Ländern.

Mit hoher Dynamik steigen derzeit in einigen Ländern nicht nur die HIV-Zahlen, sondern auch die anderer sexuell übertragbarer Infektionen. Hier sind besonders einige Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion betroffen. Weiterhin sind Süd- und Ostasien mit ihren Milliardenbevölkerungen zentrale Brennpunkte. Durch besondere Anstrengungen der Staatengemeinschaft – insbesondere auch durch den Globalen Fonds zur Bekämpfung von Aids, Tuberkulose und Malaria (The Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis and Malaria) – ist es in den letzten Jahren gelungen, vielfältige

ZAHL DER WELTWEIT NEUEN HIV-INFESTIONEN

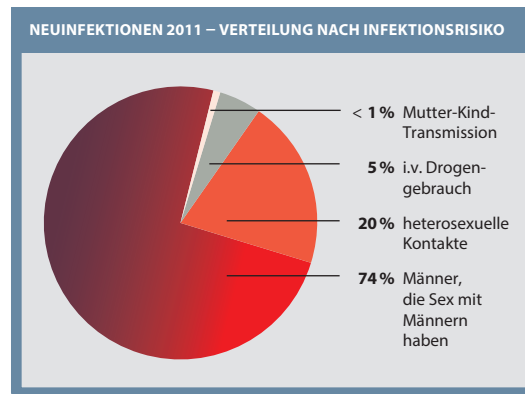


Präventionsmaßnahmen in besonders betroffenen Ländern auf den Weg zu bringen und die Zahl der HIV-Tests und HIV-Behandlungen wesentlich zu erhöhen. Allein die Zahl der HIV-infizierten Menschen die in Ländern mit geringem oder mittlerem Einkommen eine antiretrovirale Therapie erhalten, ist von circa 300.000 (2002) auf circa 8 Millionen (2011) gestiegen.

2.2 HIV und Aids in Deutschland

Angesichts der Entwicklung der weltweiten HIV-/Aids-Epidemie gerät die Aids-Gefahr in Deutschland oft aus dem Blickfeld. Denn die Zahlen sind bei uns nicht nur im weltweiten, sondern auch im westeuropäischen Vergleich auf relativ niedrigem Niveau: Nach Angaben des Robert Koch-Instituts (RKI) lebten Ende 2011 rund 73.000 Menschen mit einer HIV-Infektion in Deutschland. Dies entspricht einer Rate von 0,9 pro 1.000 Einwohner. Deutschland hat damit in Westeuropa eine der niedrigsten Prävalenzen. Bei den HIV-Neuinfektionen lag Deutschland 2009 im westeuropäischen Vergleich zusammen mit Finnland auf niedrigstem Niveau. Nach Expertenmeinung sind diese Präventionserfolge wesentlich auf die frühzeitig begonnenen, umfassenden Präventionsbemühungen und die dafür notwendigen leistungsfähigen Strukturen auf nationaler, regionaler und kommunaler Ebene zurückzuführen.

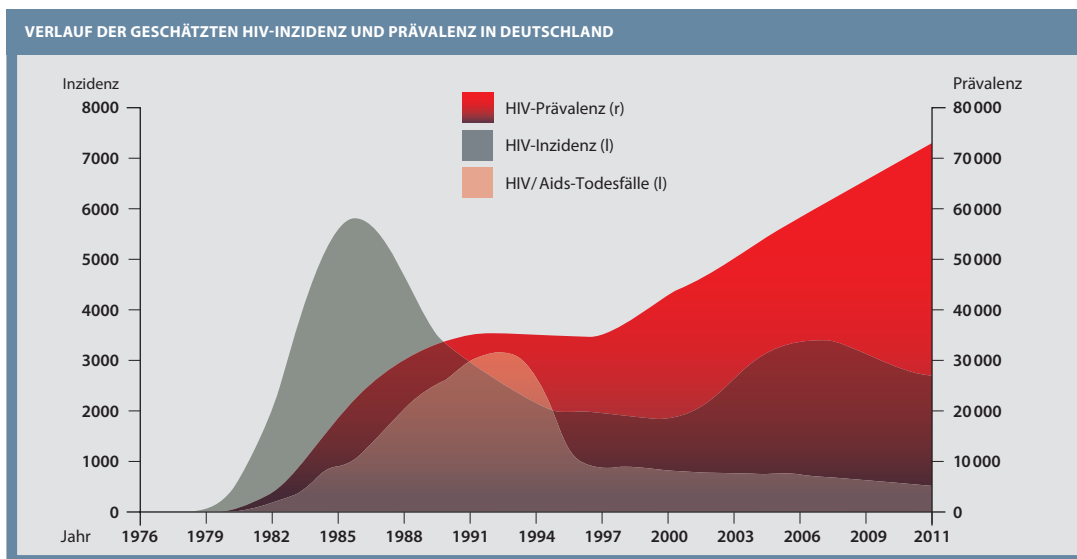
Die Bundesregierung und das Bundesgesundheitsministerium haben der HIV-/Aidsprävention bereits in den 80er-Jahren einen hohen politischen Stellenwert eingeräumt und entsprechend große Mittel für die Prävention zur Verfügung gestellt. Trotz der großen



Quelle: Berechnung auf Grundlage der Schätzungen des Robert Koch-Instituts, epidemiologisches Bulletin 46/2011, Eckdaten vom 25.11.2011

Erfolge ist aber auch in Deutschland das HIV-Problem nicht gelöst. Dies zeigt der Anstieg der Neuinfektionen zu Beginn der 2000er Jahre: 2001 war mit rund 1.500 gemeldeten und gesicherten Neudiagnosen ein Tiefstand erreicht, danach stieg die Zahl der Neuinfektionen mit HIV bis 2007 auf rund 3.000 pro Jahr und hat sich seitdem nur langsam wieder reduziert. 2011 lag die Zahl der geschätzten Neuinfektionen bei 2.700 Fällen. Ziel der Präventionsarbeit bleibt die weitere und möglichst dauerhafte Senkung dieser Zahl.

Grundsätzlich sind alle Bevölkerungsgruppen von HIV und Aids betroffen, aber es gibt Gefährdungsschwerpunkte. Fast drei Viertel der Neuinfektionen in Deutschland sind heute in der Gruppe der Männer, die Sex mit Männern haben (MSM), zu verzeichnen. Es folgen mit rund 20 Prozent Menschen mit heterosexuellen Kontakten. Etwa 5 Prozent betreffen Menschen mit intravenösem Drogengebrauch und weniger als 1 Prozent entfallen bei uns auf Mutter-Kind-Übertragungen.



Nach Schätzungen des RKI befanden sich Ende 2011 circa 52.000 der 73.000 Betroffenen in antiretroviraler Behandlung. 500 Menschen starben 2011 an den Folgen von HIV und Aids.

2.3 Ursachen für den Anstieg der HIV-Neuinfektionen zwischen 2001 und 2007

Das Schutzverhalten in der deutschen Bevölkerung ist heute auf Rekordniveau, ebenso der Absatz von Kondomen. Die klare Fokussierung der Prävention auf die Kondomnutzung als besten Schutz vor einer HIV-Infektion hat also viel erreicht. Es wundert deswegen kaum, dass bei uns die Infektionszahlen im westeuropäischen Vergleich niedrig sind. Dennoch stieg die Anzahl der HIV-Neuinfektionen 2001 bis 2007 erheblich. Wie kann das sein? Dieser – scheinbare – Widerspruch ist aber leicht zu erklären. Folgende Faktoren trugen – allein oder in Kombination – zur Zunahme von Neuinfektionen bei:

Anstieg anderer sexuell übertragbarer Infektionen (Sexually Transmitted Infections, STI)

Die Zahlen anderer STI sind in Deutschland etwa seit dem Jahr 2000 angestiegen: Seitdem verdoppelten sich zum Beispiel die Syphilisdiagnosen. Diese Krankheiten haben nicht nur ähnliche Übertragungswege wie HIV, sie können vor allem die HIV-Ansteckungsfähigkeit wie auch die HIV-Empfänglichkeit um ein Mehrfaches erhöhen. Die Prävention von sexuell übertragbaren Infektionen stellt deshalb sowohl für die BZgA als auch für die Deutsche AIDS-Hilfe zunehmend einen entscheidenden Teil der HIV-Prävention dar.

Mehr Menschen lassen sich auf HIV testen

Der HIV-Test wird in den letzten Jahren vor allem von Männern, die Sex mit Männern haben, verstärkt in Anspruch genommen. Das kann zu einer „Diagnosewelle“ führen, welche auch vermehrt ältere Infektionen aufdeckt. Außerdem optimiert das Robert Koch-Institut kontinuierlich die Datenqualität der von den

Testlabors und in ärztlichen Praxen und Testberatungsstellen erhobenen Daten zu HIV und Aids. Dies erlaubt eine verbesserte Zuordnung zu gesicherten Erstdiagnosen. Auch dieser statistische Effekt trägt zur Erhöhung der gemeldeten Zahlen bei.

Die Lebenserwartung von Menschen mit HIV steigt deutlich

Diese an sich sehr positive Entwicklung führt dazu, dass auch in Deutschland immer mehr Menschen mit HIV/Aids leben, und zwar – dank der effektiven HIV-Therapien – mit zunehmender Lebensqualität, das heißt, auch sexueller Aktivität. Damit steigt die Chance, dass ihre Sexpartnerinnen und Sexpartner infiziert werden.

Nachlassendes Schutzverhalten in einigen Gruppen

Die meisten HIV-Neuinfektionen sind in den besonders gefährdeten Gruppen zu verzeichnen. Durch die verbesserten Behandlungsmöglichkeiten hat Aids seinen früheren Schrecken verloren; Aids wird von vielen Menschen nicht mehr als tödliche Bedrohung, sondern oft nur noch als eine schwere, gut beherrschbare Gesundheitsgefahr empfunden. Die Unsichtbarkeit der Gefahr und das Vertrauen in die Wirkung der neuen Medikamente haben zu einer Unterschätzung der realen Bedrohung beigetragen und damit teilweise zu einem wachsenden Risikoverhalten insbesondere in den epidemiologisch wichtigsten Gruppen, wie z.B. bei Männern, die Sex mit Männern haben, beigetragen.

Mehr Infektionen in und aus anderen Ländern

Der Anstieg der Infektionszahlen vor allem in Afrika, Zentral- und Ostasien sowie – ganz in der Nähe – in Osteuropa und die steigende Mobilität der Menschen bringen eine wachsende Gefahr „importierter“ Infektionen für Deutschland mit sich. Und: Mit über 40 Millionen Auslandsreisen pro Jahr sind die Deutschen „Reiseweltmeister“. Damit nimmt auch ihr Risiko zu, in anderen Ländern auf Menschen zu treffen, die mit HIV infiziert sind.

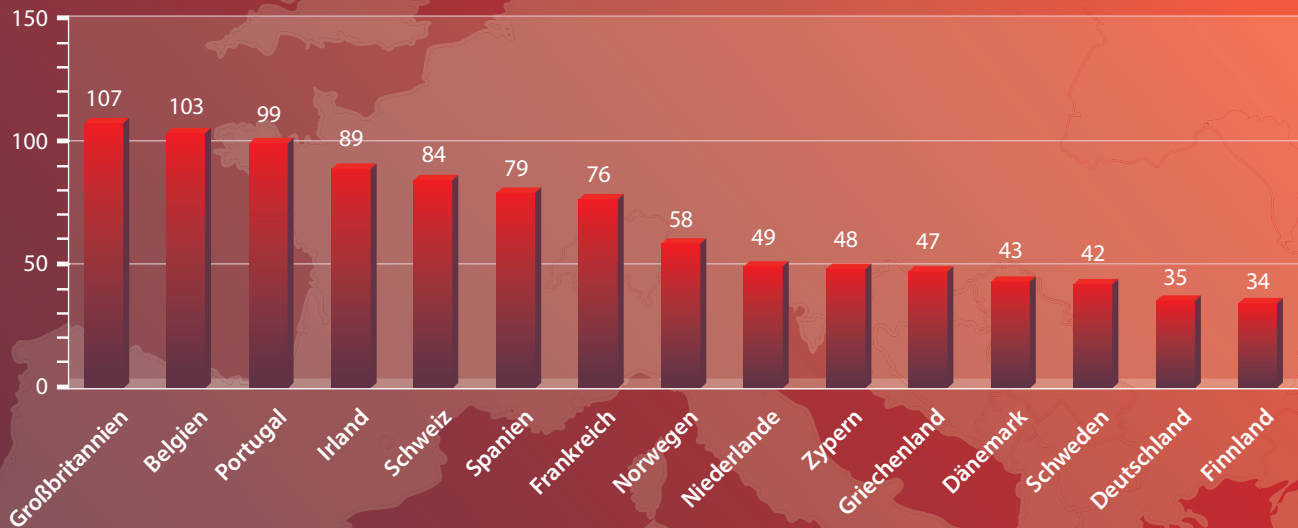
2.4 „Altes Aids“ und „Neues Aids“

Seit etwa 1996 hat sich das gesellschaftliche Bild von Aids in Deutschland deutlich verändert: Aids wurde anfangs von vielen Menschen als eine der größten Gesundheitsbedrohungen und als tödliche Krankheit wahrgenommen, die aufgrund der meist deutlich sichtbaren körperlichen Veränderungen bei Betroffenen auch mit konkreten Symptomen verknüpft werden konnte. Und diese Sichtbarkeit stärkte insbesondere in den gefährdeten Gruppen die Bereitschaft, sich vor dieser präsenten Gefahr auch zu schützen. Aufgrund der seitdem stark verbesserten Behandlungsmöglichkeiten, die eine Aids-erkrankung aus medizinischer Sicht fast wie eine chronische Krankheit erscheinen lassen, verlor Aids für viele Menschen seine „Sichtbarkeit“ und den früheren Schrecken.

Heute wird Aids bzw. die HIV-Infektion von vielen Gefährdeten nicht mehr als lebensbedrohend erlebt. Menschen mit HIV/Aids haben unter wirksamer Therapie eine wesentlich erhöhte Lebenserwartung und meist auch keine von außen erkennbaren Symptome. Eine weiterhin erfolgreiche HIV-Prävention braucht also neue kommunikative Anknüpfungspunkte, um die Notwendigkeit und den Sinn des Schutzes vor HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen effektiv und überzeugend den gefährdeten Gruppen zu vermitteln.

HIV/Aids in Europa

HIV-Neudiagnosen pro Million Einwohner 2009 in Westeuropa





BZgA

Bundesze
für gesund
Aufklärung



Die Rolle der BZgA bei der Aidsprävention in Deutschland

ntrale
undheitliche
g

*In Deutschland ist die Bundeszentrale
für gesundheitliche Aufklärung
(BZgA) die zentrale Umsetzungs- und
Kordinierungsstelle der Aidsprävention.*

3 Die Rolle der BZgA bei der Aidsprävention in Deutschland

In Deutschland ist die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG) die zentrale Umsetzungs- und Koordinierungsstelle für die Aidsprävention auf Bundesebene. Sie ist eine obere Bundesbehörde im Geschäftsbereich des BMG. Als zentrale Koordinierungsstelle für Prävention und Gesundheitsförderung ist sie nicht nur für Aidsprävention, sondern für eine Vielzahl von Präventionsthemen verantwortlich. Mit anderen Worten: Die BZgA hat die Aufgabe, die Bereitschaft in der Bevölkerung zu fördern, sich gesundheitsgerecht und verantwortungsbewusst zu verhalten.

Die BZgA entwickelt für jedes ihrer Themen Präventionsstrategien und Kommunikationskonzepte und setzt sie in Programme, Kampagnen und Projekte um. Ihre größten Schwerpunkte sind heute Aidsprävention, Sexuaufklärung und Familienplanung, Suchtprävention, Kinder- und Jugendgesundheit, gesunde Ernährung und die Förderung der Organspende.

Wichtigstes Ziel der BZgA bei der HIV-/Aidsprävention ist es, die Zahl der HIV-Infektionen so gering wie möglich zu halten. Dies bedeutet, die Ursachen für die Neuinfektionen in Deutschland zu identifizieren und ihnen wirksame, moderne und zielgruppengerechte Präventionsangebote entgegenzusetzen.

Aus der genannten Zielsetzung ergeben sich folgende Aufgaben:

- > Aufrechterhaltung eines hohen und stabilen Informationsstandes über Infektionsrisiken und Schutzmöglichkeiten bezüglich HIV/Aids und anderen sexuell übertragbaren Infektionen,
- > Förderung der Motivation und der Befähigung, Kondome in sexuellen Risikosituationen zu nutzen,
- > Förderung der Verantwortung gegenüber der eigenen Gesundheit und der von Sexualpartnerinnen und Sexualpartnern,
- > Erzeugung und Stärkung eines gesellschaftlichen Klimas gegen Stigmatisierung und Ausgrenzung von Menschen mit HIV/Aids.

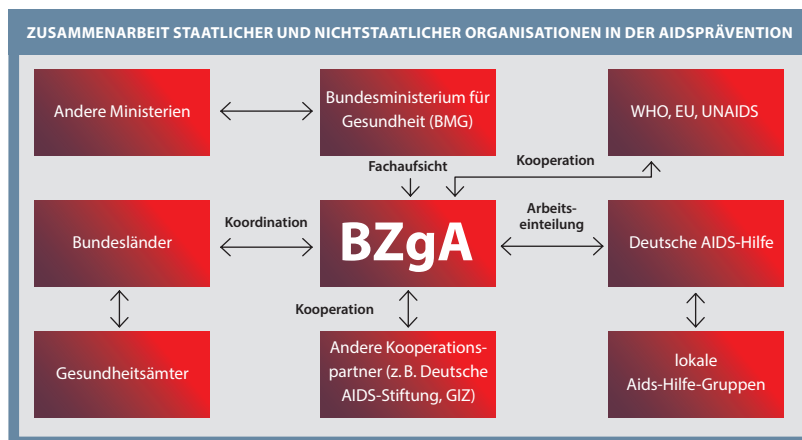
Um die Wirkung der Kampagne insgesamt sowie deren Einzelmaßnahmen zu sichern, führt die BZgA regelmäßig gezielte Studien und repräsentative Untersuchungen durch.

3.1 Die HIV/Aids-Bekämpfungsstrategie und der Aktionsplan der Bundesregierung

Die Aktivitäten der BZgA zur Prävention von HIV/Aids sind Teil der HIV-/Aids-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung. Die Federführung hat dabei das Bundesministerium für Gesundheit.

Hauptziele dieser Strategie sind die Verhinderung von HIV-Neuinfektionen und anderer sexuell übertragbarer Infektionen, Sicherung bzw. Optimierung des Beratungs- und Betreuungsangebots sowie die Verstärkung der nationalen und internationalen Zusammenarbeit.

Bereits im Juli 2005 hat die Bundesregierung ihre HIV-/Aids-Bekämpfungsstrategie an die neuen Herausforderungen angepasst. Die umfangreichen Erfahrungen der BZgA, insbesondere mit der Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“, sind in diese Strategie eingeflossen. Im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft Deutschlands wurde darauf aufbauend im März 2007 der „Aktionsplan zur Umsetzung der HIV-/Aids-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung“ verabschiedet, welcher die wichtigsten



Quelle: BZgA

Themen- und Forschungsfelder, Handlungskonzepte und Arbeitsschwerpunkte im Kampf gegen Aids festlegt. Die Bundesministerien für Gesundheit, für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie für Bildung und Forschung sind dabei zentral beteiligt.



Der Aktionsplan definiert die Aktionsschwerpunkte und ihre Ziele, auf die sich Deutschland bei seinen Bemühungen zur Aids-Bekämpfung konzentriert: Aufklärung und Prävention, universeller Zugang zur HIV-Testung und Therapie, Solidarität und Antidiskriminierung, Epidemiologie der Neuinfektionen, biomedizinische und sozialwissenschaftliche Forschung sowie Evaluierung und Qualitätssicherung.

Die HIV-/Aids-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung trägt darüber hinaus zur Umsetzung der auch von Deutschland mitgetragenen Zielsetzungen der Vereinten Nationen, der G8-Gipfel und der Europäischen Union bei. In der Millenniumserklärung 2000 hat sich die internationale Gemeinschaft verpflichtet, bis zum Jahre 2015 die Ausbreitung von HIV/Aids zu stoppen und den derzeitigen Trend umzukehren.

HIV-Prävention rechnet sich

Der früh in Deutschland eingeschlagene Weg der Aidsprävention ist wissenschaftlich als besonders effektiv nachgewiesen. 2005 wurden in einer US-Studie verschiedene flächendeckende Präventionsansätze und ihre zu erwartenden Effekte mit den aufgewendeten Mitteln verglichen. Das Ergebnis bestätigt, dass die Kombination von zielgerichteten Maßnahmen für gefährdete Gruppen mit reichweitenstarken Maßnahmen für die Allgemeinbevölkerung am wirksamsten ist.

Auch ökonomisch ist die HIV-Prävention ein Erfolg: Nach heutigen Schätzungen kostet die lebenslang notwendige medizinische Begleitung und Therapie eines Menschen mit HIV weit mehr als eine halbe Million Euro. Wahrscheinlich wurden durch die Aidsprävention in Deutschland seit 1985 mehrere 10.000 Infektionen verhindert – das Gesundheitssystem wird dadurch von erheblichen Kosten entlastet.

3.2 Die Zusammenarbeit mit der Deutschen AIDS-Hilfe (DAH):

Seit über 25 Jahren gibt es eine erfolgreiche und bewährte Zusammenarbeit der BZgA mit der Deutschen AIDS-Hilfe, dem Dachverband von ca. 130 lokalen

Aidshilfen und Initiativen. Diese langjährige, konstruktive Partnerschaft hat dazu beigetragen, dass den sich ändernden Bedingungen und neuen Herausforderungen in der Prävention immer wieder gemeinsam mit Erfolg begegnet werden konnte. Die enge Kooperation zwischen staatlicher und nichtstaatlicher Institution ist damit einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren der HIV-/STI-Prävention in Deutschland und dieses Modell der strategischen Arbeitsteilung ist auch international beispielhaft.

Die BZgA ist in Deutschland für die bundesweite Aidspräventionskampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ und die Ansprache der gesamten Bevölkerung sowie zentraler Zielgruppen verantwortlich. Die Aktivitäten der DAH richten sich in erster Linie an die hauptsächlich von HIV betroffenen und besonders gefährdeten Gruppen. Da die DAH aus ihren Zielgruppen entstanden ist und mit ihnen intensiv zusammenarbeitet, ist sie ein besonders glaubwürdiger Absender von wirksamer Prävention. Einen großen Anteil ihrer staatlichen Mittel für die Aidsprävention stellt die BZgA deshalb der DAH für die Präventionsarbeit in diesen Gruppen zur Verfügung. Die BZgA begleitet die DAH fachlich bei der Entwicklung und Konzeption ihrer Maßnahmen und unterstützt deren umfassende Qualitätssicherung. Im Jahre 2011 wurden für die Umsetzung von circa 400 Projekten Mittel in einem Gesamtvolumen von 5,2 Millionen Euro von der BZgA bereitgestellt.

Ein wesentliches Aufgabenfeld der DAH sind umfangreiche Fortbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für die Mitarbeitenden der regionalen Mitgliedsorganisationen sowie die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus der Selbsthilfe. So wird die hohe Qualität von Beratungsangeboten und anderen Projekten auf allen Ebenen bis hin zu lokalen Gruppen gewährleistet. Daneben entwickelt die DAH ein breites Medienangebot zur Information der unterschiedlichen Zielgruppen und zur Unterstützung der zielgruppenspezifischen Arbeit vor Ort.

Im Jahr 2008 startete die innovative Präventionskampagne „ICH WEISS WAS ICH TU“ der DAH für Männer, die Sex mit Männern haben (www.iwwit.de). Diese mit authentischen, sehr unterschiedlichen „Rollenmodellen“ arbeitende und partizipativ angelegte Zielgruppenkampagne wurde zusammen mit der BZgA entwickelt und wird intensiv wissenschaftlich begleitet. Auf Basis der vorliegenden Evaluationsergebnisse der ersten Kampagnenphase erfolgt nun eine kontinuierliche Weiterentwicklung, Optimierung und der Ausbau dieser zielgruppenspezifischen Kampagne.

GIB

AID

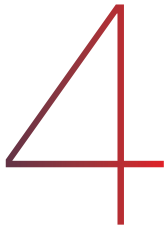
KEIN

CHANC



Die Präventions- kampagne *„GIB AIDS KEINE CHANCE“*

*„GIB AIDS KEINE CHANCE“ ist eine der
bekanntesten Marken der Republik.
Mehr als 90 Prozent der Deutschen
kennen das Logo.*



Die Präventionskampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“

Bereits 1985 veröffentlichte die BZgA die ersten Informationsmaterialien zu HIV / Aids: Damals erhielten sämtliche 27 Millionen Haushalte in Deutschland eine Broschüre, die erstmals die damals bekannten Fakten zusammenfasste. 1987 erhielt die BZgA vom Bundesministerium für Gesundheit den Auftrag, eine nationale Kampagne zur Aidsprävention zu konzipieren und umzusetzen. Dies war die Geburtsstunde der Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“.

„GIB AIDS KEINE CHANCE“ ist seitdem die größte und umfassendste Kampagne zur gesundheitlichen Prävention in Deutschland. Ihr Logo hat heute eine weit mehr als 90-prozentige Bekanntheit.

Eines ihrer Erfolgsrezepte ist die Ansprache der gesamten Bevölkerung bei gleichzeitiger Ansprache von unterschiedlichen Zielgruppen auf jeweils unterschiedliche Weise. Deswegen ist – ähnlich wie bei einem Eisberg – für die breite Öffentlichkeit der volle Umfang des Kommunikationsmixes kaum sichtbar.

Seit 1987 kombiniert „GIB AIDS KEINE CHANCE“ deshalb massenmediale, reichweitenstarke Maßnahmen wie Plakate, Anzeigen, Internetportale, Postkarten, TV- und Kinospots mit direkten, persönlichen Kommunikationsangeboten – wie etwa die Online- und Telefonberatung, Aktionen in und mit Schulen oder unterschiedlichsten Angeboten für Multiplikatoren – zu einem effektiven, komplexen Präventionssystem. Die Kampagne ist für ihre erfolgreiche, öffentlichkeitswirksame Präventionsstrategie international zum Vorbild geworden.

Die Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ leistet einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Hauptziele der Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung: zum einen der Verhinderung der weiteren Ausbreitung von HIV-Infektionen sowie anderen sexuell übertragbaren Infektionen, zum anderen der Schaffung und Stärkung eines gesellschaftlichen Klimas der Solidarität mit von HIV gefährdeten, infizierten oder an Aids erkrankten Menschen.

4.1 Die Aids-Bekämpfung in den 80er-Jahren

Mit der Immunkrankheit Aids wurde die Welt Anfang der 80er-Jahre mit einer neuen, bis dahin völlig unbekannten Seuche konfrontiert. Das Thema Aids löste in der ersten Zeit Panik und Hysterie aus. Es bedurfte daher auch in Deutschland einer grundsätzlichen Entscheidung, wie mit dieser unbekannten Herausforderung umzugehen war.

Wissenschaftliche Studien zur HIV-/Aidsprävention lagen in den 80er-Jahren noch nicht vor. Die BZgA organisierte deshalb zunächst nationale und internationale Expertentreffen, um verlässliche Grundlagen für die Kampagnenplanung zu erarbeiten. Zudem richtete sie einen eigenen Fachbereich ein, der in Zukunft als Kompetenzzentrum und Koordinierungsstelle für die bundesweite Aidsprävention dienen sollte. Die dringlichste Frage in dieser Zeit war, welche Grundstrategie man im Kampf gegen die Krankheit verfolgen sollte. Hier standen sich zwei verschiedene Ansätze gegenüber:

Die „Seuchenbekämpfungsstrategie“,

nämlich die Identifizierung von „Infektionsquellen“ und Unterbrechung von „Infektionsketten“. Zur consequenten Umsetzung einer Seuchenbekämpfungsstrategie gehören unter anderem Reihentestungen und die Isolierung von Infizierten vom Rest der Bevölkerung.

Die „gesellschaftliche Lernstrategie“,

die auf modernen gesundheits- und sozialwissenschaftlichen Konzepten beruht. Im Zentrum dieser Strategie steht die Organisation eines nachhaltig angelegten Lernprozesses der gesamten Bevölkerung und der relevanten Zielgruppen. Diese Strategie baut auf Aufklärung, Motivation zum Selbstschutz, Solidarität mit Betroffenen sowie auf persönliche Beratungs- und Versorgungsangebote vor Ort.



Eine der ersten Anzeigen der Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ 1987

Es gelang in Deutschland, schnell zur gesundheitspolitischen Entscheidung für die gesellschaftliche Lernstrategie als Grundlage der Prävention zu kommen. Dazu gehört der Konsens, dass betroffene und gefährdete Menschen sozial integriert werden müssen: Nur, wenn es gelingt, Diskriminierung und Stigmatisierung betroffener Menschen zu vermeiden, kann Prävention bei allen Bevölkerungsschichten ankommen und auf Dauer wirksam sein. Diese Grundüberzeugung ist bis heute die entscheidende Basis für die Entwicklung sämtlicher Kampagnenmaßnahmen.

Ein weiteres wichtiges Element der Strategie war von Anfang an, effektive Strukturen und Kompetenzen zur anonymen Beratung zu HIV und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten vor Ort zu schaffen und zu stärken; dies betrifft neben den örtlichen Aidshilfen vor allem die Gesundheitsämter. Hieraus entstand schon früh die enge Kooperation der BZgA mit dem öffentlichen Gesundheitsdienst.

4.2 Die Zielgruppen

Zu Beginn der 80er-Jahre war das Ziel der Aidsprävention vor allem, die gesamte Bevölkerung zu erreichen, um sie mit dem notwendigen Basiswissen über die Immunkrankheit auszustatten. Dies erforderte Aktivitäten auf mehreren Ebenen gleichzeitig: Die nationale Kampagne zur Aidsprävention musste alle Menschen ansprechen, um bei allen einen hohen Wissensstand zu erreichen und aufrechtzuerhalten. Darüber hinaus mussten jene Bevölkerungsgruppen besonders angesprochen und zum Schutzverhalten motiviert werden, die in höherem Maße Infektionsrisiken eingehen oder durch deren Lebensweise Risikosituationen häufiger sind.

Entsprechend den epidemiologischen Daten sind dies in Deutschland heute vor allem:

- > Männer, die Sex mit Männern haben (MSM)
- > Menschen aus HIV-Hochendemiegebieten
- > Intravenöse Drogengebraucherinnen und -gebraucher
- > Sexualpartnerinnen und -partner dieser Gruppen

Aufgrund ihrer nichtmonogamen Lebensweise sind weitere wichtige Zielgruppen:

- > Freier, Sexworkerinnen und Sexworker,
- > Reisende in und aus Hochendemiegebieten, die dort Sexualkontakte suchen
- > und andere Menschen mit spontanen Sexualkontakten zu unbekannten Menschen

Darüber hinaus sind Jugendliche als nachwachsende Generation gezielt anzusprechen, weil sie am Beginn ihrer sexuellen Aktivitäten stehen und daher in Bezug auf Schutzmaßnahmen wie Kondomnutzung und Safer Sex besonderen Aufklärungsbedarf haben.

4.3 Strategie und Architektur der BZgA Dachkampagne

Das Konzept von „*GIB AIDS KEINE CHANCE*“ basiert auf einem wissenschaftlich fundierten Medien- und Maßnahmenmix. Unter dem Dach der Kampagne werden sämtliche Maßnahmen eng miteinander verknüpft; sie verfolgen das gleiche Ziel und verstärken sich damit gegenseitig.

Die massenmedialen Maßnahmen mit großer Reichweite wie Plakate, Anzeigen, Radio-, TV- und Kinospots sowie das in seiner Bedeutung schnell wachsende Internet vermitteln der Bevölkerung grundlegende Informationen. So werden die wesentlichen Fakten zu Risiken und Schutzmöglichkeiten, aber auch Informationen zu Situationen, die kein Ansteckungsrisiko bedeuten, kommuniziert. Außerdem fördern sie ein Klima der Solidarität mit von HIV-/Aids-Betroffenen.

Direkte, persönliche Kommunikationsangebote sprechen die Menschen intensiver und individuell an. Zu ihnen gehören z. B. die persönliche Online- und Telefonberatung, die JugendFilmTage oder der Mitmach-Parcours. Durch solche interaktiven Angebote, welche in die Präventionsstrukturen vor Ort eingebunden werden, werden Lernprozesse nachhaltig gefördert: Die dort vermittelten Informationen werden intensiv auf die eigene, individuelle Situation bezogen und sind so besonders wirksam. Gleichzeitig fördert und stärkt die BZgA mit ihren Angeboten die Vernetzung der Präventionsstrukturen vor Ort.

Die BZgA führt umfangreiche Tests und Evaluationen aller Maßnahmen durch, um die Kampagne fortlaufend zu optimieren. Reichweite und Gesamtwirkung der Kampagne werden seit 1987 in der jährlichen Repräsentativuntersuchung „*Aids im öffentlichen Bewusstsein*“ überprüft.

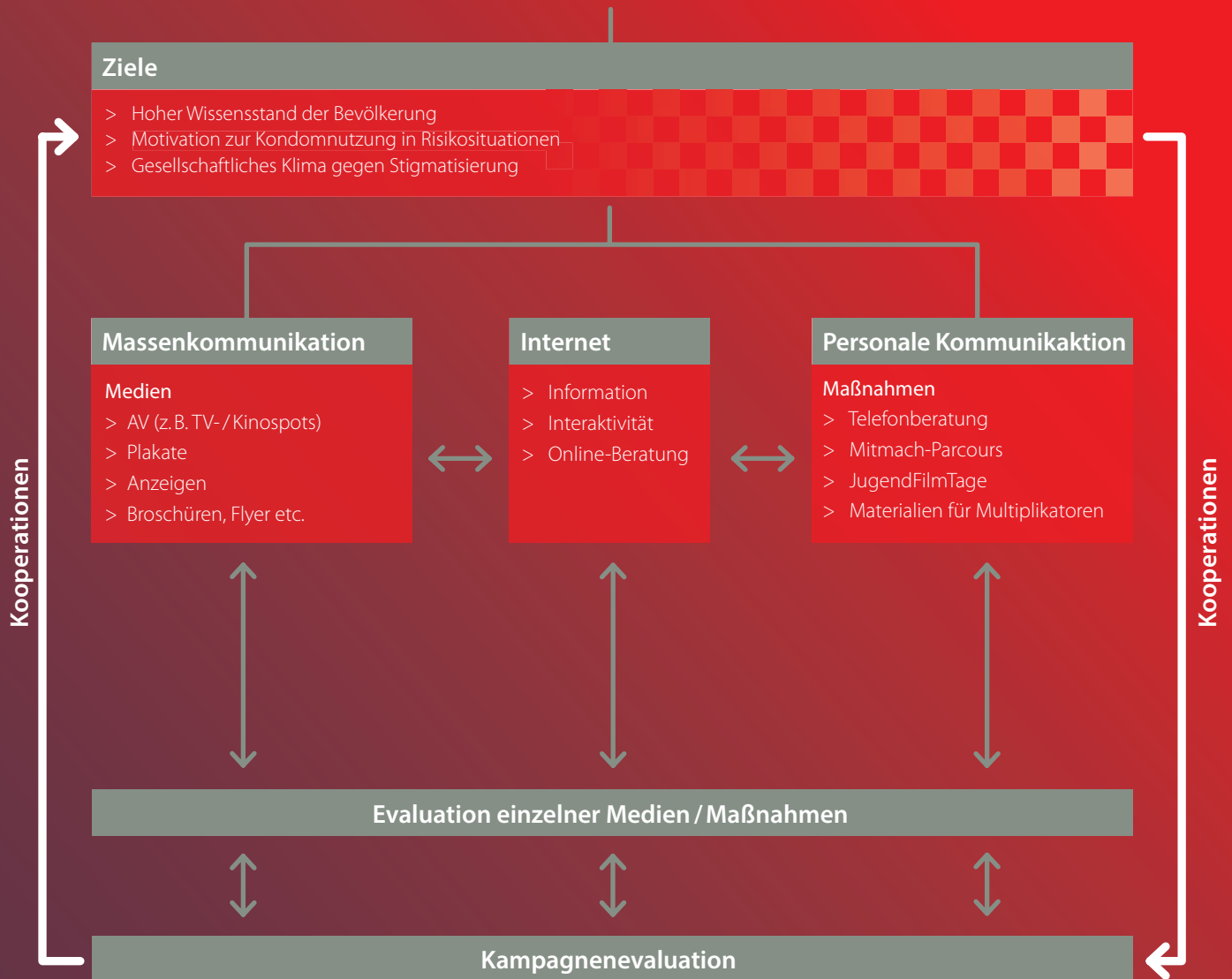
4.4 Didaktische Grundprinzipien

Die Medien und Maßnahmen der Kampagnen haben sich trotz einer realen Bedrohung durch die tödliche Krankheit Aids nie allzu drastischer Darstellungen bedient. Der Grund dafür ist der kommunikationsdidaktische Ansatz der Kampagne, welcher vor allem auf das konkrete Aufzeigen von Handlungsoptionen zur Abwehr der Gefahren statt auf Schockeffekte setzt.

Die wissenschaftliche Auswertung von Kampagnen, die mit Schockmotiven arbeiten, hat gezeigt, dass zu stark Angst auslösende Motive und Botschaften in den Zielgruppen abgewehrt werden und daher kontraproduktiv sind. Solche Bilder können beim Betrachter ein entmutigendes Gefühl auslösen – zum Beispiel die Vorstellung, sie oder er könne an der dargestellten Situation nichts ändern. Dadurch wird die Aufforderung, etwas gegen die dargestellte Bedrohung zu tun, nicht nur abgelehnt, sondern langfristig in ihr Gegenteil verkehrt. Zudem können Schockdarstellungen, gerade bei HIV/Aids, Betroffene und Gefährdete stigmatisieren.

Die Maßnahmen der Kampagne „*GIB AIDS KEINE CHANCE*“ zeigen deshalb den Menschen konkrete Handlungsmöglichkeiten auf, wie sie die Infektion mit HIV verhindern können. Dass diese Form der Vermittlung der Schutzbotschaft effektiver ist als Angstappelle, ist heute nachgewiesen.

Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“



4.5 Medien und Maßnahmen von „GIB AIDS KEINE CHANCE“

Sämtliche Maßnahmen der BZgA zur Aidsprävention tragen das Logo „GIB AIDS KEINE CHANCE“. Es ist zentrale Botschaft und Markenzeichen der Kampagne. Deren Elemente sind im ständigen Wandel: Die meisten werden regelmäßig aktualisiert, andere waren von vornherein nur für eine begrenzte Zeit angelegt, neue Angebote wurden für neue gesellschaftliche Entwicklungen konzipiert oder lösen ihre Vorgänger ab. Viele Kampagnenbestandteile aus den ersten Jahren gibt es daher heute nicht mehr. Andere Angebote wurden ganz neu entwickelt, wie etwa die großen Internetplattformen oder die Hörfunkspots. Einige Aufklärungsmaterialien avancierten zum Klassiker, so z. B. das „Rot-Grün-Plakat“, das seit Beginn der Kampagne angeboten und nachgefragt wird.

Ein besonderer Schwerpunkt war seit den Anfangsjahren und ist bis heute die Stärkung und Qualifizierung örtlicher Netzwerke und der Aufklärungsarbeit vor Ort; in diesem Zusammenhang wurden und werden die personalkommunikativen Elemente der Kampagne besonders intensiv genutzt.

Massenmediale Angebote wie Plakate, Anzeigen, Broschüren, Internet und Spots bietet die BZgA kontinuierlich in neuer Form an, um eine durchgängige Präsenz über der Wahrnehmungsschwelle zu erreichen. Angesichts vielfältiger Konkurrenz um die Aufmerksamkeit der Menschen durch die allgegenwärtige Werbung anderer Absender reicht das aber längst nicht aus. Um die nötige Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit für das wichtige Thema HIV/Aids zu bekommen, müssen z. B. besondere Anlässe für Aktionen genutzt werden, um so Aufmerksamkeitsspitzen zu produzieren. Der wichtigste Anlass ist inzwischen der jährliche Welt-Aids-Tag am 1. Dezember, für den jedes Jahr ein umfassendes Maßnahmenpaket von der BZgA in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Gesundheit, der Deutschen AIDS-Hilfe und der Deutschen AIDS-Stiftung entwickelt wird.

Andere Beispiele für die Nutzung geeigneter Anlässe für die Aidsaufklärung waren Aktionen zum Valentinstag oder die Go-for-Gold-Aktionen zu den Olympischen Spielen.

Um auch bei begrenzten Finanzmitteln die Bevölkerung möglichst umfassend mit massenmedialen Angeboten erreichen zu können, hat die BZgA früh die

Zusammenarbeit mit Kooperationspartnerinnen und -partnern auch in Form von Public Private Partnerships gesucht, die erhebliche zusätzliche Ressourcen in Form von kostenlosen Sendezeiten, Anzeigen, Plakatflächen, aber inzwischen auch Finanzmittel zur Verfügung stellen. Dadurch konnte die Reichweite der Aidsaufklärung in den letzten Jahren gehalten und in Kernbereichen sogar vergrößert werden.



Bsp. Informationsplakat zu Infektionsrisiken, seit 1987



Bsp. „GIB AIDS KEINE CHANCE“-Internetportal



Bsp. mach's mit-Plakatserie, 2006 – 2008



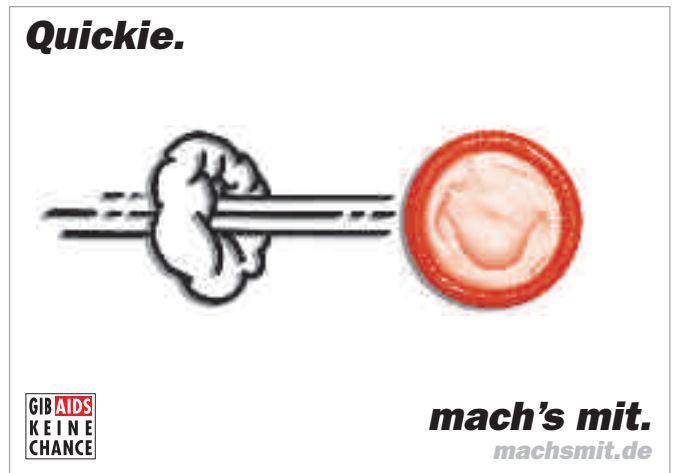
Bsp. Plakat zum Welt-Aids-Tag 2010

4.6 mach's mit – weit mehr als Plakate

mach's mit ist das sichtbarste Element der Dachkampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“. Sie begann 1993 als Plakatserie und ist heute zu einer multimedialen, integrierten Präventionskampagne geworden.

Zu Beginn der 90er-Jahre zeigte die jährliche Repräsentativuntersuchung „Aids im öffentlichen Bewusstsein“, dass 16- bis 45-jährige Alleinlebende die Informationsangebote zu HIV / Aids weniger wahrnahmen.

als Organisation der Out-of-Home-Medien-Anbieter unterstützte die Kampagne von Beginn an, indem seine Mitgliedsfirmen der BZgA bis heute jährlich circa 100.000 Plakatflächen kostenlos zur Verfügung stellten. Die riesigen Kondome der klassischen *mach's mit*-Großplakate waren anfänglich eine Sensation und haben im Laufe der Jahre wesentlich dazu beigetragen, Kondome zum alltäglichen Gegenstand zu machen – sowohl im privaten Leben als auch in der öffentlichen Wahrnehmung. Um die öffentliche Aufmerksamkeit auch über die Anfangsjahre hinweg zu gewährleisten,



Beispiele aus den ersten Staffeln der *mach's mit*-Kampagne

Um die Aidsaufklärung wieder stärker ins Bewusstsein zu rücken, war eine neue Strategie erforderlich. Es galt, bei gleichbleibenden Finanzmitteln zusätzliche Kommunikationskanäle zu eröffnen und neue Aufmerksamkeit zu erzeugen. 1993 entstanden aus einer Semesterarbeit von Kommunikationsdesign-Studierenden die ersten *mach's mit*-Großplakate, welche das Kondom unübersehbar als Motiv in den Mittelpunkt stellten. Der Fachverband Aussenwerbung e.V. (FAW)

hat sich *mach's mit* konsequent weiterentwickelt und gewandelt. Über Mitmach- und Kreativwettbewerbe wurden Ideen aus den Zielgruppen in die Kampagne integriert und im Laufe der Zeit wurde die Plakatkampagne zu einer multimedialen Kampagne ausgebaut. Seit dem Frühjahr 2012 wirbt die *mach's mit*-Serie „Wissen & Kondom“ für den Schutz vor HIV durch Kondome und integriert andere sexuell übertragbaren Infektionen (STI) in die Kommunikation.

Die mach's mit-Motiventwicklung

Die systematische Anregung von Kreativprozessen in den Zielgruppen ist fester Bestandteil der mach's mit-Kampagne: Diese dienen sowohl als Ideengenerierung für die Kampagne als auch als Anregung zur persönlichen, intensiven Auseinandersetzung mit dem Thema Aids.

1999 fand erstmals in Kooperation mit der Kinokette CinemaxX ein großer bundesweiter Kreativwettbewerb statt, der in drei Monaten über 40.000 Einsendungen erbrachte. Zum selben Zeitpunkt startete im Internet auf www.machsmit.de ein Kreativwettbewerb, an dem sich viele Menschen aller Altersschichten beteiligten und bis heute etwa 150.000 Ideen für die klassische mach's mit-Kampagne einreichten. Einige dieser Ideen wurden von der BZgA als Großplakatomotive umgesetzt, und immer noch zeigt die Resonanz auf aktuelle Online-Kreativwettbewerbe die Attraktivität dieses Mitmachangebots.

Auch erfolgreiche Kampagnen – und gerade diese – müssen immer wieder weiterentwickelt werden. Aus diesem Grund rief die BZgA 2005 einen Kreativwettbewerb an Kunsthochschulen und Fachhochschulen für Kommunikationsdesign aus, um neue Ideen für die mach's mit-Kampagne zu generieren. Eine der beiden, von der Jury mit einem ersten Platz ausgezeichneten, Ideen zeigte erstmalig Motive mit phallusförmigen Obst- und Gemüsesorten, über welche jeweils ein Kondom gerollt war. Die „Obst & Gemüse“-Kampagne war in den Jahren 2006 bis 2008 in ganz Deutschland auf jährlich rund 70.000 Großplakatflächen zu sehen.



Die beiden ersten Plätze des Kreativwettbewerbs von 2005/2006



Die Weiterentwicklung der Kampagne zur „Obst & Gemüse“-Staffel von 2006 – 2008



In den Jahren 2009 bis 2011 führte die „Liebesorte“-Kampagne das *mach's mit*-Konzept öffentlichkeitswirksam und zielgruppenspezifisch fort. Die Motive zeigten authentische Orte, an denen Sex stattfinden kann oder stattgefunden haben könnte: vom Bordellbett bis zum lauschigen Plätzchen am See, vom Hotelzimmer oder Park bis hin zum Küchentisch zu Hause. Die Grundidee zu dieser Kampagne war ebenfalls

im Rahmen des Ideenwettbewerbs 2005 entwickelt und von der Jury mit einem der beiden ersten Preise ausgezeichnet worden. Die „Liebesorte“-Kampagne setzte neben der bundesweiten Großflächenplakatierung auch weitere Medien wie Anzeigen, Postkarten, Innenraumplakate, TV- und Kinospots, Ambient-Werbemittel sowie einen eigenen Messestand ein und erweiterte die Website www.machsmits.de zum Kampagnenportal.

Dieser crossmediale Ansatz wurde auch bei der Entwicklung von „*mach's mit* – Wissen & Kondom“ weiterverfolgt und ausgebaut. Die Kampagne startete im Frühjahr 2012 und integriert die Sensibilisierung für andere sexuell übertragbare Infektionen (STI) in die etablierte HIV-Präventionskampagne *mach's mit*.



Vier von insgesamt fünfzehn Motiven der „Liebesorte“-Staffel, die im Frühjahr 2009 startete

mach's mit – Wissen & Kondom

Die aktuelle Kampagne zeigt erstmals in der Historie von *mach's mit* Menschen mit ihren individuellen Vorstellungen von Sexualität. Mit selbstbewussten Statements wie „Ich will's romantisch“ oder „Ich will's spontan“ zeigt die Kampagne verschiedene Charaktere. Von Jung bis Alt repräsentieren sie Personen aus den Alltagswelten der verschiedenen Zielgruppen.

Das augenscheinliche Spannungsverhältnis von Text und Bild macht neugierig und lenkt unmittelbar die Aufmerksamkeit auf das Thema HIV-/STI-Prävention.

Die neue Kampagne soll den Menschen das nötige Wissen über Schutzmöglichkeiten, Übertragungswege und Symptome von HIV und anderen STI vermitteln. Darüber hinaus

informiert sie über entsprechende Beratungs- und Behandlungsangebote. Die offene Haltung der Kampagnen-Charaktere und die Vielfalt der Motive sollen zusätzlich einer Tabuisierung von HIV und STI entgegen wirken und einen offenen Umgang mit diesen Themen in der Gesellschaft fördern.



Ich will's liebevoll.

mach's! aber mach's mit.

Mit Wissen & Kondom schützt Du Dich vor HIV und verringerst das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI).

GIB AIDS KEINE CHANCE
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

Infos unter www.machsmits.de
Telefonberatung unter 0221 – 89 20 31

STI Sexuell übertragbare Infektionen
Informier' Dich!

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
Broschüre Nr. 1017 (2010) BZgA, 10 101 1010
Das Material der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist frei von jeglicher Form der Werbung.



Ich will's lustvoll.

mach's! aber mach's mit.

Mit Wissen & Kondom schützt Du Dich vor HIV und verringerst das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI).

GIB AIDS KEINE CHANCE
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

Infos unter www.machsmits.de
Telefonberatung unter 0221 – 89 20 31

STI Sexuell übertragbare Infektionen
Informier' Dich!

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
Broschüre Nr. 1017 (2010) BZgA, 10 101 1010
Das Material der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist frei von jeglicher Form der Werbung.

Vier Kampagnenmotive der neuen *mach's mit*-Staffel „Wissen und Kondom“, die im Frühjahr 2012 startete



Riesenposter der aktuellen *mach's mit*-Kampagne „Wissen & Kondom“

Die crossmedial und auf drei Jahre angelegte Präventionskampagne nutzt seit April 2012 Großplakate, City-Lights, Anzeigen und Ambient Medien wie Postkarten.

Neu ist die direkte Verbindung dieser Offline-Medien zur weiterentwickelten Homepage www.machsmit.de. Via QR-Codes gelangt man mit dem Smartphone direkt auf die passende

Seite der mobilen Version der Website. Flankierende Social-Media-Aktivitäten ergänzen die reichweitenstarke und zielgruppenspezifische Ansprache. Ein Messestand setzt Kampagnenlook und -mechanik konsequent um und rundet den Kommunikationsmix ab. Wie die Vorgängerkampagnen wird auch „mach's mit – Wissen & Kondom“ durch den Fachverband Aussenwerbung e.V. (FAW) mit

kostenlosen Plakatflächen unterstützt. Der Verband der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV) fördert seit 2005 die HIV-Prävention der BZgA – und damit auch die *mach's mit*-Kampagne in ihrer heutigen Form.

Ich will's andersrum.

mach's! aber mach's mit.

Mit Wissen & Kondom schützt Du Dich vor HIV und verringerst das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI).

Infos unter www.machsmit.de
Telefonberatung unter 0221 – 89 20 31

STI Sexuell übertragbare Infektionen Informier Dich!

Ich will's zärtlich.

mach's! aber mach's mit.

Mit Wissen & Kondom schützt Du Dich vor HIV und verringerst das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI).

Infos unter www.machsmit.de
Telefonberatung unter 0221 – 89 20 31

STI Sexuell übertragbare Infektionen Informier Dich!



Das Internetportal zur Kampagne: www.machsmit.de



Bundesgesundheitsminister Daniel Bahr beim Kampagnenstart der neuen *mach's mit*-Staffel „Wissen und Kondom“

mach's mit – international

„GIB AIDS KEINE CHANCE“ ist Vorbild für zahlreiche Aidskampagnen in anderen Ländern. Das betrifft sowohl die Strategie als auch konkrete Maßnahmen. Insbesondere die *mach's mit*-Kampagne ist für viele Länder interessant, da sie Adaptionen je nach den Erfordernissen vor Ort ermöglicht.

Die in den USA für sexuelle und reproduktive Gesundheit eintretende Nichtregierungs-Organisation „Advocates for Youth“ besucht seit 1998 auf ihrer „European Study Tour“ regelmäßig die BZgA, um die hier bewährten und wirksamen Konzepte für die Prävention in den USA nutzbar zu machen. Ihr gelang es 2005, das *mach's mit*-Konzept mitsamt dem Gestaltungswettbewerb für Postkarten, Plakate, dem Internetauftritt sowie für die Vor-Ort-Arbeit zu übernehmen – und zwar in einer modifizierten Fassung mit dem Slogan „Respect yourself, protect yourself“.

Während der Welt-Aids-Konferenz 2008 in Mexiko-Stadt wurden Motive der *mach's mit*-Kampagne nicht nur auf dem Stand der Bundesrepublik Deutschland den 25.000 Expertinnen und Experten der Konferenz präsentiert, sondern auch in der größten U-Bahnstation in einer spanischsprachigen Adaption plakatiert.

Bei der 18. Welt-Aids-Konferenz in Wien 2010 mit ca. 20.000 Teilnehmenden aus aller Welt waren die aktuellen „Liebesorte“ das zentrale gestalterische Element des Standes der Bundesrepublik. Drei Liebesorte („Kaminzimmer“, „Parkbank“, „Bordell“) wurden als jeweils eigene Standbereiche umgesetzt, die parallel genutzt werden konnten. Diese Gestaltung erregte bei den Teilnehmenden aus aller Welt viel Aufsehen. Interessierte Besucherinnen und Besucher sowie Delegationen aus anderen Ländern konnten so noch intensiver mit dem erfolgreichen deutschen Weg der HIV-Prävention vertraut gemacht werden.



Bsp. für die Adaption der *mach's mit*-Motive in den USA



Bsp. für die Adaption der *mach's mit*-Motive in Mexiko



Bilder vom deutschen Gemeinschaftsstand bei der Welt-Aids-Konferenz in Wien

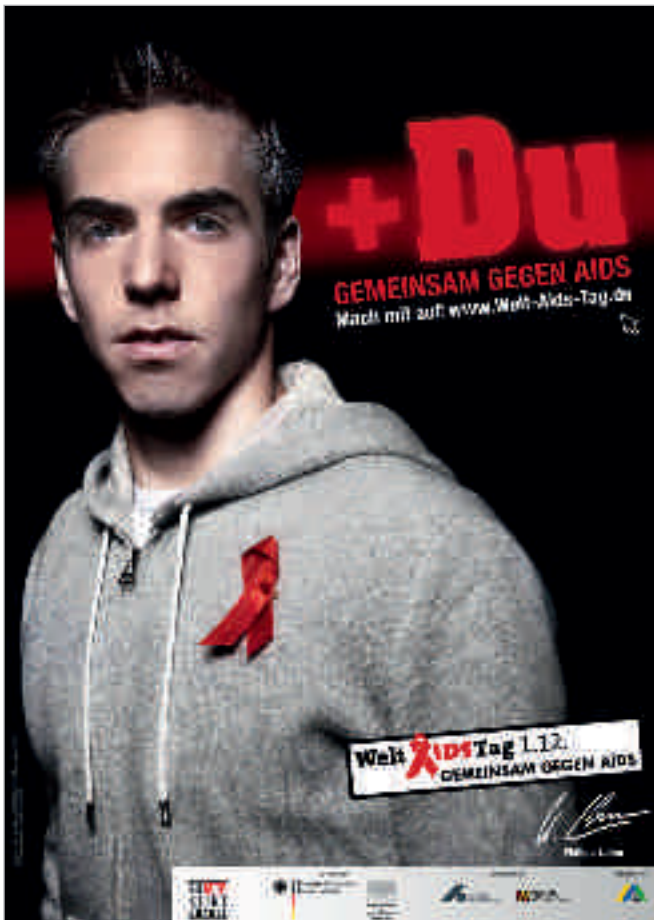
4.7 Der Welt-Aids-Tag



Motive der Welt-Aids-Tag-Kampagnen 2005 und 2006

Seit 1988 ist der von den Vereinten Nationen auserufene Welt-Aids-Tag am 1. Dezember der wichtigste Aktions- und Gedenktag rund um HIV und Aids. Das Medieninteresse für das Thema Aids kumuliert an diesem Tag erfahrungsgemäß. Ein guter Anlass also, um das „Leben mit HIV“ in das Bewusstsein der Bevölkerung zu rücken – und vor allem, um die auch in Deutschland noch verbreitete Diskriminierung und Stigmatisierung Betroffener und Gefährdeter anzusprechen. Um Berührungängste und befürchtete oder tatsächliche Diskriminierung von Menschen mit HIV soweit wie möglich abzubauen, führt die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung seit vielen Jahren gemeinsam mit dem Bundesministerium für Gesundheit, der Deutschen AIDS-Hilfe und der Deutschen AIDS-Stiftung eine Kampagne und Aktionen rund um den Welt-Aids-Tag durch. Während

sich zunächst Prominente wie Boris Becker, Hannelore Elsner, Thomas Hermanns, Verona Pooth und viele andere bereit erklärten, ohne Honorar in die Öffentlichkeit zu gehen und ihre Solidaritätsbotschaft auf aufmerksamkeitsstarken Medien wie Plakaten oder in TV- und Kinospots zu verkünden, haben sich heute viele weitere Menschen aus allen Gesellschaftsschichten solidarisch gezeigt. So haben sich auf dem Kampagnen-Portal www.welt-aids-tag.de mehr als 13.000 Botschafterinnen und Botschafter mit ihren persönlichen Statements, häufig in Verbindung mit ihrem Foto und Namen, zu den Themen rund um den Welt-Aids-Tag geäußert.



Motive der Welt-Aids-Tag-Kampagnen 2008 und 2010

**Mit HIV muss ich leben.
Mit Kollegen, die mich
diskriminieren, nicht.**

Dirk war geschockt, als er sein HIV-Testergebnis bekam. Aber er zögerte nicht lange, sich seinen Kollegen anzuvertrauen. Er hat es nie bereut. Mit seinem offenen Umgang im Büro möchte er dies auch anderen erleichtern. Denn Menschen mit HIV werden oft noch ausgegrenzt – auch am Arbeitsplatz.

Helfen Sie mit!
Zeigen Sie Respekt und Unterstützung für Menschen mit HIV.

POSITIV ZUSAMMEN LEBEN
Aber sicher!

WELT-AIDS-TAG AM 1.12. WWW.WELT-AIDS-TAG.DE

EINE KAMPAGNE VON: Bundesministerium für Gesundheit BZgA Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

IN PARTNERSCHAFT MIT: Deutsche AIDS-Hilfe Deutsche AIDS-Stiftung



HIV POSITIV & MUTTER SEIN?

Zubeyde, 43 Jahre
Alleinerziehende Mutter
Pflegefachkraft
HIV-positiv

Sag uns deine Meinung auf:
WELT-AIDS-TAG.DE

POSITIV ZUSAMMEN LEBEN
WELT-AIDS-TAG AM 1.12. *Aber sicher!*

EINE KAMPAGNE VON:  Bundesministerium für Gesundheit  Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

IN PARTNERSCHAFT MIT:  Deutsche AIDS-Hilfe  Deutsche AIDS-Stiftung



HIV POSITIV & ÜBERLEBEN?

Ernst, 50 Jahre
Architekt
HIV-positiv

Sag uns deine Meinung auf:
WELT-AIDS-TAG.DE

POSITIV ZUSAMMEN LEBEN
WELT-AIDS-TAG AM 1.12. *Aber sicher!*

EINE KAMPAGNE VON:  Bundesministerium für Gesundheit  Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

IN PARTNERSCHAFT MIT:  Deutsche AIDS-Hilfe  Deutsche AIDS-Stiftung



HIV POSITIV & ARBEITEN?

Thomas, 38 Jahre
Maler und Lackierer
HIV-positiv

Sag uns deine Meinung auf:
WELT-AIDS-TAG.DE

POSITIV ZUSAMMEN LEBEN
WELT-AIDS-TAG AM 1.12. *Aber sicher!*

EINE KAMPAGNE VON:  Bundesministerium für Gesundheit  Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

IN PARTNERSCHAFT MIT:  Deutsche AIDS-Hilfe  Deutsche AIDS-Stiftung



HIV POSITIV & FREUND SEIN?

Marcel, 22 Jahre
Angestellter
HIV-positiv

Sag uns deine Meinung auf:
WELT-AIDS-TAG.DE

POSITIV ZUSAMMEN LEBEN
WELT-AIDS-TAG AM 1.12. *Aber sicher!*

EINE KAMPAGNE VON:  Bundesministerium für Gesundheit  Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

IN PARTNERSCHAFT MIT:  Deutsche AIDS-Hilfe  Deutsche AIDS-Stiftung

Kampagnenmotive zum Welt-Aids-Tag 2011

Auch vielfältige Aktionen und unterschiedliche Interaktions- und Diskursangebote zum „Leben mit HIV“ sind im Portal integriert; außerdem spielt die Vernetzung mit sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter oder Schüler- und Studi-VZ eine zentrale Rolle.

2010 startete die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung zusammen mit ihren Partnern auf der Grundlage der guten Erfahrungen aus den Vorjahren die Antidiskriminierungskampagne „*Positiv zusammen leben – aber sicher!*“. Hier traten erstmals europaweit in einer großen nationalen Kampagne authentische, mutige Menschen

Die Kampagne ist auf mehrere Jahre angelegt und wird in Zukunft noch mehr auf Kampagnen-Botschafterinnen und -Botschafter mit HIV zurückgreifen können. Das neue Konzept, das auf ganz unterschiedliche Menschen mit HIV setzt, war 2010 auf Anhieb erfolgreich. Es gab ausschließlich positive Kommentierungen und Rückmeldungen sowie eine Fülle von durch die Kampagne ausgelösten Medienberichten. Dieses große Potential kann zukünftig noch stärker genutzt werden, um reale oder befürchtete Diskriminierung und Stigmatisierung weiter zu reduzieren und Menschen mit HIV dabei zu unterstützen, selbstbewusster aufzutreten.



TV-Spot zum Welt-Aids-Tag 2011



Internetportal zum Welt-Aids-Tag: www.welt-aids-tag.de

mit HIV persönlich erkennbar auf, berichteten aus ihrem Leben und nutzten dafür alle Kommunikationskanäle der Kampagne: von 25.000 unübersehbaren Großplakaten in ganz Deutschland über Postkarten, Innenraumplakaten, Videos auf dem Kampagnenportal bis hin zu persönlichen Interviews und Auftritten in den Medien sowie Aktionen vor Ort (öffentliche Lesungen, Galas oder Schulveranstaltungen).

4.8 Weitere Maßnahmen zur Ansprache der Gesamtbevölkerung



„Tina, wat kosten die Kondome?“ (1990) wurde für eine ganze Generation zum Kult und prägt bis heute das positive Image der Kampagne. Weil es damals schwer war, professionelle Schauspieler für das Thema zu gewinnen, spielten einige BZgA-Mitarbeitende als Statisten mit. Die Sender zeigten den Spot kostenlos, der eine traumhafte Reichweite von 90 % erzielte.

Der „Airport“-Spot mit Boris Becker (2006) gehört ebenso zu den Klassikern der Aidspräventionssspots.

TV- und Kinospots

Ergänzend zu den Print- und Internetangeboten entwickelt die BZgA Aufklärungssspots für TV und Kino. Mit diesen audiovisuellen Formaten kann die Schutzbotschaft auf eine verdichtete und leicht zugängliche Weise an die gesamte Bevölkerung vermittelt werden.

Die zwischen 30 und 60 Sekunden langen Spots sind kurzfristig einsetzbare Kommunikationsinstrumente, die gezielt auf bestimmte Präventionsaspekte oder Zielgruppen zugeschnitten werden. Da die zentrale Schutzbotschaft „Kondome schützen“ prinzipiell gleich geblieben ist, ist es umso bedeutsamer, sie jeweils neu und zeitgemäß zu inszenieren.

In den ersten Jahren der 1987 gestarteten Kampagne informierten ernsthaft-sachliche Spots über Ansteckungsrisiken und unbedenkliche Alltagskontakte. Die Kondomkomödie „Supermarkt“ (1989) markierte den Übergang der Aidsaufklärung zur Daueraufgabe, denn die Botschaft konnte mittelfristig nur in unterhaltsamer Form stetig wiederholt werden. Zu Beginn des neuen Jahrtausends, als die Zahl der neuen HIV-Infektionen erneut anstieg, kehrte die BZgA in einigen Spots zur ernsthaften Botschaftserinnerung zurück („You can't rewind your life“ 2001).

Von Anfang an haben Prominente engagiert in TV- und Kinospots zur HIV-/Aidsaufklärung mitgewirkt, beispielsweise der Tagesthemen-Anchorman Hanns Joachim Friedrichs („Arbeitsplatz“ 1987), Hella von Sinnen und

Ingolf Lück („Supermarkt“ mit „Tina, wat kosten die Kondome?“ 1990) und Boris Becker („Airport“ 2006).

In den vergangenen Jahren wurden im Rahmen der integrierten Kampagnenplanung der *mach's mit*-Kampagne Spots nach Schauplätzen der Liebesorte-Plakatserie gedreht. Beginnend mit dem „Kaminzimmer“-Motiv in 2009 konnten im Folgejahr sogar drei Motive („Strandkorb“, „Auto“ sowie „Jugendzimmer“) als Kurz-Spots von 15 Sekunden umgesetzt werden, wobei die Akteure unterschiedliche sexuelle Konstellationen und Situationen repräsentieren. In einer sogenannten „Tandem-Schaltung“ konnten im Jahr 2010 in den bundesdeutschen Kinos in einem Werbeblock je zwei dieser Kurz-Spots gezeigt werden: einer mit einem heterosexuellen und einer mit einem homosexuellen Paar als Protagonisten. So konnte die Präventionsbotschaft gleichwertig an Menschen unterschiedlicher sexueller Orientierung kommuniziert und damit eine besonders starke Aufmerksamkeit und Wirkung erzielt werden. Die durchweg positiven Reaktionen der Bevölkerung bestätigen diesen Weg.



Kinospot „mach's mit“-Kampagne („Liebesorte“)

Für den Start der neuen HIV-/STI-Kampagnenstaffel *mach's mit* „Wissen & Kondom“ in 2012 hält die neue Kampagnenwebsite auch Videoclips der Protagonisten aus den Plakaten bereit. Sie wenden sich an verschiedene Zielgruppen mit einer Botschaft der Ermutigung, über die eigene Sexualität zu sprechen. Ein dynamisch gestalteter Abspann platziert den neuen Slogan „mach's. Aber *mach's mit* – Wissen und Kondom. Schütz dich vor HIV und STI“.

Ein zusätzlich geplanter TV- und Kinospot soll die Allgemeinbevölkerung mit dem neuen Begriff „STI“ vertraut machen.

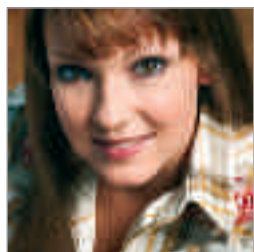
Alle Spots finden sich im BZgA-Medienarchiv unter www.bzga-avmedien.de

Erstmals wurde in 2011 im Rahmen der Gemeinschaftskampagne von BZgA, DAH, DAS und des Bundesministeriums für Gesundheit „Positiv zusammen leben. Aber sicher!“ zum Welt-Aids-Tag am 1. Dezember ein TV- und Kinospot produziert. Die HIV-positiven Kampagnenbotschafterinnen und -botschafter stehen hier im Mittelpunkt und fordern dazu auf, sich eine eigene Meinung zu bilden und gegen Ausgrenzung und Diskriminierung aktiv zu werden. Dieser Spot ist auf der Kampagnenwebseite www.welt-aids-tag.de abrufbar.

Hörfunkspots

Die Hörfunkspots sind seit 1998 ein wichtiges Element der Kampagne der BZgA und seitdem fester Bestandteil der HIV-/Aidsaufklärung. Im Rahmen der kontinuierlichen Weiterentwicklung ist es gelungen, viele Prominente vor das Mikrofon zu bringen: Zahlreiche bekannte Künstlerinnen und Künstler – wie Hella von Sinnen, Hugo Egon Balder, Atze Schröder, Rüdiger Hoffmann, Guido Horn, Anette Frier, die Missfits und viele andere – haben sich mit großem Engagement und ohne Honorar an der Hörfunkkampagne beteiligt. So konnten jedes Jahr allen Sendern mehr als ein Dutzend Hörfunkspots zum Thema Aids angeboten werden.

Alle Hörfunk-Spots finden sich im BZgA-Medienarchiv unter www.bzga-avmedien.de und stehen auch als Download-Dateien zur Verfügung.



Carolin Kebekus

4.9 Personale Kommunikation

Personale Kommunikationsmaßnahmen bilden ein wichtiges Element der Präventionsstrategie. Im Gegensatz zu Plakaten und TV-Spots sprechen sie Menschen direkt und persönlich an. Zum Bereich der personalkommunikativen Maßnahmen gehören die persönliche telefonische sowie die Online-Beratung, der frühere Mitmach-Parcours zu Aids, Liebe & Sexualität, die zukünftige Ausstellung „GROßE FREIHEIT – liebe, lust, leben“ zur HIV-/STI-Prävention und andere Angebote.

Allen Maßnahmen gemeinsam ist, dass sie interaktiv sind und daher besonders intensive Lernprozesse und Einsichten fördern. Die BZgA hat deshalb von Beginn an ein umfangreiches Angebot solcher Maßnahmen in die Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ integriert.

Der Mitmach-Parcours der BZgA

Der frühere Mitmach-Parcours zu Aids, Liebe & Sexualität der BZgA wurde erstmals 1992 unter dem Namen „Aids-Rallye“ eingesetzt und in Folge kontinuierlich 19 Jahre lang bis zum Ende des Jahres 2011 bundesweit durchgeführt. Jährlich wurden in circa 55 Städten rund



Der Mitmach-Parcours

20.000 Jugendliche und junge Erwachsene erreicht. Die wichtigsten Zielgruppen waren Schulklassen, Auszubildende, aber auch ältere Zielgruppen wie Bundeswehrangehörige und Krankenpflegepersonal.

Die Methode der BZgA-Mitmach-Parcours basiert auf dem Prinzip des handlungsorientierten Lernens an Stationen. Diesen methodischen Ansatz nutzt die BZgA nicht nur in der HIV-/STI-Prävention sondern auch in den Themenfeldern Lebenskompetenzstärkung und Sexualaufklärung (Mitmach-Parcours „Komm auf Tour“; www.komm-auf-tour.de) und in der Tabak- und Alkoholprävention bei Jugendlichen (Mitmach-Parcours „Klar-Sicht“; www.klarsicht.bzga.de).

Jeder Einsatz des Mitmach-Parcours war und ist ein Kooperationsprojekt: Das heißt, vor Ort werden Partnerinnen, Partner, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesucht, die den Parcours aktiv mitbetreuen und die einzelnen Stationen gemeinsam mit geschulten Präventionskräften im Auftrag der BZgA moderieren. Das dafür notwendige Know-how vermitteln die Präventionskräfte vor jedem Einsatz des Parcours in praxisorientierten, partnerschaftlichen Einführungsveranstaltungen vor Ort. Und die Lehrkräfte der beteiligten Schulen erhalten eine Fülle von Anregungen und praktische Unterstützung, wie sie diese Themen besser und nachhaltig in ihren Unterricht integrieren können.

Der Mitmach-Parcours im Ausland

Das erfolgreiche Konzept des Mitmach-Parcours wurde und wird auch aus anderen Ländern angefragt. Die im Auftrag der Bundesregierung in der deutschen Entwicklungshilfe tätige Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) initiiert seit 2003 die Adaptation des BZgA-Mitmach-Parcours zu Aids, Liebe & Sexualität an die jeweils besonderen Verhältnisse in anderen Ländern.

Die BZgA führte 2003 und 2004 intensive Qualifizierungsseminare für „Master-Trainer/-innen“ im Auftrag der GIZ und für Teilnehmer/-innen aus zunächst fünf Ländern (Äthiopien, El Salvador, Mongolei, Mosambik, Russische Föderation) durch. Die auf dieser Basis entwickelten kultur- und sprachspezifisch adaptierten Länder-Parcours sind seit 2004 im Einsatz. Inzwischen konnten in mehr als 25 Ländern Adaptionen des BZgA-Mitmach-Parcours umgesetzt werden.

Aidsaufklärung in Schulen

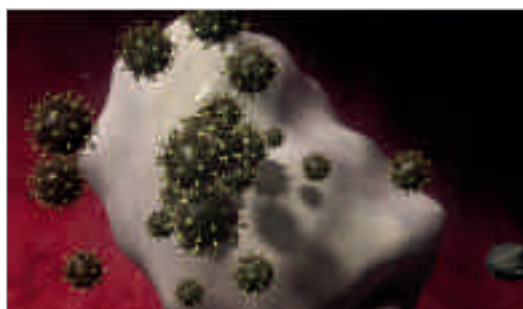
Aidsaufklärung in Schulen ist ein zentraler Baustein der Präventionsarbeit der BZgA. Umfassende Sexual- und Aidsaufklärung ist heute als Teil schulischer Gesundheitserziehung und -förderung fest verankert. Umfragen zeigen, dass heute nahezu alle Schülerinnen und Schüler in der Schule Informationen zum Thema Aids erhalten. Die Materialien, die die BZgA für den Unterricht in Schulen erstellt, spielen dabei eine wichtige Rolle. Sie werden ständig aktualisiert und durch neue Angebote ergänzt.

Über diese mit den Kultusministerinnen und -ministern sowie Schulsenatorinnen und -senatoren der 16 Bundesländer abgestimmten Angebote für den Unterricht in unterschiedlichen Schulformen hinaus gibt es eine Fülle zusätzlicher Angebote zur Prävention von HIV und

anderen sexuell übertragbaren Krankheiten, für in der Schule und außerschulisch tätige Pädagoginnen und Pädagogen:

- > den Mitmach-Parcours bis 2011 und zukünftig die neue mobile Ausstellung „GROßE FREIHEIT – liebe, lust, leben“ zur HIV-/STI-Prävention,
- > die JugendFilmTage zu Sexualität, Freundschaft, Liebe, HIV/Aids,
- > ein umfangreiches Angebot von aktionsorientierten Anregungen für die pädagogische Arbeit mit unterschiedlichen Alters- und Zielgruppen.

Ein 2009 veröffentlichtes, neu konzipiertes Medium für die pädagogische Arbeit ist die DVD „Sexuell übertragbare Krankheiten inkl. HIV/Aids“. Neben einem Spielfilm enthält die DVD didaktisch orientierte Animationsfilme. Sie erläutern anschaulich komplizierte Sachverhalte, etwa zur Immunabwehr und zu den häufigsten sexuell übertragbaren Infektionen. Interaktive Testmodule für Jugendliche und ausführliches Begleitmaterial runden das Angebot ab. Durch die Verbindung von Animationen und Spielfilm entstand ein hybrides Medium, welches durch seine Vielfalt das Interesse der Jugendlichen weckt und auch in den naturwissenschaftlichen und sozialwissenschaftlichen Unterricht integriert werden kann.



Die DVD vereint Spielfilmsequenzen mit interaktiven Testmodulen



JugendFilmTage

Das Konzept der *JugendFilmTage* wurde im Jahr 2000 in Hamburg entwickelt und von der BZgA für den bundesweiten Einsatz erweitert. Die *JugendFilmTage* bieten Schulklassen und ihren Lehrkräften die Möglichkeit zur Auseinandersetzung mit den Themen Freundschaft, Liebe, Sexualität und HIV/ Aids über emotional berührende Filme sowie Aktionen in großen Kinos an. Auch die BZgA-Kinospots werden im Rahmen des Programms gezeigt. Die Einbeziehung der Lehrkräfte, ihre Unterstützung bei der inhaltlichen Nachbereitung im Unterricht sowie die enge Verzahnung mit den örtlichen Trägern von Prävention für Jugendliche sind die zentralen Pfeiler des Konzepts.

Die kommunalen und regionalen Kooperationspartner können alles Wissenswerte und Planungsrelevante über die *JugendFilmTage*, Sexualität, Liebe, Freundschaft, HIV/ Aids im Internet einsehen. Die BZgA stellt dort Materialien und den praxiserprobten Internetleitfaden für die Organisation, die eigenständige Umsetzung und die Realisierung von Mitmach-Aktionen zur Verfügung.

Die *JugendFilmTage* stellen eines der erfolgreichsten personalkommunikativen Projekte in den Bereichen der Sexuaufklärung und HIV- / Aidsprävention in Deutschland dar. Bundesweit wurden sie in den Jahren 2001 bis 2011 in über 270 Städten durchgeführt. So konnten in diesem Zeitraum mehr als 285.000 Schülerinnen und Schüler sowie deren Lehrkräfte erreicht werden.

In vielen Städten sind die *JugendFilmTage* heute ein regelmäßiges Event. Auch in benachbarten Ländern wie z. B. Polen werden inzwischen *JugendFilmTage* nach BZgA-Vorbild veranstaltet.

Informationen zu den *JugendFilmTagen* unter:
www.jugend-film-tage.de



Persönliche und anonyme Beratung am Telefon und online

Die anonyme und persönliche Telefonberatung zu HIV/ Aids und anderen sexuell übertragbaren Infektionen ist seit 1987 Teil der Kampagne „GIB AIDS KEINE

CHANCE“ und eine wichtige Ergänzung der massenmedialen Aids-Aufklärung.

Das niedrigschwellige Angebot erleichtert es den Ratsuchenden, individuelle Fragen und Probleme offen zu benennen. Ein interdisziplinäres Fachteam mit psychosozialer und medizinischer Expertise berät Anrufer und Anruferinnen zu Übertragungswegen, Safer Sex, epidemiologischen Fragestellungen, HIV-Tests sowie zur Testsicherheit. Auch „neuere“ Themen wie etwa die Post-expositionsprophylaxe (PEP) oder mögliche Sofortmaßnahmen nach Risikokontakten gehören zum Repertoire der Berater/-innen.

Zur Beratung gehören auch psychosoziale Aspekte wie der Umgang mit der eigenen HIV-Infektion oder mit HIV-Betroffenen im sozialen Umfeld, oder die Entwicklung von unrealistischen Ängsten vor HIV. Die Telefonberatung übernimmt eine klärende Funktion für häufig komplizierte Lebenssituationen und unterstützt die Anrufenden dabei, eigenverantwortliche und selbstbestimmte individuelle Lösungen zu finden.

Bei Bedarf werden Adressen von Hilfsangeboten vor Ort vermittelt. Dies gilt, soweit möglich, auch für fremdsprachige Beratungsangebote, wenn die Anrufenden die deutsche Sprache schlecht oder gar nicht beherrschen. Zusätzlich bietet die Telefonberatung Information und Beratung für Multiplikatoren an.

Seit 2006 ist das Beratungsteam mit besonders gesicherten Zugängen über www.aidsberatung.de auch online erreichbar. Dort gibt es außerdem Antworten auf häufig gestellte Fragen sowie eine aktuelle Übersicht über örtliche Beratungsstellen. Die Nachfrage nach diesem persönlichen und anonymen Beratungsangebot ist ungebrochen hoch: Pro Jahr werden etwa 20.000 – zum Teil sehr ausführliche – Beratungen durchgeführt.

Persönliche Beratung der BZgA: Tel. 0221-892031 bzw. 01805-555 444 (Sondertarif) oder im Internet unter:
www.aidsberatung.de

4.10 Bundeswettbewerb Aidsprävention

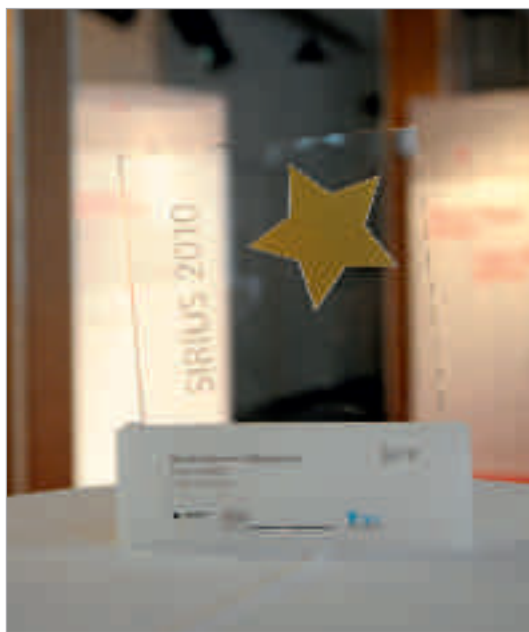
Der Bundeswettbewerb Aidsprävention wurde erstmalig 2008 von der BZgA gemeinsam mit dem *Verband der Privaten Krankenversicherung e. V. (PKV)* ausgeschrieben (www.wettbewerb-aids.de). Das Motto dieses bundesweiten Wettbewerbes für innovative Präventions-Projekte lautet „Neue Wege sehen – neue Wege gehen“. Ziel ist es, Projekte mit neuen Ansätzen zu identifizieren, zu bewerten und durch ein nennenswertes Preisgeld zu unterstützen. Es werden bevorzugt Projekte gefördert, die nachhaltige Präventionsansätze anwenden, schwer erreichbare Zielgruppen ansprechen oder auch über HIV hinausgehende Präventionsaspekte wie die Verhinderung anderer sexuell übertragbarer Infektionen aufgreifen.

Insbesondere Projekte mit ungewöhnlichen Methoden, neuen Formen der Kooperation verschiedener Träger oder besonders kreativer Nutzung der neuen Medien stehen im Zentrum des Wettbewerbes. Grundlegend für die Bewertung durch die unabhängige, multiprofessionelle Jury ist, ob die Projekte evaluiert werden, ob sie zielgruppengenaue und wirksam arbeiten und – nicht zuletzt – ob sie als Modell-Beispiel für andere Projekte geeignet erscheinen.

Nach dem ersten erfolgreichen Durchgang im Jahr 2008 wurde 2010 der zweite Bundeswettbewerb ausgelobt. Aus über 60 eingereichten Projekten wurden sechs Preisträger mit je 7.500 Euro Preisgeld, zwei Projekte mit einem Anerkennungspreis i.H. von je 2.500 Euro und sechs weitere Projekte durch Nominierungen prämiert.

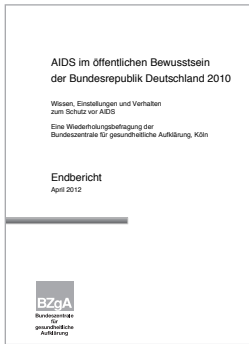
Die Projekte zeichnen sich dadurch aus, dass sie von HIV/Aids oder anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) besonders gefährdete oder betroffene Zielgruppen in den Blick nehmen. Allen erfolgreichen Projekten gemein ist, dass sie mit Menschen aus den Zielgruppen selbst entwickelt und umgesetzt werden und so eine besonders hohe Glaubwürdigkeit haben.

Die Preisverleihung war 2010 erstmals auf Wunsch und Anregung der Preisträger mit einem Fachtag verbunden, bei dem die Projektentwickler ihre Erfahrungen und Probleme bzw. Lösungsvorschläge dafür austauschen konnten.



Der „Sirius“ ist die Auszeichnung des Bundeswettbewerbs Aidsprävention, der innovative, außergewöhnliche und nachahmenswerte Projekte der HIV-/Aidsprävention prämiert.

4.11 Qualitätssicherung und Wirkungskontrolle



Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein“

Eine zentrale Frage bei der Prävention von HIV / Aids ist die nach der Qualität und Wirkung der einzelnen Maßnahmen und Interventionen sowie der gesamten Kampagne: Wie kann deren Qualität gesichert und gesteigert werden und wie können die Präventionsstrategien optimal gestaltet und somit die Ressourcen so effektiv wie möglich genutzt werden?

Da wirksame Aidsprävention nur auf einer wissenschaftlich fundierten Basis möglich ist, werden die Gesamtaktivitäten sowie die einzelnen Medien und Maßnahmen der BZgA seit dem Start der Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ intensiv wissenschaftlich begleitet.

Zum einen werden Einzelmaßnahmen wie z. B. Plakative und TV- und Kinospots bereits vor ihrem Einsatz detaillierten Zielgruppentests unterzogen. Geprüft wird, ob und wie die Botschaften wahrgenommen, verstanden und akzeptiert werden. Denn nur, wenn diese Voraussetzungen gegeben sind, kann eine Maßnahme im gewünschten Sinne wirksam werden.

Zum anderen werden die Erreichbarkeit der Bevölkerung mit den HIV- / Aids-Aufklärungsmaßnahmen sowie die Wirksamkeit der Maßnahmen in Bezug auf Wissen, Einstellungen und Verhalten untersucht. Dies geschieht mit der von der BZgA seit 1987 jährlich durchgeführten Repräsentativbefragung „Aids im öffentlichen Bewusstsein“. Im Einzelnen wird untersucht:

- > wie sich die Wahrnehmung von HIV und Aids durch die Bevölkerung entwickelt,
- > ob HIV und Aids noch als gesundheitliche Bedrohung wahrgenommen werden,
- > inwieweit die Bevölkerung von den verschiedenen Aufklärungsmaßnahmen der Kampagne erreicht wird und die Informationsangebote nutzt,
- > wie das für die HIV- / Aidsprävention notwendige Wissen ausgeprägt ist,
- > in welchem Ausmaß sich die Menschen durch die Verwendung von Kondomen vor dem HI-Virus schützen; insbesondere auch Bevölkerungsgruppen mit riskanterem Sexualverhalten, wie beispielsweise Alleinlebende und Menschen auf Partnersuche,

- > ob Menschen mit HIV und Aids in der Bevölkerung ausgegrenzt werden oder aber als Menschen angesehen werden, die solidarische Zuwendung und Hilfe benötigen.

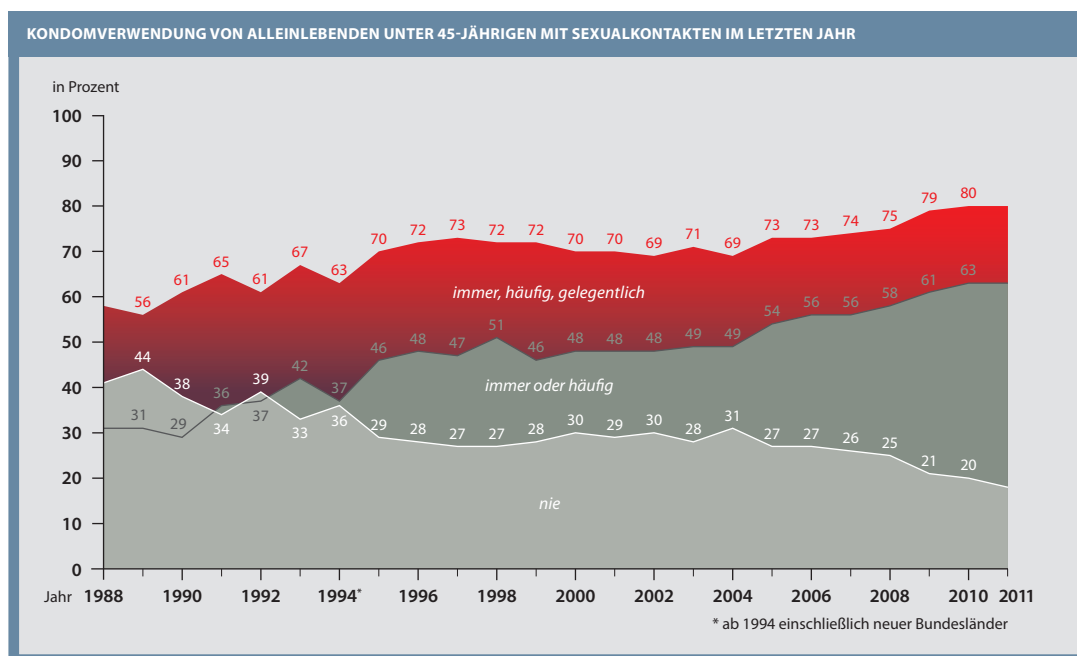
Die Daten werden als mittel- und langfristige Trends aufbereitet, teils für die Allgemeinbevölkerung, teils für Gruppen mit besonderer Bedeutung für die HIV- / Aidsprävention wie z. B. Jugendliche, 16- bis 44-jährige Alleinlebende, Personen mit mehreren Sexualpartnerinnen oder -partnern und Männer, die Sex mit Männern haben.

Die jährliche Monitoring-Studie mit 7.000 Befragten ist ein zentrales Element der Evaluation der HIV- / Aidsprävention in Deutschland insgesamt und der BZgA-Kampagne im Besonderen. Sie ist auch ein entscheidendes Instrument zur Steuerung und Optimierung der Kampagne. Die Ergebnisse der Auswertungen seit Start der Kampagne zeigen, dass

- > bereits kurz nach dem Start der Aids-Aufklärungskampagne ein hoher Informationsstand in der Bevölkerung erreicht und in der Folge aufrechterhalten werden konnte,
- > sehr schnell ein positives Meinungsklima zu Menschen mit HIV und Aids entstand, in dem Stigmatisierungstendenzen deutlich abnahmen,
- > der Schutz vor HIV-Übertragung durch Kondomnutzung langsam, aber stetig vor allem in Bevölkerungsgruppen mit einem größeren Infektionsrisiko zunahm.

Wesentliche Voraussetzungen für den Schutz mit Kondomen in riskanten sexuellen Situationen sind Erfahrungen mit Kondomen und deren Akzeptanz, das Wissen zur sicheren Handhabung von Kondomen sowie ihre Verfügbarkeit. Diese Voraussetzungen haben sich in der Bevölkerung seit Beginn der Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ kontinuierlich verbessert. Auch das Schutzverhalten selbst hat sich seit Beginn der Aids-Aufklärung bis heute positiv entwickelt. Dies zeigen die Ergebnisse der jährlichen Repräsentativuntersuchung.

Quelle: BZgA
Repräsentativerhebung; „Aids im
öffentlichen Bewusstsein“ 2011



Vor allem in der sexuell aktiveren Gruppe Alleinlebender im Alter von 16 bis 44 Jahren hat sich die Kondomverwendung deutlich erhöht. In den ersten zehn Jahren der Aids-Aufklärung – von 1988 bis 1997 – war in dieser Gruppe die Kondomnutzung kontinuierlich angestiegen, von 58 Prozent im Jahr 1988 auf 73 Prozent im Jahr 1997. Bis 2004 ging die Kondomnutzung zunächst etwas zurück und blieb dann bis 2004 etwa gleich. Seitdem ist der Anteil derer, die mindestens gelegentlich Kondome nutzen, von 69 Prozent auf 80 Prozent in den Jahren 2010 und 2011 angestiegen. Insbesondere die regelmäßige Kondomnutzung (immer oder häufig) nahm seit 2004 deutlich weiter zu: von 49 Prozent auf 63 Prozent in den Jahren 2010 und 2011. Dies ist der höchste Wert im gesamten Beobachtungszeitraum. Im Jahr 2011 geben 18 Prozent der alleinlebenden 16- bis 44-Jährigen an, in der letzten Zeit beim Geschlechtsverkehr nie Kondome verwendet zu haben. Dies ist der bislang niedrigste Wert.

Ein zunehmend wichtiges Ziel der Aufklärung im Rahmen der Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ ist es, ein hohes Maß an Wissen über Infektionsrisiken und Schutzmöglichkeiten, nicht nur zu HIV und Aids, sondern auch zu anderen STI, in der Bevölkerung zu schaffen und zu erhalten. In den Wiederholungsbefragungen werden seit dem Jahr 1996 auch Fragen gestellt, die Aufschluss über Wissensstand, Informationsbedarf und Informationswünsche der Bevölkerung

zu STI geben. Eine Voraussetzung für die Informiertheit über STI ist deren Bekanntheit.

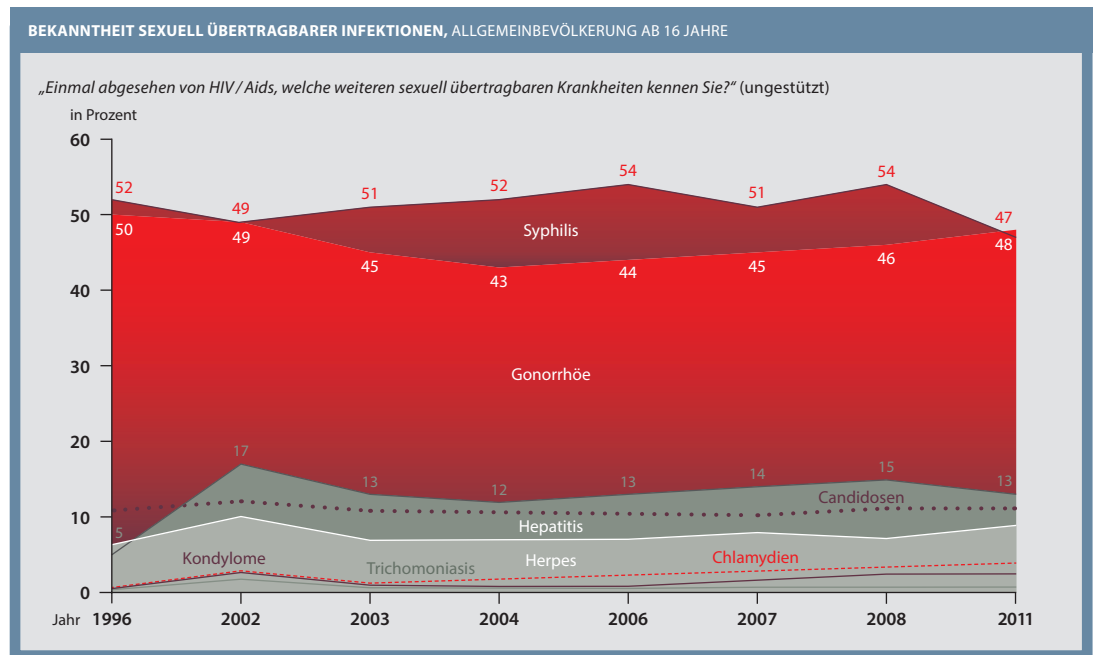
Bei der Frage nach sexuell übertragbaren Infektionen ohne die Vorgabe von Antwortmöglichkeiten nennen etwas weniger als die Hälfte der über 16-jährigen Bevölkerung im Jahr 2011 Syphilis (48 Prozent) und Gonorrhöe (47 Prozent). Wesentlich seltener werden angegeben: Hepatitis (13 Prozent), Candidosen/ Pilzkrankungen (11 Prozent), Herpes (9 Prozent), Chlamydien (5 Prozent), Kondylome (3 Prozent) und Trichomoniasis (1 Prozent). Deutlich wird, dass sich die Bekanntheit einzelner STI innerhalb der letzten 15 Jahre in der Gesamtbevölkerung nicht erhöht hat.

Anhand der STI-Wissensfragen in der Studie „Aids im öffentlichen Bewusstsein“ lässt sich beschreiben, ob sich im Verlauf der Jahre durch die Kampagne die Bekanntheit sexuell übertragbarer Infektionen erhöht.

Die Ergebnisse aller Untersuchungen und Evaluationen werden zum einen intern zur fortlaufenden Überprüfung und Weiterentwicklung der Präventionskampagne verwendet, zum anderen von der BZgA zeitnah veröffentlicht und Kooperationspartnern und Multiplikatoren zur Verfügung gestellt.

Die BZgA hat in Kooperation mit dem Universitätsklinikum Hamburg Eppendorf (UKE) das Qualitäts-

Quelle: BZgA
Repräsentativerhebung; „Aids im
öffentlichen Bewusstsein“ 2011



entwicklungsverfahren *QIP* „Qualität in der Prävention“ entwickelt. Dieses wurde in einem umfangreichen Feldtest auf seine wissenschaftliche Güte geprüft und in verschiedenen Feldern erprobt und eingesetzt. *QIP* ist zur Verbesserung der Wirksamkeit aller Maßnahmen der Prävention und Gesundheitsförderung einsetzbar – für Settingprojekte, Programme mit Gesundheitstrainings, Kampagnen und Einzelvorhaben. Interessensbekundungen am Einsatz von *QIP* kamen auch vom WHO-Regionalbüro Europa sowie von einzelnen nationalen Stakeholdern aus dem Bereich der HIV- / Aidsprävention. Die Anpassung von *QIP* an spezifische Erfordernisse der HIV- / Aidsprävention erfolgte im Rahmen der internationalen Initiative *IQHiv* („Improving Quality in HIV prevention in Europe“), die auch die Vorbereitung der internationalen Verbreitung von *QIP* (und weiterer Verfahren) im Feld der HIV- / Aidsprävention steuert. Das Verfahren wird auch zur Qualitätsentwicklung der eigenen Maßnahmen Verwendung finden und soll dazu beitragen – gekoppelt an den Einsatz von ZOPP (Zielorientierte Programmplanung) – zusätzliche Hinweise für die Verbesserung der Maßnahmen zu liefern.

Weitere Studien, die einzelne Sonderaspekte untersuchen, ergänzen das Spektrum der umfassenden Qualitätssicherung.

Ich will's romantisch.

mach's! aber mach's mit.

Mit Wissen & Kondom schützt Du Dich vor HIV und verringerst das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI).

**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

Bundeszentrale
für gesundheitliche
Aufklärung
BZgA



Infos unter **www.machsmits.de**
Telefonberatung unter 0221 - 89 20 31

Public Private Partnerships und Kooperationen



Zahlreiche Partner aus Wirtschaft und Verbänden unterstützen die Kampagne der BZgA.

5

Public Private Partnerships und Kooperationen

Viele Erfolge der Aidsprävention in Deutschland sind das Ergebnis einer engen Kooperation der BZgA mit verschiedensten Partnern von Fachorganisationen bis zur Privatwirtschaft. Diese Kooperationen wurden in den letzten zwei Jahrzehnten kontinuierlich ausgebaut und haben sich als wesentliche Basis der HIV-Prävention etabliert. Wichtige Partner für die Prävention sind z. B. Beratungsfachkräfte in Gesundheitsämtern, Aidshilfen und anderen Beratungsstellen vor Ort, Lehrkräfte an den Schulen und zunehmend auch die Ärzteschaft. Die BZgA kooperiert zudem mit großen Organisationen wie der Deutschen AIDS-Stiftung, der Deutschen Sportjugend oder dem Deutschen Jugendherbergswerk.

Um ihre Präventionskampagne für die Massenkommunikation trotz begrenzter Finanzmittel möglichst effektiv fortzuführen, setzt die BZgA seit Langem auch auf Kooperationen in Form von Public Private Partnerships, also Partnerschaften mit Unternehmen aus der Wirtschaft.

5.1 Public Private Partnerships

Der hohe Bekanntheitsgrad und die Durchsetzungskraft der Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ ist auch dem Engagement der vielen Partner aus der Wirtschaft zu verdanken, die die Kampagne finanziell und logistisch unterstützen.

In den vergangenen Jahren hat die BZgA viele kleinere und größere Unterstützer für die Aidsprävention neu gewinnen können. Die wichtigsten Partnerschaften sind zurzeit:

- > der Fachverband Aussenwerbung, dessen Mitgliedsfirmen seit 1993 über 1,5 Millionen kostenlose Plakatflächen bereitgestellt haben,
- > eine Vielzahl privater und öffentlich-rechtlicher Fernseh- und Radiosender, die kostenlose Sendeplätze für die BZgA zur Verfügung gestellt haben,
- > zahlreiche Kinobetriebe bei den *JugendFilmTagen*,
- > die Agenturen united ambient media und novum!, die allein von 2007 bis 2010 eine bundesweite,

kostenlose Verteilung von insgesamt über 15 Millionen Postkarten mit *mach's mit*-Motiven und den Aktionsmotiven zum Welt-Aids-Tag möglich machen; u. v. m.

Kooperation mit dem Verband der Privaten Krankenversicherung e. V. (PKV)

Eine ganz neue Dimension der Unterstützung der Kampagne der BZgA eröffnete Mitte 2005 der *Verband der Privaten Krankenversicherung e. V.* (PKV), welcher der Aidsprävention der BZgA erhebliche Finanzmittel zur Verfügung stellt und so eine Fülle zusätzlicher Maßnahmen ermöglicht. Nach einem ersten Vertrag mit der Laufzeit Mitte 2005 bis Ende 2010 entschloss sich der PKV-Verband, die erfolgreiche Unterstützung der BZgA-Kampagne zur Aidsprävention um weitere fünf Jahre bis 2015 zu verlängern. So stehen der BZgA jährlich 3,2 Millionen. Euro zusätzliche Mittel zur Ausweitung und Differenzierung der Kampagne zur Verfügung.

Die von der PKV zur Verfügung gestellten Mittel ergänzen die Finanzmittel der Bundesregierung und werden vor allem in die Verstärkung der reichweitenstarken Massenkommunikation investiert, d.h. Anzeigen, Plakate und Kinospots. Durch die neue *mach's mit*-Kampagne ab 2009 werden so verstärkt auch besonders gefährdete Zielgruppen angesprochen wie Männer, die Sex mit Männern haben, Kunden von Sexdienstleistungen oder Reisende.

Zusammenarbeit mit dem Fachverband Aussenwerbung e. V. (FAW)

Insbesondere der *Fachverband Aussenwerbung e. V.* (FAW) als Dachverband deutscher Außenwerbefirmen (Out-of-Home-Media) hat die *mach's mit*-Kampagne sowie die Großplakate der Aktion zum Welt-Aids-Tag „*Gemeinsam gegen Aids*“ ermöglicht. Seit 1993 stellt der FAW jährlich bundesweit etwa 100.000 kostenlose Plakatflächen für die BZgA zur Verfügung – bis 2010 insgesamt über 1,6 Millionen. Ein unschätzbare Beitrag, um das Bewusstsein der Öffentlichkeit für die Krankheit Aids und deren Gefahren aufrechtzuerhalten und zu stärken.

5.2 Kooperationen mit Verbänden und Organisationen

Starke Partnerschaften mit tragfähigen Strukturen sind die beste Basis dafür, die Präventionsbotschaften dorthin zu tragen, wo Menschen sich regelmäßig zusammenfinden. Deshalb sind zum Beispiel auch Sportvereine und -verbände Partner der BZgA; sie sind mitgliederstark, haben nationale, regionale und lokale Organisationen – ideale Voraussetzungen, um für das gemeinsame Ziel der Gesundheitsförderung und der Aidsprävention aktiv zu werden. Auch in der Gemeinschaftsaktion der BZgA zum Welt-Aids-Tag haben sich Partner engagiert, um die Botschaften und Anliegen an möglichst viele Menschen heranzutragen.

Wichtige Partner der BZgA



Verband der Privaten
Krankenversicherung

Verband der Privaten Krankenversicherungen

Die von der PKV zur Verfügung gestellten Mittel ergänzen die Finanzmittel der Bundesregierung und werden vor allem in die Verstärkung der reichweitenstarken Massenkommunikation investiert.



FACHVERBAND
AUSSENWERBUNG E.V.

Fachverband Aussenwerbung e.V.

Seit 1993 stellt der FAW jährlich etwa 100.000 kostenlose Plakatflächen in ganz Deutschland für die BZgA zur Verfügung

La Pareja ideal.



GIB AIDS
KEINE
CHANCE

úsalo

Como en tubes.



GIB AIDS
KEINE
CHANCE

úsalo

Ma
el e

GIB AIDS
KEINE
CHANCE

riposas en
estómago.



úsalo

Internationale Zusammen- arbeit und Wissenstransfer

*Die von der BZgA entwickelten
Präventionsmaßnahmen sind Vorbild
für zahlreiche Kampagnen im Ausland.*

6

Internationale Zusammenarbeit und Wissenstransfer

Die HIV-Epidemie macht nicht an Landesgrenzen halt. Für den weltweiten, effektiven und nachhaltigen Kampf gegen HIV und Aids wird daher die internationale Zusammenarbeit immer wichtiger. Neben UNAIDS und der Weltgesundheitsorganisation (WHO) ist auch die Europäische Union (EU) zunehmend an übergreifenden Konzepten und Maßnahmen interessiert und fördert ihre Umsetzung. Bereits mehrfach wurden in Deutschland bewährte und übertragbare Präventionsprojekte und -konzepte der BZgA in anderen Ländern genutzt, z. B. Adaptionen des personalkommunikativen Mitmach-Parcours, die *JugendFilmTage*, verschiedene Informationsbroschüren oder auch die *mach's mit*-Kampagne.

Die BZgA fördert und unterhält seit Beginn der Kampagne internationale Kontakte, um anderen Ländern Kompetenzen und Erfahrungen zugänglich zu machen, aber auch, um von anderen zu lernen. Dazu dienen Kongresse, Fachtagungen, Expertentreffen, Artikel in Fachzeitschriften und andere Foren zum wissenschaftlichen Austausch, an denen die BZgA als Veranstalterin, Initiatorin oder Teilnehmerin partizipiert.

Ausgehend von der internationalen Konferenz „*How do we know what works? Strengthening quality assurance in HIV/AIDS prevention in Europe*“, die die BZgA zusammen mit der WHO im Oktober 2008 durchgeführt hat, wurde von der BZgA die internationale Expertengruppe „*IQhiv – Improving Quality in HIV prevention in Europe*“ gemeinsam mit dem WHO/Regionalbüro für Europa und der Aids Action Europe initiiert.

IQhiv ist eine von zivilgesellschaftlichen und Regierungsorganisationen, wissenschaftlicher Institutionen und internationalen Organisationen gemeinsam getragene Initiative, die Qualitätssicherungs- und Qualitätsverbesserungsansätze für HIV-Präventionsprogramme und -projekte in Europa im Umfang der 53 Mitgliedsstaaten der WHO/EURO Region untersucht, weiterentwickelt und implementiert. Das Netzwerk wurde 2011 und 2012 durch Mittel des BMG gefördert. Im April 2012 veranstaltete IQhiv in Berlin die zweite internationale Konferenz zu diesem Thema. Inhaltlich knüpfte die Veranstaltung an die Empfehlungen an, die im Rahmen

der ersten Konferenz im Jahr 2008 erarbeitet wurden. 60 Experten und Expertinnen aus dem Bereich der HIV-Prävention aus 20 europäischen Ländern erhielten die Möglichkeit, sich in Diskussionen und Kleingruppenarbeit intensiv mit den verschiedenen Aspekten der Qualitätsverbesserung von HIV-Prävention auseinanderzusetzen. Unter anderem konnten praktische Erfahrungen mit vier für die HIV-Prävention entwickelten Instrumenten zur Qualitätsverbesserung gemacht werden.

Die Konferenz zeigte, dass durch die Netzwerkbildung, die angebotenen Instrumente und die Fortbildungsveranstaltungen von IQhiv die Voraussetzungen für eine effektive und nachhaltige Qualitätsverbesserung deutlich weiter entwickelt werden konnten. Basierend auf dieser internationalen Arbeit hat die BZgA ein EU-weites Joint Action Projekt zur Qualitätsverbesserung in der HIV-Prävention beantragt. Die Joint Action wird durch die Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz der Europäischen Kommission (DG SANCO) gefördert. 25 Partner aus 21 Mitgliedstaaten der EU sind in die Antragstellung der Joint Action einbezogen. Das durch die EU bewilligte und geförderte dreijährige Projekt wird unter Leitung der BZgA im Jahr 2013 starten.

6.1 Aids-Kongresse in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Der Deutsch-Österreichische Aids-Kongress begann in der Nachfolge mehrerer Deutscher Aids-Kongresse 2003 als binationale Veranstaltung (zwischenzeitlich war auch die Schweiz beteiligt) und fand dann alle zwei Jahre abwechselnd in Deutschland und in Österreich statt.

2011 fand der Kongress unter dem Motto „*DÖAK: WISSEN schafft Dir Perspektiven*“ in Hannover statt. Die BZgA präsentiert auf diesem wichtigsten Forum im deutschsprachigen Raum ihre Arbeit in Vorträgen und auf ihrem Informationsstand und bot auch einen interaktiven Workshop zum Thema Qualitätsverbesserung in der HIV-Prävention an.

Der hohe Anteil von Mediziner*innen im Fachpublikum wird von der BZgA außerdem genutzt, um die Kooperation

mit dem ärztlichen Sektor weiter zu intensivieren: Die niedergelassene Ärzteschaft ist ein wichtiger Partner in der Behandlung und Prävention nicht nur von HIV-Infektionen, sondern auch von anderen sexuell übertragbaren Infektionen.



Auch auf den Münchner Aids-Tagen stellt die BZgA nach Möglichkeit ihre neuen Konzepte und Angebote zur Prävention sexuell übertragbarer Infektionen vor. Die Teilnehmenden aus Deutschland und den deutschsprachigen Nachbarländern repräsentieren in der HIV-/STI-Prävention aktive Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus der Vor-Ort-Arbeit, von denen viele mit der BZgA zusammenarbeiten.

Auch die Veranstaltungen „HIV im Dialog“ in Berlin und „HIV-Kontroversen“ in Nordrhein-Westfalen verstehen sich als Diskussions- und Diskursforen für Fragen rund um HIV/Aids. Die BZgA beteiligt sich daran mit Vorträgen, Teilnahme an Podiumsdiskussionen und thematischen Vorschlägen für Workshops.

6.2 Internationale Aids-Konferenzen

Der Erfahrungsaustausch und vor allem der Austausch von wissenschaftlichen Studienergebnissen auf internationalen Kongressen bieten eine wichtige Chance, die eigene Arbeit auch im internationalen Vergleich zu überprüfen und eigene Erfahrungen und Forschungsergebnisse weltweit zur Verfügung zu stellen.

Die BZgA präsentiert auf diesen großen Foren mit bis zu 30.000 Teilnehmern aus aller Welt zentrale Ergebnisse ihrer Präventionsarbeit und stellt sich dem internationalen Diskurs. Darüber hinaus wertet sie die Kongresse selbst aus und macht die Ergebnisse für ihre Kooperationspartner in Deutschland in Form von Zusammenfassungen zugänglich.

Der deutsche Informationsstand auf der 19. Internationalen Aids-Konferenz in Washington 2012



Auf der 19. Internationalen Aids-Konferenz in Washington 2012 wurde erneut deutlich, dass in vielen Ländern HIV-Prävention entweder kaum etabliert oder kaum wirksam ist, so dass insbesondere in Osteuropa und Zentralasien eine besorgniserregende

HIV-Dynamik besteht. Die deutschen Erfahrungen mit wirksamer HIV-Prävention sind für diese Länder von großem Interesse.

6.3 Kooperation mit der GLZ

Im Kontext der internationalen Zusammenarbeit der BZgA mit der WHO und der EU hat die Partnerschaft mit der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) eine besondere Bedeutung. Die GLZ führt weltweit Projekte in Entwicklungs- und Schwellenländern durch; HIV-Prävention und andere Maßnahmen zur Förderung sexueller Gesundheit haben dabei einen hohen Stellenwert: Etwa 90 Prozent der mit HIV infizierten Menschen leben derzeit in den Entwicklungs- und Schwellenländern.

Die GLZ nutzt innerhalb ihrer Entwicklungsarbeit das spezifische Know-how der BZgA bei Planung, Durchführung und Evaluierung von Strategien und Kampagnen zur Aufklärung über Aids und implementiert landesspezifisch adaptierte Konzepte und Projekte. Besonders hervorzuheben ist die Adaption des von der BZgA entwickelten personalkommunikativen Mitmach-Parcours in bislang mehr als 25 Ländern in unterschiedlichen Regionen der Welt.

6.4 Internationale Delegationen in der BZgA

Delegationen aus aller Welt – von Argentinien bis Vietnam – besuchen regelmäßig die BZgA, um sich über die Konzepte und Maßnahmen der Aidsprävention in Deutschland zu informieren. Die BZgA informiert jedoch ihre ausländischen Gäste nicht nur, sondern stellt ihnen ihre Medien (oder deren Nutzungsrechte) für Adaptionen in den interessierten Ländern zur Verfügung.



Broschüre zur Aidsprävention des National Aids Centers, Polen: Partner der BZgA in EUROPAC

6.5 Verstärkung der HIV-/Aids-Bekämpfung in der EU und ihrer Nachbarschaft



Bundeskanzlerin Angela Merkel auf der EU-Ministerkonferenz in Bremen

Auch wenn in Deutschland die Zahl der Neuinfektionen derzeit langsam zurückgeht, so haben doch andere Länder Europas mit deutlich steigenden HIV-Zahlen zu kämpfen. Viele Länder versuchen deshalb, ihre Prävention zu verstärken und erarbeiten zu diesem Zweck nationale Aktionspläne. Die Initiativen der

EU für einen internationalen, erfolgreichen Know-how-Transfer sind daher für Qualität und Erfolg der Präventionsmaßnahmen in diesen Ländern von entscheidender Bedeutung.

Im Februar 2004 trafen sich in Dublin Vertreterinnen und Vertreter von Staaten und Regierungen aus Europa und Zentralasien mit eingeladenen Beobachtern zur Ministerkonferenz „*Breaking the Barriers – Partnership to fight HIV/AIDS in Europe and Central Asia*“. Anlässlich der Konferenz wurde eine gemeinsame Erklärung („Dublin-Declaration“) verfasst: 33 Maßnahmen wurden beschlossen, um die Umsetzung der Verpflichtungserklärung zu beschleunigen.

Im Arbeitspapier der EU-Kommission vom 8. September 2004, „Ein koordinierter und integrierter Ansatz zur HIV-/Aids-Bekämpfung in der Europäischen Union und ihren Nachbarländern“, wurden konkrete Vorschläge für effektive Maßnahmen gemacht und dafür produktive Rahmenbedingungen definiert. Auch die BZgA stellt für diese Initiative ihre vielfältigen Erfahrungen und ihr präventives Know-how zur Verfügung.

Dazu rief die Europäische Kommission den „*Extended Think Tank on HIV/AIDS*“ ins Leben, in dem derzeit etwa 30 Länder der EU und ihrer Nachbarstaaten vertreten sind. Die Europäische Kommission hat so das Thema Aids hochrangig platziert – nicht nur in der Gesundheitspolitik, sondern auch bei den Ressorts Forschung, Entwicklung und Auswärtiges.

Einige der vertretenen Länder, wie zum Beispiel Polen, kooperieren bereits seit vielen Jahren auf bilateraler

Ebene mit der BZgA und haben so in ihre nationalen Aufklärungsaktivitäten Projekte aus Deutschland integrieren können. Insbesondere in Ländern, in denen die Kommunikation über Kondome und Kondomnutzung bisher nicht so explizit sein kann, wie dies in Deutschland bereits gesellschaftlich akzeptiert ist, wird eine solche Unterstützung von außen sehr positiv bewertet.

Im Rahmen seiner EU-Ratspräsidentschaft 2007 hat Deutschland dem Thema Aids mit der EU-Ministerkonferenz in Bremen eine sehr hohe Priorität zugewiesen. Denn die wichtigste Lehre, die aus der Vergangenheit zu ziehen ist, lautet: Nur wenn die HIV-/Aidsprävention auf höchster politischer Ebene, also in der Regierung, eine deutlich erklärte und sichtbare Priorität hat, kann Prävention in einem Land erfolgreich sein. Deutschland stellt dafür ein weltweit beachtetes Beispiel dar. Als Impulsgeber für Europa und darüber hinaus ist Deutschland deswegen besonders glaubwürdig.

Von 2008 bis 2011 wurde die Deutsch-Ukrainische Partnerschaftsinitiative zur Bekämpfung von HIV/Aids ins Leben umgesetzt. Die Ukraine ist laut UNAIDS derzeit in Europa das Land mit der höchsten HIV-Neuinfektionsrate. Mehr als ein Prozent der Bevölkerung von knapp 50 Millionen Menschen sind HIV-infiziert. Dabei sind 15- bis 49-Jährige besonders betroffen. Vor diesem dramatischen Hintergrund wurde die GIZ beauftragt, die vorhandenen HIV-/Aids-Projekte in der Ukraine stärker zu vernetzen sowie neue Partnerschaften zu suchen und zu unterstützen. Die Schwerpunkte der Zusammenarbeit liegen in der Prävention, der Überwachung des Infektionsgeschehens (Surveillance) sowie in der Behandlung und Pflege. Ein zentrales Projekt war die Entwicklung einer eigenen nationalen Präventionskampagne, die 2009 zum Welt-Aids-Tag gestartet wurde. Ihr Name: „*GIB AIDS KEINE CHANCE*“.

Unterstützt wurde die Ukraine dabei auch durch die BZgA, die den ukrainischen Kooperationspartnern und der Regierung ihr Know-how der Entwicklung und Führung der nationalen Präventionskampagne zur Verfügung stellte. Weitere Projekte beziehen sich auf Präventionskonzepte für Männer, die Sex mit Männern haben, sowie auf den Aufbau von Klinikpartnerschaften zur Verbesserung der Behandlung und Pflege von Menschen mit Aids.



Internationale Kooperationen



UNAIDS

Das „United Nations Programme on HIV/ AIDS“ ist ein Projekt der Vereinten Nationen mit dem Ziel, die verschiedenen HIV-/ Aids-Pandemie-Aktivitäten einzelner Länder im Kampf gegen Aids zu koordinieren. Es entstand 1996 aus dem „Global Programme on HIV/ AIDS“ der Weltgesundheitsorganisation.



WHO

Die Weltgesundheitsorganisation wurde 1948 gegründet und zählt 193 Mitgliedstaaten. Sie ist die Koordinationsbehörde der Vereinten Nationen für das internationale, öffentliche Gesundheitswesen.



GIZ

Die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH wurde 1974 gegründet und ist ein weltweit tätiges Unternehmen. Sie unterstützt Reformen und Veränderungsprozesse in Entwicklungsländern. Sämtliche ihrer Aktivitäten zielen darauf ab, die Lebensbedingungen und Perspektiven der Menschen in diesen Ländern nachhaltig zu verbessern.



ECDC

ECDC (European Centre for Disease Prevention and Control) veröffentlicht Berichte zur epidemiologischen Situation in den europäischen Ländern. Bis 2006 wurde dies von EuroHIV durchgeführt.



Red Ribbon als Anhänger,
Grahamstown, Eastern Cape
Province, South Africa



Ausblick

*Erfolgreiche HIV / Aidsprävention
geht flexibel auf die sich wandelnden
gesellschaftlichen, epidemiologischen
und kommunikativen Anforderungen
der Krankheit ein.*



Ausblick: Aidsprävention ist notwendig und lohnt sich – auch in Zukunft!

Für die Wirksamkeit von HIV- / Aidsprävention ist die Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ ein weltweit anerkanntes Beispiel. In Deutschland sind die Zahlen von HIV und Aids im internationalen Vergleich niedrig. Aber Entwicklungen wie die verbesserte Therapierbarkeit und dadurch höhere Lebenserwartung von HIV-Infizierten lassen vielen Menschen die tatsächliche Bedrohung durch eine HIV-Infektion kleiner erscheinen und können so zu einer Abnahme des Schutzverhaltens beitragen. Bis zum Jahr 2007 sind die HIV-Infektionszahlen in Deutschland deutlich gestiegen, seit diesem Zeitpunkt sind die Zahlen leicht rückläufig und liegen für das Jahr 2011 bei ca. 2.700 Neuinfektionen. Die gestiegene Zahl anderer sexuell übertragbarer Infektionen (STI) zeigen jedoch, dass es ständig neuer kommunikativer Impulse und konzeptioneller Weiterentwicklungen präventiver Maßnahmen bedarf, um die Erfolge der HIV- / Aidsprävention in Deutschland auch zukünftig aufrechtzuerhalten.

Zusammen mit den Partnerinnen, Partnern und anderen Unterstützenden müssen immer wieder neue aufmerksamskeitsstarke Präventionsimpulse gesetzt werden, damit HIV / Aids und der notwendige Schutz davor nicht in Vergessenheit geraten. Die Medien und Maßnahmen der BZgA-Kampagne „GIB AIDS KEINE CHANCE“ werden ständig an diese neuen Herausforderungen angepasst und weiterentwickelt. Neue Evaluationsergebnisse sowie neue gesellschaftliche Entwicklungen, insbesondere in den für die Epidemie besonders wichtigen Zielgruppen, werden permanent in die Kampagne eingearbeitet.

Die BZgA veranstaltet dazu Workshops und lädt Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Fachrichtungen und Berufsfeldern zum „Querdenken“ ein: Eingeladen werden Menschen aus ganz unterschiedlichen Bereichen wie Radio und Fernsehen, Printmedien, Marketing, Theologie, Internetkommunikation, Beratende aus der Vor-Ort-Arbeit sowie Verantwortliche für Aidskampagnen anderer Länder. Bewusst wird der Kreis der Diskutanten so gewählt, dass durch ungewohnte Sichtweisen neue Konzepte und Ideen entstehen können.

Aus den Expertenseminaren, Zukunftswerkstätten und nicht zuletzt aus der präventionsorientierten Forschung zieht die BZgA heute folgende Konsequenzen für die zukünftige HIV- / Aidsprävention:

- > Die wichtigsten Botschaften zum Schutz vor HIV gelten weiter und uneingeschränkt: Kondome schützen!

- > Andere sexuell übertragbare Infektionen (STI), die die Übertragung von HIV stark begünstigen, sind Thema in der Prävention.
- > Über die auf Kondomnutzung und HIV-Schutz fokussierte Botschaft hinaus müssen zur Vermeidung von STI eine Fülle weiterer Informationen sowie Entscheidungshilfen für die eigene und partnerschaftliche Risikovermeidung gegeben werden. Kondome bieten einen guten Schutz gegen HIV, vermindern aber die Ansteckungsgefahr von anderen STI in unterschiedlichem Maß. Zentral ist deswegen eine persönliche, funktionierende Risikoeinschätzung, z. B. in Bezug auf Sexualpraktiken mit hohem Infektionsrisiko oder anderen, manchmal schwer bemerkbaren STI.
- > In diesem Zusammenhang kommen dem rechtzeitigen HIV-Test sowie Tests auf andere STI und der guten Beratung für gefährdete Zielgruppen sowie v.a. der Diagnose und Therapie anderer STI, aber auch vorbeugenden Impfungen, ein hoher Stellenwert zu.
- > Die rechtzeitige Behandlung einer HIV-Infektion hat einen großen individuellen Nutzen für Menschen mit HIV. Eine erfolgreiche antiretrovirale Therapie trägt auch dazu bei, dass eine sexuelle Übertragung von HIV verhindert werden kann.
- > Neue interaktive Ansätze, die Initiativen vor Ort auslösen und vernetzen, werden weiter systematisch verstärkt. Ein neuer mobiler Ausstellungsparcours zu HIV und STI wird starke Kommunikations- und Kooperationsimpulse setzen, ebenso wie die immer weiter entwickelten und ausdifferenzierten



Angebote der BZgA für Multiplikatoren in und außerhalb der Schule, in Sportvereinen und anderen Gruppen.

- > Dazu ist eine enge Zusammenarbeit mit den für die BZgA zentralen Multiplikatoren erforderlich. Hier ist insbesondere die Ärzteschaft zu nennen. Um ihre Rolle in der Prävention zu stärken, bedarf es der Entwicklung und Implementierung praxisgerechter Angebote und Curricula.
- > Die Kooperation mit bewährten und neuen Partnern (Public Private Partnerships) sowie mit internationalen Partnern wird fortgesetzt.
- > Begrenzte Ressourcen erfordern dabei sowohl im nationalen als auch im internationalen Kontext maximale Synergie durch Vernetzung, Kooperationen und Partnerschaften.

All diese Maßnahmen sollen dazu beitragen, das hohe Niveau des Schutzverhaltens der Bevölkerung in Deutschland weiterhin zu stabilisieren und – wo möglich – noch zu steigern. Und es bleibt ein wichtiges Ziel, auch international weitere Impulse zu setzen, um den Umfang und die Qualität von Prävention zu verbessern und auf höchstmöglichem Niveau zu halten.

Für wirksame HIV- / Aidsprävention gibt es kein Patentrezept. Es bedarf einer Vielzahl von aufeinander abgestimmten Instrumenten und großer gesellschaftlicher Anstrengungen, um die Ausbreitung von HIV und anderen STI einzudämmen. Die BZgA wird daher auch in Zukunft mit aller Kraft daran arbeiten, dass diese wichtige Aufgabe in Deutschland weiterhin im Bewusstsein bleibt.

Wichtige Fakten



Im Jahr 2011 haben sich in Deutschland rund 2.700 Menschen mit HIV infiziert.

In Deutschland lebten Ende 2011 circa 73.000 Menschen mit HIV.
Davon befanden sich Ende 2011 circa 52.000 unter antiretroviraler Therapie.

> Weltweit infizieren sich pro Minute fünf Menschen mit HIV.



Unter den westeuropäischen Ländern, die HIV-Zahlen erheben, lag Deutschland 2009 bezüglich der bestätigten HIV-Neudiagnosen pro 100.000 Einwohner mit Finnland an niedrigster Stelle.

Aktuelle Schätzungen gehen davon aus, dass seit Beginn der Epidemie in Deutschland 27.000 Menschen an den Folgen von HIV und Aids verstorben sind.

Im Jahr 2011 starben in Deutschland circa 500 Menschen an den Folgen von HIV und Aids.

> Zurzeit leben weltweit 34 Millionen Menschen mit HIV, davon 3,4 Millionen Kinder unter 15 Jahren.



Quellen- und Literatur- verzeichnis

Studien und Untersuchungen der BZgA

Seit 1987 wird von der BZgA jährlich eine Repräsentativbefragung der Bevölkerung zu Wissen, Einstellungen und Verhalten im Hinblick auf HIV und Aids durchgeführt. Die aktuelle Untersuchung „Aids im öffentlichen Bewusstsein“ der Bundesrepublik Deutschland kann als PDF-Datei heruntergeladen werden unter: www.bzga.de/studien (Forschung, Studien/Untersuchungen).

Aktionsplan zur Umsetzung der HIV- / Aids-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung

(herausgegeben vom BMG / BMZ / BMBF, 2007). Diese Publikation kann unter der Bestell-Nr. V07005 beim Publikationsversand der Bundesregierung, Postfach 481009, 18132 Rostock, angefordert oder von der Internetseite www.bmg.bund.de heruntergeladen werden.

Studien und Untersuchungen des Robert Koch-Instituts

Das Robert Koch-Institut (RKI) stellt regelmäßig Daten zur Entwicklung von HIV-Infektionen und Aids-Erkrankungen in Deutschland zur Verfügung. Die halbjährlichen Berichte zur epidemiologischen Situation in Deutschland werden als Sondernummer des „Epidemiologischen Bulletins“ veröffentlicht und können als PDF-Dateien von der Internetseite des RKI www.rki.de (Infektionsschutz, Epidemiologisches Bulletin) heruntergeladen werden.

ECDC (European Centre for Disease Prevention and Control)

Die ECDC legt regelmäßig Berichte zur epidemiologischen Situation in den europäischen Ländern vor. Bis 2006 wurde dies von der Vorgängerorganisation Euro-HIV durchgeführt. Die Berichte stehen als Download unter www.ecdc.eu zur Verfügung.

UNAIDS

Das Koordinationsprogramm der Vereinten Nationen erstellt regelmäßig Berichte zur globalen Situation der HIV- / Aids-Epidemie. Die Berichte können heruntergeladen werden unter www.unaids.org (Publications).

Studie: Wie leben schwule Männer heute?

Bochow, M. / Schmidt, A.J. / Grote, S.: Schwule Männer und HIV / Aids: Lebensstile, Szene, Sex 2007. Bestellbar über die Deutsche AIDS-Hilfe (www.aidshilfe.de).

Internet- und Telefonangebote der BZgA

Persönliche Telefon- und Online-Beratung

- > 0221-89 20 31
- > www.aidsberatung.de

„GIB AIDS KEINE CHANCE“, seit 1987 größte und umfassendste Kampagne zur Prävention in Deutschland

- > www.gib-aids-keine-chance.de oder www.gakc.de

Die *mach's mit*-Kampagne mit Schwerpunkt der Motivation zur Kondomnutzung in Risikosituationen

- > www.machsmit.de

Gemeinsame Aktion von BZgA, BMG, DAH und DAS zum Welt-Aids-Tag

- > www.welt-aids-tag.de

JugendFilmTage

- > www.jugend-film-tage.de

Bundeswettbewerb Aidsprävention

- > www.wettbewerb-aids.de

Website der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

- > www.bzga.de

Andere Organisationen

Deutsche AIDS-Hilfe (DAH)

- > www.aidshilfe.de

Deutsche AIDS-Stiftung (DAS)

- > www.aidsstiftung.de

Robert Koch-Institut

- > www.rki.de

UNAIDS: Das HIV- / Aids-Programm der Vereinten Nationen

- > www.unaids.org

Passt auf jede Gurke!



**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

Ein Kondom ist so elastisch, dass es fast immer perfekt passt. Und falls das Standard-Gummi nicht optimal sitzt: Selbst für Ausnahmegrößen gibt es passende Modelle. Das macht Sex für jeden sicher und entspannt. Auch für Sie!



Idee und Konzeption: Heiko Winter, Joel Ferreira Carneiro, Jan Simmerl; Seminar Professor Christian K. Pfestorf, Hochschule Darmstadt

mach's mit

www.gib-aids-keine-chance.de

Telefonberatung: 01805-555 444 (12 Ct./Min. aus dem Festnetz)



– Set-Bestell-Nr. 70780000 –

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, 51101 Köln

Impressum

Konzept und Inhalt

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

Redaktionsschluss August 2012

Redaktionsleitung

Dirk Meyer

Gestaltung

kakoi Berlin

Bildnachweise

Motive der *mach's mit*-„Obst & Gemüse“-Kampagne: Idee und Konzeption: Heiko Winter, Joel Ferreira Carneiro, Jan Simmerl; Seminar Professor Christian K. Pfestorf, Hochschule Darmstadt

Motive der *mach's mit*-„Liebesorte“-Kampagne: Idee: Dörte Matzke, Foto: Jan von Holleben, Kreativagentur: kakoi Berlin

Motive der *mach's mit*-„Wissen & Kondom“-Kampagne: Idee & Konzept: Allround Team GmbH, Foto: Achim Hehn

S. 57 © Cienpies Design, shutterstock.com

Druck

Silber, Niestetal

Auflage

1.10.09.12

Diese Broschüre wird von der BZgA kostenlos abgegeben. Sie ist nicht zum Weiterverkauf durch die Empfängerin/den Empfänger oder Dritte bestimmt.

Die Dokumentation ist erhältlich unter der Bestellnummer: 70910000

Bestelladresse: BZgA, 51101 Köln oder order@BZgA.de

Herausgeberin

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit

Ostmerheimer Straße 220

51109 Köln

Tel. 0049(0)221 – 89 92-0

Fax 0049(0)221 – 89 92-300

www.bzga.de

Gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.

Alle Rechte vorbehalten.

