

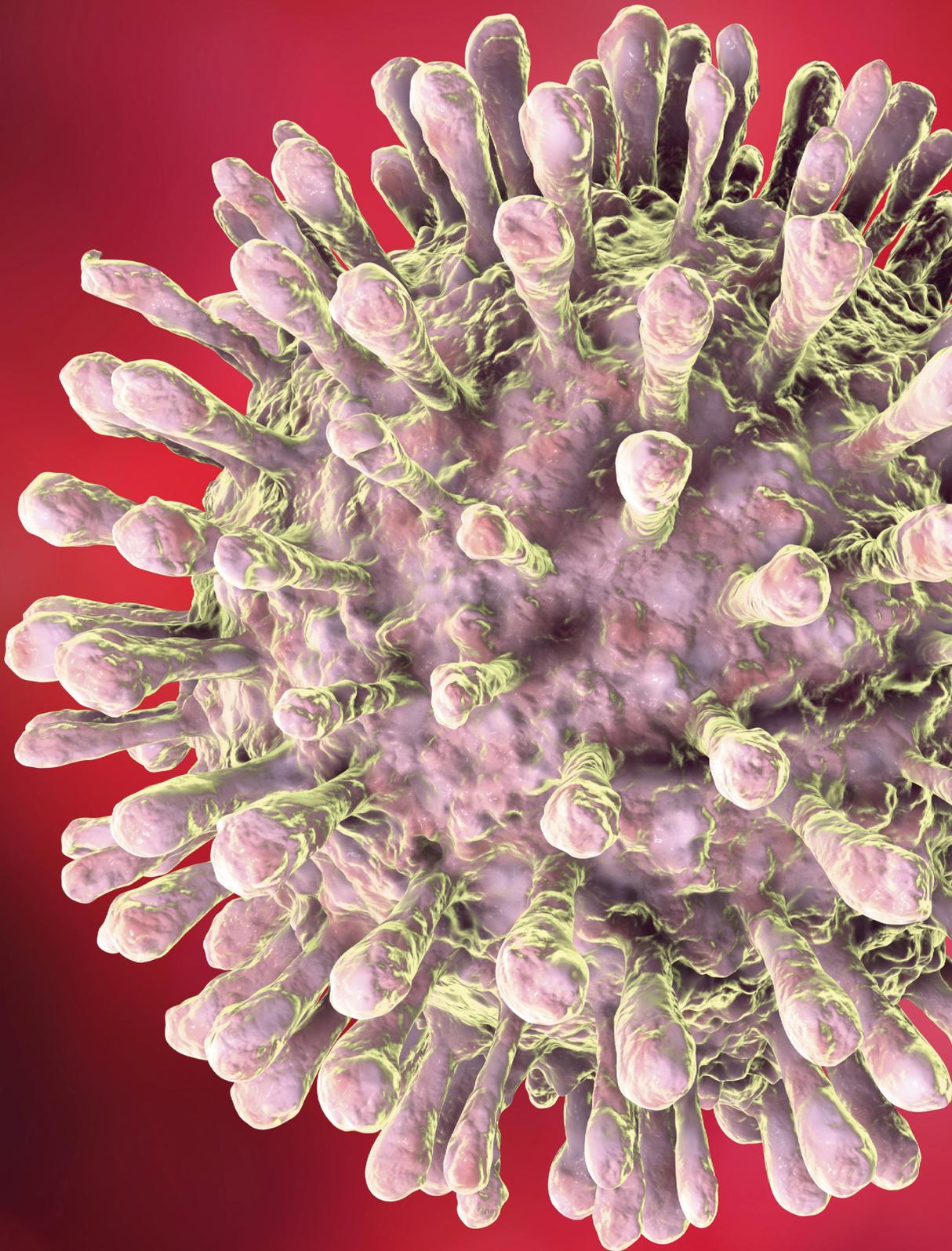


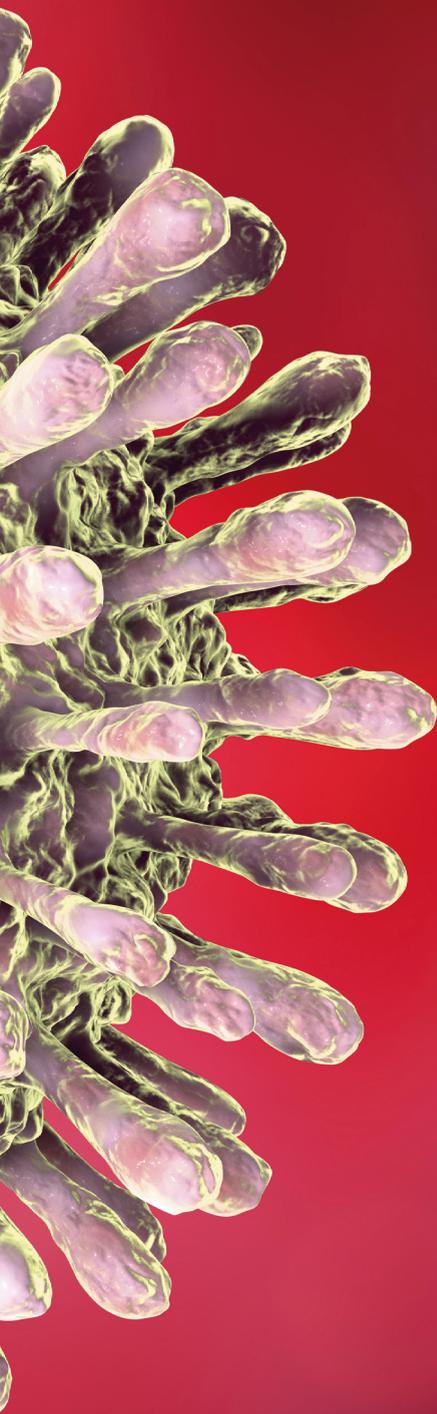
LIEBES
LEBEN

Es ist deins.
Schütze es.

HIV- und STI-Prävention in Deutschland.

Ein Überblick.





Ein damals unbekannter Erreger verändert die Welt

Es sind die frühen 1980er Jahre, als vier Buchstaben in weiten Teilen der Bevölkerung für Verunsicherung sorgen: AIDS wird binnen kürzester Zeit zu einem Thema, das alle bewegt. Bald darauf werden die ersten Maßnahmen zur Prävention umgesetzt.

Aus dem Notfallplan wird ein Markenzeichen

1987 entsteht aus zunächst verschiedenen Maßnahmen die Kampagne »GIB AIDS KEINE CHANCE« – eine der größten Präventionskampagnen Deutschlands, die dauerhafte Erfolge erzielen kann. Rund 90% der deutschen Bevölkerung ist die Kampagne bekannt – genauso wie die damit verbundene Kondombotschaft. Von Anfang an setzt die Kampagne auf die Verhinderung von HIV-Infektionen sowie auf ein Klima der Solidarität mit den Betroffenen. So wurde mit »GIB AIDS KEINE CHANCE« etwa auch die zielgruppenspezifische Arbeit der Deutschen AIDS-Hilfe (DAH) für die von HIV und AIDS hauptsächlich betroffenen und besonders gefährdeten Gruppen maßgeblich gefördert und ausgebaut.

Für Verliebte.



**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**



mach's mit.
machsmit.de

GIB AIDS
KEINE
CHANCE



Es ist deins.
Schütze es.

Aus »GIB AIDS KEINE CHANCE« wird »LIEBESLEBEN« - ein Erfolgsmodell entwickelt sich weiter

Im Laufe der Jahre spielen neben HIV/AIDS zunehmend auch andere sexuell übertragbare Infektionen (STI) eine größere Rolle. 2016 erfolgt daher ein großer Schritt: »GIB AIDS KEINE CHANCE« wird zu »LIEBESLEBEN«.

Mit »LIEBESLEBEN« wird ein neuer Absender für eine umfassende integrierte HIV- und STI-Prävention geschaffen. Unter dem neuen Dach »LIEBESLEBEN« bündelt sich somit eine Vielzahl von Maßnahmen, die auf unterschiedlichsten Kommunikationskanälen die Zielgruppen zeitgemäß ansprechen.

Diese Dokumentation bietet einen vielfältigen Überblick über die Entwicklung der Kampagne und verdeutlicht, welche Maßnahmen die neue Informationskampagne »LIEBESLEBEN« in sich vereint. Dabei gibt Kapitel 1 zunächst wichtige Hintergrundinformationen zur Verbreitung von HIV und anderen STI und betrachtet zudem den aktuellen Stand der medizinischen Forschung. Anschließend richtet sich der Blick auf die Entwicklung der HIV- und STI-Prävention in Deutschland - von ihren Anfängen bis hin zum Ausbau der integrierten HIV- und STI-Prävention. Das 3. Kapitel beleuchtet das Engagement der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) in der HIV- und STI-Prävention genauer und leitet über zur Kommunikationsstrategie der BZgA in Kapitel 4. Darin wird gleichfalls die Weiterentwicklung in den vergangenen drei Jahrzehnten nachgezeichnet: Wie wurde aus »GIB AIDS KEINE CHANCE« schließlich »LIEBESLEBEN«? Da eine erfolgreiche HIV- und STI-Prävention nur mit starken Partnern zu leisten ist, widmet sich Kapitel 5 der Zusammenarbeit auf nationaler und internationaler Ebene. Kapitel 6 gibt schließlich einen Ausblick und skizziert die wesentlichen Herausforderungen der aktuellen und zukünftigen Präventionsarbeit.

Inhalt

1 HIV und STI heute	10
1.1 HIV und STI weltweit	12
1.2 HIV und STI in Deutschland	14
1.3 Stand der medizinischen Forschung	19
2 HIV- und STI-Prävention in Deutschland	22
2.1 Die Anfänge der HIV/AIDS-Prävention in Deutschland	24
2.2 Der Ausbau zur integrierten HIV- und STI-Prävention	26
2.3 Von der Gesamtbevölkerung bis zur individuellen Ansprache: die Zielgruppen	28
3 Die Rolle der BZgA in der HIV- und STI-Prävention	32
3.1 Von der Erstinformation zur Präventionskampagne	34
3.2 Eine Kampagne mit mehreren Ebenen	36
3.3 Grundprinzipien und Phasen der Kommunikation	39
3.4 Kontinuierlich besser: Qualitätssicherung und Wirkungskontrolle	40
4 Die Kommunikationsstrategie der BZgA	42
4.1 1987 - 2015: Best of »GIB AIDS KEINE CHANCE«	53
4.2 Der Welt-AIDS-Tag	73
4.3 2016: Aus »GIB AIDS KEINE CHANCE« wird »LIEBESLEBEN«	80
5 Ein starkes Netzwerk	98
5.1 Zusammenarbeit auf staatlicher Ebene: Bundesländer, Robert Koch-Institut und Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit	100
5.2 Nah an den Zielgruppen: Deutsche AIDS-Hilfe und Deutsche AIDS-Stiftung	102
5.3 Kompetenz aus erster Hand: ärztliche Fachgesellschaften	104
5.4 Weltweit gemeinsam gegen HIV und STI: internationale Partner	106
5.5 Unterstützung, die viel bewegt: Public-private-Partnerships	110
5.6 Weltweit im Gespräch: Konferenzen und Kongresse	113
6 Prävention ist notwendig und lohnt sich - auch in Zukunft	114

1

HIV und STI heute

Rund 30 Jahre nach der Entdeckung von HIV ist die Welt auf einem guten Weg: In vielen Regionen sinken die HIV-Infektionsraten, der Zugang zur Behandlung hat sich in vielen Regionen verbessert und immer weniger Menschen sterben an den Folgen der Erkrankung. Hierzulande hat die erfolgreiche HIV-Prävention für eine der international niedrigsten Infektionsraten gesorgt. Dennoch bleiben HIV und AIDS auch in Deutschland eine gesellschaftliche Herausforderung. Gleichzeitig steigt die Verbreitung anderer sexuell übertragbarer Infektionen (STI). Chlamydien, Syphilis und Co. sind aktueller denn je - und das auch in Deutschland. Die Präventionsarbeit hierzulande steht derzeit also vor neuen Aufgaben.

1.1 HIV und STI weltweit

HIV - auch zukünftig eine globale Aufgabe

HIV/AIDS ist nach wie vor weltweit eine der größten Herausforderungen für die öffentliche Gesundheit, insbesondere in Ländern mit mittlerem oder niedrigem Wohlstandsniveau. Ende 2016 lebten nach Schätzungen von UNAIDS, dem gemeinsamen Programm der Vereinten Nationen zu HIV und AIDS, weltweit etwa 36,7 Millionen Menschen mit einer HIV-Infektion, davon 2,1 Millionen Kinder unter 15 Jahren.

Trotzdem ließen sich in den vergangenen Jahren durchaus positive Entwicklungen beobachten. Die Zahl der Neuinfektionen bleibt zwar insgesamt hoch, konnte aber über die Jahre gesenkt werden. 2016 gab es nach Angaben von UNAIDS etwa 1,8 Millionen HIV-Neuinfektionen - das ist der bisher niedrigste Wert im 21. Jahrhundert. Zum Vergleich: Im Jahr 2000 waren es noch 3,2 Millionen Neuinfektionen.

Insbesondere in Ost- und Südafrika, der am stärksten betroffenen Weltregion, konnten die Zahlen deutlich verringert werden. Diese Region bleibt aber mit 19,4 Millionen infizierten Menschen und einem Anteil von 43% an den weltweiten Neuinfektionen ein Schwerpunkt für die zukünftige HIV-Prävention.

Auch die Zahl der Todesfälle durch AIDS geht stetig zurück. Laut UNAIDS starben 2016 weltweit eine Million Menschen an den Folgen der Erkrankung, das sind 48% weniger als im Jahr 2005, dem Jahr mit den bisher meisten Todesfällen.

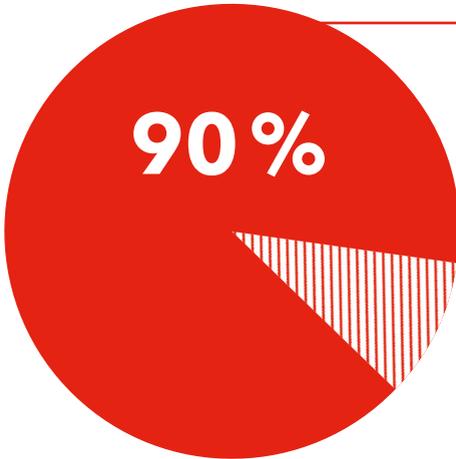
Diese positiven Ergebnisse sind auch eine Folge großer Fortschritte bei der medizinischen Versorgung mit antiretroviralen Therapien (ART). Obwohl das große Ziel, allen Betroffenen weltweit Zugang zu diesen Medikamenten zu gewähren, noch in weiter Ferne liegt, konnte die Zahl der mit Medikamenten versorgten Menschen deutlich gesteigert werden - von 7,5 Millionen im Jahr 2010 auf 20,9 Millionen im Juni 2017. Damit erhielten 2016 etwa 53% der HIV-Infizierten weltweit eine ART. Noch positiver sind die Zahlen für werdende Mütter mit HIV, von denen im Jahr 2016 76% eine ART erhielten. Durch diese Behandlung konnten Übertragungen in der Schwangerschaft, während der Geburt und über die Muttermilch beim Stillen weiter reduziert werden.

Ungeachtet aller positiven Entwicklungen zeigen die Zahlen jedoch auch, dass weiterhin großer Handlungsbedarf besteht. Etwa 30% der Menschen mit HIV wissen nichts von ihrer Infektion und den möglichen Folgen. Und knapp die Hälfte der Infizierten hat noch immer keinen Zugang zu medikamentösen Therapien. Insbesondere bei den Kindern und Jugendlichen bis 15 Jahre können bisher nur knapp die Hälfte (43%) der Betroffenen mit den lebensrettenden Medikamenten versorgt werden.

- ▶ Aktuelle Zahlen zu HIV und AIDS werden regelmäßig von UNAIDS veröffentlicht: www.unaids.org.

UNAIDS-Strategie 90-90-90 bis 2020

Bis zum Jahr 2020 sollen ...



- der Menschen mit HIV ihren Status kennen;
- der Menschen mit positivem Status eine medikamentöse Therapie erhalten;
- der therapierten Menschen sich unter der Nachweisgrenze befinden.

Quelle: UNAIDS, 2014. Slides (PPT) - Fast Track: Ending the AIDS epidemic by 2030/UNAIDS, 2016, AIDS by the numbers/UNAIDS, 2016, Factsheet 2016/UNAIDS, 2016, Global AIDS Update

STI - ein unterschätztes Risiko

Nach Berechnungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) stecken sich weltweit jeden Tag mehr als eine Million Menschen mit einer sexuell übertragbaren Infektion (STI) an. Allein bei den vier weitverbreitetsten STI wird die Zahl der jährlichen Neuinfektionen auf 357 Millionen geschätzt: Chlamydien (131 Millionen Fälle), Trichomonaden (143 Millionen), Gonorrhö/Trippler (78 Millionen) und Syphilis (5,6 Millionen). Dazu kommen geschätzte 500 Millionen Menschen, die mit Genital-Herpes (HSV) infiziert sind, und über 290 Millionen Frauen, die eine Humane-Papillomviren-Infektion (HPV) haben.

Die meisten der Betroffenen haben keine oder nur leichte Symptome, so dass STI zumeist nicht oder erst spät wahrgenommen werden. Dennoch - oder gerade deshalb - sind die Konsequenzen einer Infektion sehr weitreichend: Syphilis etwa verursacht

nach Schätzungen der WHO weltweit jedes Jahr 350.000 Totgeburten. Durch HPV entstehen jährlich 528.000 Fälle von Gebärmutterhalskrebs und 266.000 Todesfälle durch diese Krebsform. Und Infektionen mit Gonokokken sowie Chlamydien sind die Hauptursache für Unterleibsentzündungen und Unfruchtbarkeit bei Frauen. Um diesen Gefahren zu begegnen, spielt die Bekämpfung von STI rund um den Globus eine zunehmend wichtige Rolle.

- ▶ Aktuelle Zahlen zu STI werden regelmäßig von der WHO veröffentlicht: www.who.int. Für Europa stellt das Europäische Zentrum für die Prävention und die Kontrolle von Krankheiten (ECDC) ebenfalls Zahlen zur Verfügung: www.ecdc.eu.

1.2 HIV und STI in Deutschland

HIV - stabile Zahlen, kein Grund zur Entwarnung

Die Situation in Deutschland ist im weltweiten Vergleich, aber auch im Vergleich zu anderen westeuropäischen Ländern sehr gut. So lebten Ende 2016 nach Schätzungen des Robert Koch-Instituts in Deutschland etwa 88.400 Menschen mit einer HIV-Infektion.

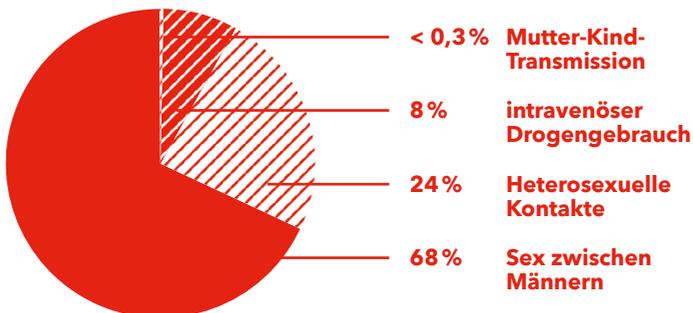
Die geschätzte Zahl der HIV-Neuinfektionen hat sich von den Spitzenwerten Mitte der 1980er Jahre bis zum Ende der 1990er Jahre in allen Altersgruppen deutlich reduziert. Nach einem zwischenzeitlichen Anstieg ist die Zahl der HIV-Neuinfektionen in Deutschland seit 2006 relativ stabil und liegt derzeit bei etwa 3.100 Fällen im Jahr.

Über 90% der Neuinfektionen in Deutschland gehen auf eine sexuelle Übertragung zurück. Vor allem Männer, die (auch) mit Männern Sex haben, sowie Menschen, die aus Ländern mit einer hohen HIV-Verbreitung stammen, und - in geringerem Ausmaß - Menschen, die Drogen gebrauchen und keinen Zugang zu sauberen Spritzen haben, sind von HIV betroffen. Nach Schätzungen infizieren sich etwas mehr als 20% über heterosexuelle Kontakte, also beim Geschlechtsverkehr zwischen Mann und Frau. Eine HIV-Übertragung von der Mutter auf ihr Kind kommt mittlerweile in Deutschland nur noch in Einzelfällen vor.

2016 starben 460 Menschen an den Folgen von HIV und AIDS, 2013 waren es noch 550 Menschen. Ein wesentlicher Faktor für diese Entwicklung ist mit Sicherheit der Anteil der Betroffenen unter antiretroviraler Therapie (ART), der 2016 in Deutschland bei etwa 86% lag.

Trotz der unbestreitbar großen Erfolge bleibt HIV ein wichtiges Thema in der Prävention, gerade auch mit Blick auf die nachwachsenden Generationen. Denn nur wenn Prävention und Aufklärung konsequent fortgeführt werden, kann die Zahl der Neuinfektionen dauerhaft gering gehalten und weiter gesenkt werden. Die stark verbesserten Möglichkeiten zur Behandlung haben HIV/AIDS in der Wahrnehmung der Bevölkerung von einer lebensgefährlichen Bedrohung zu einer chronischen, kontrollierbaren Erkrankung werden lassen. Mit einer gut eingestellten Therapie haben Menschen mit HIV eine ähnlich hohe Lebenserwartung wie Menschen ohne das Virus. Um die bisherigen Erfolge nicht zu gefährden und HIV/AIDS nachhaltig einzudämmen, ist aber ein fortgesetztes Engagement notwendig. Die Früherkennung von HIV-Infektionen und die Behandlung müssen dabei gestärkt werden; Präventionsmaßnahmen gilt es kontinuierlich umzusetzen. Wissenschaftliche Erkenntnisse, etwa zum erhöhten Infektionsrisiko, aber auch epidemiologische Hinweise stärken dabei den Ansatz, HIV nicht mehr isoliert, sondern im Zusammenhang mit anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) zu betrachten und entsprechende Maßnahmen zu planen.

Neuinfektionen 2016 - Verteilung nach Infektionsrisiko



Quelle: RKI 2017, Epidemiologisches Bulletin 47/2017

HIV und AIDS

Das »Human Immunodeficiency Virus« (HIV), übersetzt: »menschliches Immunschwäche-Virus«, befällt bestimmte Zellen (CD4-Zellen) des körpereigenen Immunsystems, deren Aufgabe es ist, mögliche Krankheitserreger zu erkennen. Zudem setzen diese Zellen Abläufe in Gang, durch die Bakterien oder Viren im Körper zerstört werden.

Eine unbehandelte HIV-Infektion schädigt das menschliche Abwehrsystem im Laufe der Zeit immer mehr. So können sich andere Erreger zunehmend ausbreiten und zu schweren Erkrankungen führen. Dieser Prozess dauert oft Jahre. Das Fortschreiten der HIV-Infektion lässt sich aber mit Medikamenten aufhalten. Heilbar ist eine HIV-Infektion bis heute jedoch nicht.

AIDS steht als Abkürzung für »Acquired Immune Deficiency Syndrome«. Im Deutschen redet man von einer erworbenen Schwäche des Immunsystems. Hiervon wird erst dann gesprochen, wenn nach einer HIV-Infektion für AIDS typische Krankheiten auftreten. Das können zum Beispiel eine bestimmte Form der Lungenentzündung oder andere schwere Infektionskrankheiten sein.

Bis HIV das Abwehrsystem so weit geschwächt hat, dass AIDS ausbricht, vergehen in der Regel mehrere Jahre. Durch die Einnahme von Medikamenten kann dieser Prozess jedoch in aller Regel gestoppt oder sogar rückgängig gemacht werden. Denn die Medikamente, die in antiretroviralen Therapien (ART) eingesetzt werden, unterdrücken auf verschiedene Weise die Vermehrung der HI-Viren im Körper, so dass die Infektion nicht fortschreitet und das Virus nach einiger Zeit im Blut sogar meist nicht mehr nachweisbar ist. Allerdings müssen die Medikamente für den Rest des Lebens eingenommen werden, denn vollständig heilen können sie die HIV-Infektion nicht.

STI - aktueller denn je

Die Infektionsraten anderer sexuell übertragbarer Infektionen (STI) sind in den vergangenen Jahren stark angestiegen; Erkrankungen, von denen man glaubte, sie seien quasi besiegt, kehrten nach Mitteleuropa zurück. So hat sich in Deutschland zum Beispiel die Zahl der Syphilis-Fälle in den Jahren von 2000 bis 2013 etwas mehr als verdoppelt.

STI - was ist das?

Beim Sex kann man sich nicht nur mit HIV, sondern auch mit anderen Krankheiten anstecken. Diese nennt man sexuell übertragbare Infektionen, kurz: STI (englisch »Sexually Transmitted Infection«). Früher wurden sie oft auch ungenau als »Geschlechtskrankheiten« bezeichnet. Zu ihnen gehören etwa Syphilis, Hepatitis oder Chlamydien.

STI sind Infektionskrankheiten wie andere auch. Und so wie jeder Mensch eine Grippe oder einen Schnupfen bekommen kann, kann sich auch jeder Mensch mit Bakterien, Viren oder Parasiten anstecken, die eine STI hervorrufen. Beim Sex werden diese Erreger zum Teil sehr leicht übertragen.

Weltweit gibt es mehr als 30 verschiedene STI. Manche von ihnen sind unangenehm, jedoch weitgehend harmlos. Andere hingegen können sogar lebensbedrohlich sein. Wenn STI aber frühzeitig erkannt werden, lassen sie sich in der Regel gut behandeln - auch wenn (noch) nicht alle vollständig heilbar sind.

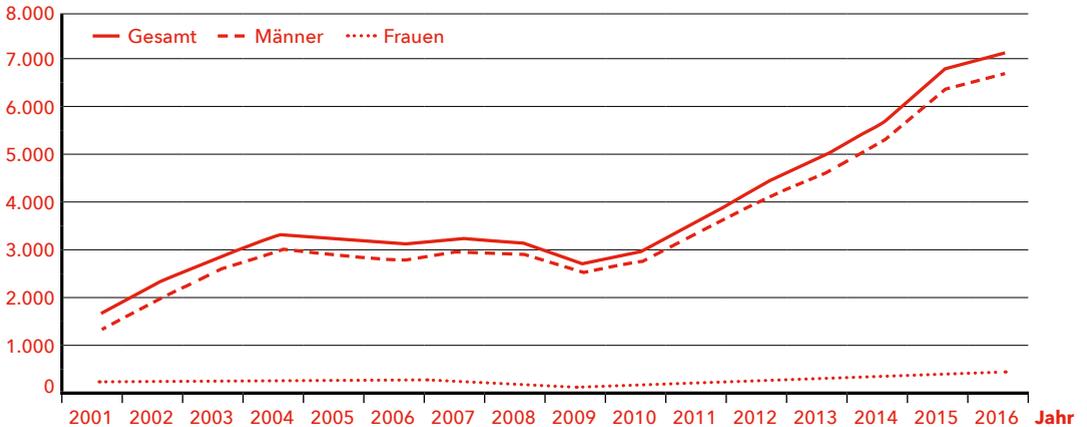
Die Verbreitung lässt sich für STI, für die eine gesetzliche Meldepflicht in Deutschland besteht, gut nachvollziehen. Die Art der Meldepflicht richtet sich dabei nach dem Erreger:

- Für Hepatitis A, Hepatitis B und Hepatitis C gibt es eine namentliche Meldepflicht. Erkrankte Personen werden mit Name und Adresse beim örtlichen Gesundheitsamt registriert.
- Für HIV und Syphilis gibt es eine Pflicht zur anonymen Meldung. Das jeweilige Labor, das einen positiven Nachweis für HIV oder Syphilis erbringt, muss dieses Testergebnis an das Robert Koch-Institut melden.

Ergänzend dazu werden epidemiologische Studien durchgeführt, die die Verbreitung nichtmeldepflichtiger STI erfassen. Einen Überblick dazu finden Sie unter **www.rki.de**.

Starker Anstieg bei Syphilis seit 2010

Fälle



Quelle: Syphilis in Deutschland: Anzahl der gemeldeten Fälle nach Geschlecht und Jahr der Diagnose, IfSG-Meldezahlen 2001 - 2016

Informationsstand zu STI

Während die Bevölkerung über HIV gut informiert ist, ist zu anderen STI kaum Wissen vorhanden. So sind häufig vorkommende STI wie die Chlamydien-Infektion nur 14 % der Befragten bekannt.

Syphilis



Gonorrhö



Chlamydien



Hepatitis



Herpes



Feigwarzen



Trichomoniasis



Quelle: Antworten von Menschen ab 16 Jahren auf die Frage: »Einmal abgesehen von HIV/AIDS, welche weiteren sexuell übertragbaren Infektionen kennen Sie?« (Ungestützt, Stand: 2017.) Zahlen aus der BZgA-Befragung zu »AIDS im öffentlichen Bewusstsein« aus dem Jahr 2016.

STI und HIV - eine gefährliche Wechselwirkung

Viele sexuell übertragbare Infektionen (STI) sind nicht nur unangenehm und verursachen Schmerzen - sie erhöhen oft auch das Risiko, sich bei ungeschütztem Sex mit HIV anzustecken. Das nennt man »Huckepack-Infektion« und funktioniert leider auch umgekehrt: Wenn man HIV-positiv ist und sich zusätzlich mit einer anderen STI angesteckt hat, dann kann das unter Umständen das Risiko erhöhen, dass HIV bei ungeschütztem Sex weitergegeben wird. Hinter dieser Wechselwirkung stecken im Wesentlichen zwei Gründe:

Zum einen führen viele STI zu Entzündungen, Reizungen und Verletzungen gerade auf den Schleimhäuten. Diese bleiben zwar oft unbemerkt, sie bilden jedoch einen Weg, über den HIV leichter aufgenommen werden kann. Aufgrund jener Reizungen wandern außerdem verstärkt Immunzellen in die betroffenen Schleimhäute. Dadurch wird eine Aufnahme von HIV wahrscheinlicher, denn das Virus befällt die körpereigenen Abwehrkräfte. Nach Schätzungen der WHO verdreifacht sich auf diese Weise das Risiko für eine Ansteckung mit HIV bei ungeschütztem Sex.

Zum anderen können STI auch das Risiko einer HIV-Übertragung erhöhen. Denn wenn man HIV-positiv ist und noch keine antiretrovirale Therapie (ART) bekommt, dann können solche Belastungen des Immunsystems zu einer Vermehrung der HI-Viren im Körper führen. Dadurch steigt das Risiko einer Weitergabe von HIV. Dies gilt insbesondere für systemische STI, wie zum Beispiel Syphilis, da hier die HIV-Konzentration im Blut, aber auch in Sperma und Vaginalflüssigkeit deutlich steigt.

1.3 Stand der medizinischen Forschung

Auf der Suche nach einem Mittel gegen HIV

In den 1980er Jahren war man sicher, binnen weniger Jahre einen Impfstoff gegen HIV sowie Heilungsmethoden entwickeln zu können. Trotz umfangreicher Forschungen auf diesem Gebiet und einiger Fortschritte hat sich dieser Wunsch bis heute allerdings nicht erfüllt. Und es ist auch nicht damit zu rechnen, dass es in absehbarer Zeit gelingt, sämtliche HI-Viren aus dem Körper zu entfernen, die Infektion also zu heilen.

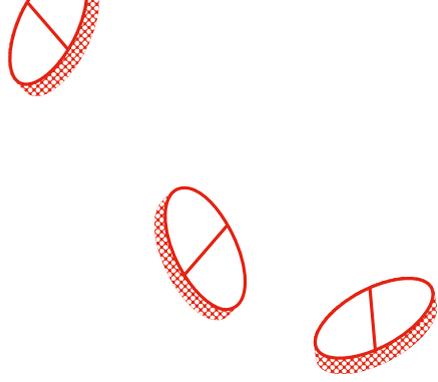
Große Erfolge konnte die Forschung hingegen bei der Entwicklung von Wirkstoffen erzielen, die die Vermehrung von HIV im Körper unterdrücken. Aktuell sind mehr als 20 Wirkstoffe verfügbar, die in Kombination eingesetzt die Viruslast senken und so ein langes Leben mit HIV ermöglichen. Zahlreiche neue Substanzen sind in der klinischen Erprobung.

Dabei geht es auch darum, die Nebenwirkungen und die Kosten der Therapie zu verringern, die Einnahme weiter zu vereinfachen und die Bildung von Resistenzen zu verhindern.

Die Einnahme von antiretroviralen Medikamenten zur HIV-Prävention rückt seit einigen Jahren verstärkt in den Fokus, etwa wenn es um den »Treatment as Prevention«-Ansatz oder um eine Präexpositionsprophylaxe (PrEP) geht. Strukturelle und verhaltensändernde Maßnahmen, wie zum Beispiel schulische Aufklärungsarbeit und Safer Sex, sind jedoch weiterhin von großer Bedeutung. Denn erst die Kombination der verschiedenen Präventionsansätze - biomedizinische, strukturelle und verhaltensbasierte Zugänge - bildet den Schlüssel zum Erfolg (UNAIDS 2010: Combination HIV Prevention).

Therapie als Prävention (»Treatment as Prevention«)

Eine stabile und erfolgreiche HIV-Therapie - auch antiretrovirale Therapie (ART) genannt - unterdrückt die Vermehrung des HI-Virus im Körper wirkungsvoll und senkt die Zahl infizierter Zellen in den Körperflüssigkeiten und Schleimhäuten. Nach einiger Zeit ist HIV im Blut sogar meist nicht mehr nachweisbar. Dies senkt auch das Übertragungsrisiko für andere Menschen: Sofern die Viruslast seit mindestens einem halben Jahr unter der Nachweisgrenze liegt und die HIV-Medikamente regelmäßig eingenommen werden, ist eine Ansteckung beim ungeschützten Sex mit einem Menschen, der HIV hat, äußerst unwahrscheinlich.



Die PrEP - ein weiterer Baustein in der HIV-Prävention

Während durch Impfungen gegen Hepatitis A, Hepatitis B und HPV eine Ansteckung mit diesen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) im Vorhinein verhindert werden kann, stellt sich die Entwicklung von Impfstoffen gegen HIV als weitaus schwieriger dar. Grund hierfür ist vor allem die Mutationsrate des Virus und sein Vorkommen in verschiedenen Formen. Bisher ist es somit nicht gelungen, einen wirksamen Impfschutz zu entwickeln, der den Kondomgebrauch ergänzen kann. Allerdings stellt zumindest die sogenannte Präexpositionsprophylaxe, kurz: PrEP, mittlerweile eine vorbeugende Maßnahme dar, die die Wahrscheinlichkeit einer Ansteckung mit HIV im Vorhinein bereits deutlich reduziert.

Für eine PrEP nehmen HIV-negative Menschen mit einem besonders hohen Ansteckungsrisiko ein HIV-Medikament ein. Bei korrekter Einnahme schützt die PrEP in hohem Maße - jedoch nicht zu 100% - vor einer HIV-Infektion. Allerdings kann sie teils ernste Nebenwirkungen auslösen, die jedoch oft nicht gleich spürbar sind. Daher sollte die PrEP nur unter ärztlicher Betreuung erfolgen. Im Unterschied zu Kondomen schützt eine PrEP nicht vor anderen STI. Deshalb sollten Kondome auch bei der PrEP weiterhin benutzt werden. Dennoch bietet die PrEP für Menschen mit besonders hohem HIV-Risiko eine Option zum Schutz vor HIV.



Verbesserungen in der STI-Diagnostik

Während HIV nach wie vor nicht heilbar ist, stellen andere sexuell übertragbare Infektionen (STI) weniger bei ihrer Behandlung, als vielmehr bei ihrer Diagnose ein Problem dar. Wenngleich etwa Syphilis mit Penicillin behandelt werden kann, bei Hepatitis C wesentliche Fortschritte in der Therapie erzielt wurden und auch die Gonorrhö - trotz internationaler Fälle von Resistenzbildung - in Deutschland bislang gut behandelbar ist, so setzt all dies doch eines voraus: die richtige Diagnose. Und genau diese stellt eine Herausforderung dar.

Viele STI rufen zunächst keine oder nur leichte Symptome hervor, so dass kein Arztbesuch nötig erscheint; mitunter verlieren sich auch anfängliche Krankheitsanzeichen, noch bevor eine ärztliche Abklärung erfolgt. Doch selbst wenn bei Verdacht auf eine STI ein Arzt aufgesucht wird, so bedeutet dies nicht automatisch, dass die »richtigen« Fragen gestellt werden, dass die ärztliche Diagnostik auch STI in Betracht zieht. Daher bedarf es auf der einen Seite einer Sensibilisierung der Bevölkerung, auf der anderen Seite jedoch auch einer Sensibilisierung von Ärztinnen und Ärzten, damit sie eine solche Prävention in ihrer Praxis leisten können.

In Anbetracht dieser Spannungslage stellen medizinische Fortschritte in der Diagnostik einen wesentlichen Beitrag dar. Durch immer feiner werdende Verfahren zur Erkennung, aber auch durch eine Verbesserung der Vorsorgeleistungen, etwa das kostenlose Chlamydien-Screening für sexuell aktive junge Frauen unter 25 Jahren, wird die frühzeitige Behandlung von STI gefördert, so dass Folgeschäden seltener auftreten. Diese Fortschritte bedürfen allerdings einer kontinuierlichen Kommunikation, die die Ärzteschaft bei der Umsetzung solcher Diagnoseverfahren unterstützt und nicht zuletzt auch die Bereitschaft der Bevölkerung zur Wahrnehmung solcher Angebote fördert.



HIV- und STI- Prävention in Deutschland

Seit über 30 Jahren werden in Deutschland Maßnahmen zur Prävention von HIV und AIDS durchgeführt. Aus dem ursprünglichen Notfallplan gegen eine unbekannte Erkrankung Mitte der 1980er Jahre ist bis heute eine differenzierte Gesamtstrategie erwachsen, die die Bedürfnisse verschiedenster Zielgruppen berücksichtigt. Die seit 2016 geltende Strategie der Bundesregierung kombiniert erstmals die Prävention von HIV mit der anderer sexuell übertragbarer Infektionen und trägt so aktuellen Herausforderungen Rechnung.

2.1 Die Anfänge der HIV/AIDS-Prävention in Deutschland

Anfang der 1980er Jahre wurden die ersten Fälle von AIDS festgestellt. Über Herkunft und Ausbreitung der tödlichen Immunschwächekrankheit war zu diesem Zeitpunkt nur wenig bekannt. Forscher befassten sich zwar bereits mit HIV und AIDS, verlässliche wissenschaftliche Studien existierten aber noch nicht. Daher löste das Thema Panik und Hysterie aus - auch in Deutschland. Vor diesem Hintergrund war eine klare Strategie gefragt, um einer Ausbreitung der Infektion vorzubeugen.

Angesichts der zunächst unsicheren Faktenlage erarbeitete die BZgA, zusammen mit nationalen und internationalen Expertinnen und Experten, verlässliche Grundlagen für eine bundesweite AIDS-Prävention. Zu diesem Zeitpunkt standen sich zwei verschiedene Grundkonzepte in der Diskussion gegenüber: einerseits die Strategie der Seuchenbekämpfung, andererseits die Strategie des gesellschaftlichen Lernens.

Das Prinzip der Seuchenbekämpfung basiert im Kern darauf, dass »Infektionsquellen« ausfindig gemacht und »Infektionsketten« unterbrochen werden. Das bedeutet unter anderem Reihentestungen und die Isolation von Infizierten.

Die gesellschaftliche Lernstrategie setzt auf einen grundsätzlich anderen Weg: Sie vertraut auf einen nachhaltigen Lernprozess, in den die gesamte

Bevölkerung und die relevanten Zielgruppen einbezogen werden. Alle werden aufgeklärt, zum Selbstschutz motiviert und gleichzeitig zur Solidarität mit Betroffenen aufgefordert. Persönliche Beratung und Versorgung sind ein weiterer wichtiger Baustein dieses Ansatzes.

Nach einer breiten gesellschaftlichen Debatte, die anfangs durchaus kontrovers geführt wurde, konnten sich die Befürworterinnen und Befürworter des »gesellschaftlichen Lernens« durchsetzen. Hier ist insbesondere das Engagement von Professor Dr. Rita Süßmuth zu nennen, die zur damaligen Zeit Bundesgesundheitsministerin war. Auf dieser gesundheits- und sozialwissenschaftlichen Basis wurde in Deutschland die HIV/AIDS-Prävention aufgebaut. Im Zentrum aller Maßnahmen stand von Beginn an ein klarer Grundsatz: Prävention ist nur möglich, wenn Menschen, die von HIV betroffen oder besonders gefährdet sind, gesellschaftlich integriert und auch Teil der Präventionsbewegung sind. Aus diesem Grund ist die enge Zusammenarbeit zwischen staatlichen und nicht-staatlichen Akteurinnen und Akteuren ein wichtiges Element der deutschen Präventionsstrategie.



LASST MICH NICHT ALLEIN

Niemand darf mit Aids allein gelassen werden. Denn Aids geht uns alle an, weil immer mehr Menschen davon betroffen sind. Als Infizierte, Erkrankte, Angehörige und Freunde. Wichtig ist jetzt Verständnis und Unterstützung für Menschen, die an einer bisher unheilbaren Krankheit leiden. Wenden Sie sich bitte an Ihren Arzt, die Beratungsstellen und das Gesundheitsamt, wenn Sie Rat und Hilfe brauchen.

GIB AIDS KEINE CHANCE

Aids-Telefon, Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
☎ 02 21 / 89 20 31

Die Bundesgesundheitsministerin

Eine der ersten Anzeigen der Kampagne »GIB AIDS KEINE CHANCE«, 1987

Mit dem »Sofortprogramm zur Bekämpfung von AIDS« in den 1980er Jahren, der »HIV/AIDS-Bekämpfungsstrategie« von 2005 und dem »Aktionsplan zur Umsetzung der HIV/AIDS-Bekämpfungsstrategie« von 2007 hat die Bundesregierung wichtige Grundlagen geschaffen, um die HIV-Infektionen in Deutschland auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau zu halten. Heute können HIV-Infektionen durch die Fortschritte der medikamentösen Therapie als chronische Erkrankung betrachtet werden. Bei rechtzeitigem Therapiebeginn haben sie kaum negative Auswirkungen auf die Lebenserwartung und die Fähigkeit, am beruflichen und gesellschaftlichen Leben teilzunehmen.

Die Investition in wirkungsvolle Präventionsarbeit ist sinnvoll: Durch die Verhinderung von Neuinfektionen wird das Gesundheitssystem von erheblichen Kosten entlastet.

2.2 Der Ausbau zur integrierten HIV- und STI-Prävention

Der medizinische Fortschritt, der Wandel in der öffentlichen Wahrnehmung von HIV und AIDS sowie der Anstieg anderer sexuell übertragbarer Infektionen (STI) haben in den vergangenen Jahren dazu geführt, dass die nationale Präventionsstrategie Schritt für Schritt neu ausgerichtet wurde. In die Weiterentwicklungen der Strategie sind die langjährigen Erfahrungen der BZgA in der HIV/AIDS-Prävention eingeflossen.

Mit der neuen »Strategie zur Eindämmung von HIV, Hepatitis B und C und anderen sexuell übertragbaren Infektionen« wird verstärkt dem globalen Ziel Rechnung getragen, das die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen gesetzt hat. Damit soll bis 2030 eine Eindämmung von AIDS erreicht werden, indem verhindert wird, dass Menschen infolge einer HIV-Infektion an AIDS erkranken und daran sterben. Auch sollen die verschiedenen Formen der Hepatitis und andere übertragbare Infektionen wirksam bekämpft werden.



Broschüre »Strategie zur Eindämmung von HIV, Hepatitis B und C und anderen sexuell übertragbaren Infektionen« des Bundesministeriums für Gesundheit, 2016

Die aktuelle Strategie wurde im April 2016 gemeinsam von dem Bundesministerium für Gesundheit und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung veröffentlicht. Sie zeichnet sich dadurch aus, dass sie bedarfsorientiert, integriert und sektorübergreifend ausgerichtet ist. Insbesondere der konsequent integrierte Ansatz kann als wegweisend bezeichnet werden: Einerseits werden die Gemeinsamkeiten von HIV, Hepatitis B und C und anderen sexuell übertragbaren Infektionen genutzt, um diese Infektionen wirkungsvoll und nachhaltig einzudämmen. Andererseits wird aber den spezifischen Anforderungen einzelner Infektionskrankheiten Rechnung getragen.

Durch die Verhinderung schwerer gesundheitlicher Folgeerkrankungen kann die Gesundheit der Bevölkerung verbessert und zu einer Senkung der Gesundheitsausgaben beigetragen werden.

Die Strategie zielt darauf ab,

- **die Kommunikation über Sexualität und sexuell übertragbare Infektionen durch ein gesellschaftliches Klima zu fördern, das von Akzeptanz für sexuelle Orientierungen und unterschiedliche Lebensstile geprägt ist, unterschiedliche Sexualpraktiken nicht tabuisiert und betroffene Menschen nicht ausgrenzt;**
- **bedarfsgerechte Angebote weiter auszubauen, um unterschiedliche Lebenssituationen zu berücksichtigen und dabei den besonders betroffenen Gruppen und den sehr unterschiedlichen regionalen Gegebenheiten gerecht zu werden;**
- **integrierte Angebote zu entwickeln, die die verschiedenen Erreger berücksichtigen, sowie aufeinander abgestimmte Präventions-, Test- und Versorgungsangebote bereitzustellen, um Übertragungen und Koinfektionen zu verhindern und eine frühzeitige Behandlung von Infektionen zu ermöglichen;**
- **sektorübergreifend Akteurinnen und Akteure im Sinne einer abgestimmten Zusammenarbeit miteinander zu vernetzen, um Menschen in ihren jeweiligen Lebenswelten zu erreichen;**
- **aktuelle Daten als Grundlage für die Planung und Umsetzung von Präventions-, Test- und Behandlungsmaßnahmen zu gewinnen und die Wissensgrundlagen weiter auszubauen.**

2.3 Von der Gesamtbevölkerung bis zur individuellen Ansprache: die Zielgruppen

Schon seit den 1980er Jahren prägt die gesamtgesellschaftliche Ansprache von teilweise sehr unterschiedlichen Zielgruppen den besonderen Charakter der HIV/AIDS-Prävention in Deutschland. Im Sinne einer wirkungsvollen Eindämmung von Infektionen wird auf übergeordneter Ebene eine möglichst weite Verbreitung des Wissens angestrebt und gleichzeitig versucht, einzelne Gruppen mit besonderen Risiken möglichst gezielt und individuell anzusprechen. Mit der Erweiterung der HIV/AIDS- zur integrierten HIV- und STI-Prävention ist auch die Zahl der spezifischen Zielgruppen gewachsen.

Um den verschiedenen Zielgruppen und Zielsetzungen Rechnung zu tragen, verfolgt die HIV- und STI-Prävention in Deutschland eine modular aufgebaute Gesamtstrategie. Je nach Zielgruppe und Komplexität der entsprechenden Botschaft kommt dabei der passende Kommunikationskanal zum Einsatz - von der großen, bundesweit sichtbaren Plakatkampagne der BZgA bis zum persönlichen Beratungsgespräch bei Ärztin oder Arzt. Ein zentraler Erfolgsfaktor ist dabei die Arbeitsteilung zwischen staatlichen und nichtstaatlichen Organisationen, die es ermöglicht, mit unterschiedlichen Absendern den Zugang auch zu schwer erreichbaren Zielgruppen zu finden.

Seit Beginn der HIV-Prävention in Deutschland ist neben dem öffentlichen Gesundheitsdienst (ÖGD) die Deutsche AIDS-Hilfe (DAH) ein wesentlicher Partner für die BZgA. Die DAH fungiert als Dachverband für lokale AIDS- und Drogenhilfen, Präventionsprojekte, Schwulen- und Lesbenzentren, Wohn- und Pflegeprojekte. Schon frühzeitig wurden die Weichen für eine Arbeitsteilung zwischen den beiden Organisationen gestellt. In dieser Arbeitsteilung ist die BZgA für die Ansprache der gesamten Bevölkerung sowie zentraler Zielgruppen verantwortlich. Die Aktivitäten der DAH richten sich an die hauptsächlich von HIV betroffenen und besonders gefährdeten Gruppen. Da die DAH aus ihren Zielgruppen heraus entstanden ist und mit ihnen eng zusammenarbeitet, ist sie ein besonders glaubwürdiger Absender von Präventionsangeboten für diese Gruppen. Die Arbeit der DAH wird im Rahmen von Zuwendungen mit staatlichen Mitteln finanziert und die BZgA und die DAH stehen in engem fachlichem Austausch bei der Entwicklung, Konzeption und Qualitätssicherung von Maßnahmen.

Die in der HIV-Prävention etablierte arbeitsteilige Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen wird auch mit der integrierten HIV- und STI-Prävention fortgesetzt. Durch die Erweiterung auf andere sexuell übertragbare Infektionen sind neben der Deutschen AIDS-Gesellschaft e.V. (DAIG) und der Deutschen Arbeitsgemeinschaft niedergelassener Ärzte in der Versorgung HIV-Infizierter e.V. (dagnä) weitere Kooperationspartner, wie zum Beispiel die Deutsche STI-Gesellschaft (DSTIG) und andere medizinische Fachgesellschaften, hinzugekommen.

Ansprache der Gesamtbevölkerung

Kernelement der Prävention in Deutschland ist die flächendeckende Ansprache der Gesamtbevölkerung, die von der BZgA verantwortet und gesteuert wird. Durch die breite Ansprache wird die Basis für eine Sicherung des Wissensstands zu HIV und des Schutzverhaltens auf hohem Niveau geschaffen. Gleichzeitig ist die Aufklärung auch von Bedeutung, um Ängsten gegenüber Menschen mit HIV und deren Ausgrenzung vorzubeugen. Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt ist der Aufbau von Basiswissen zu anderen sexuell übertragbaren Infektionen.

Fokus auf spezifische Gruppen

Auf Grundlage der nationalen »Strategie zur Eindämmung von HIV, Hepatitis B und C und anderen sexuell übertragbaren Infektionen« konzentrieren sich vertiefende Präventionsmaßnahmen vor allem auf besonders gefährdete Bevölkerungsgruppen

und solche, die eine gezielte Ansprache erfordern. Hierzu gehören unter anderem:

Jugendliche

Die nachkommenden Generationen müssen kontinuierlich mit aktuellen Informationen versorgt werden, um den Wissensstand zu HIV und anderen STI nachhaltig aufzubauen. Mithilfe frei zugänglicher Aufklärungsmaterialien, gezielter Angebote im Bereich der sozialen Medien sowie qualitativ hochwertiger Sexuaufklärung in den Schulen sollen junge Menschen an einen verantwortungsvollen Umgang mit Sexualität herangeführt werden. Dabei geht es natürlich um das Wissen über HIV und andere STI, aber auch um mögliche Schutzmaßnahmen, wie zum Beispiel die Kondomverwendung. Auch die Information über spezielle Untersuchungsangebote, wie das Chlamydien-Screening, spielt hier eine Rolle. Wo eine mögliche Infektion früh entdeckt wird, kann sie behandelt und können damit Spätfolgen vermieden werden. Die Entwicklung von Materialien und Projekten zur Ansprache Jugendlicher ist ein wesentlicher Arbeitsschwerpunkt der BZgA. Die persönliche Ansprache der Jugendlichen vor Ort erfolgt durch spezielle Projekte der BZgA ebenso wie durch regionale Beratungsstellen, lokale AIDS-Hilfen und andere Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die häufig Materialien der BZgA für ihre Arbeit nutzen.

Die Ansprache der Gruppe der jungen Mädchen erfolgt indirekt: Für sie ist der Schutz vor Gebärmutterhalskrebs durch eine frühzeitige HPV-Impfung essenziell. Die Ständige Impfkommission (STIKO) hat 2014 das empfohlene Impfalter für junge Mädchen noch einmal abgesenkt, um die vollständige Impfung vor dem ersten Sex sicherzustellen. Nun

gilt es, Eltern sowie Ärztinnen und Ärzte für das Thema zu sensibilisieren, um die Impfquote zu erhöhen. Die Ansprache dieser Zielgruppen erfolgt über Angebote, die die BZgA gemeinsam mit ärztlichen Fachgesellschaften entwickelt.

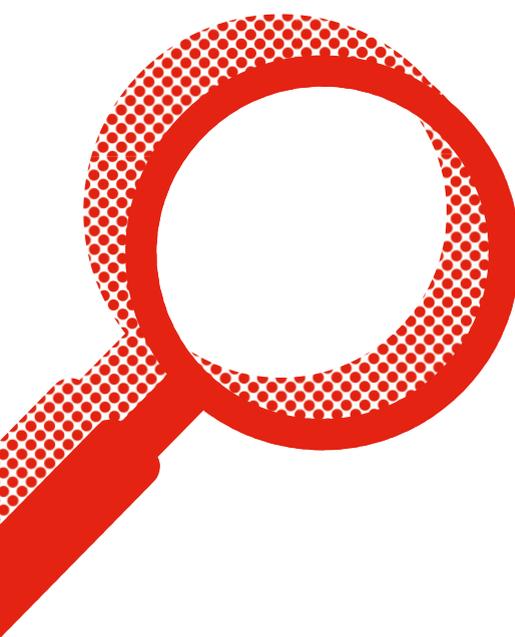
Schwule Männer und andere Männer, die Sex mit Männern haben

In Deutschland gehören Männer, die Sex mit Männern haben (MSM), zu den epidemiologisch besonders stark von HIV und einigen anderen STI betroffenen Gruppen. Die Ansprache dieser Zielgruppe erfolgt sowohl über grundlegende Informationsmaßnahmen der BZgA als auch über spezifische Präventionsmaßnahmen der Deutschen AIDS-Hilfe.

Die Deutsche AIDS-Hilfe sowie die regionalen AIDS-Hilfen und Schwulenberatungsstellen gehen mit spezifischen Informations- und Wissensportalen, Beratungs- und Testangeboten auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe ein. Dabei werden auch Aspekte wie die gewachsene Bedeutung von Dating-Portalen und -Apps oder der Konsum von Partydrogen berücksichtigt. Damit wird auf eine Steigerung der Testbereitschaft, eine Erhöhung der Impfquote zu Hepatitis B sowie den Aufbau eines selbstverantwortlichen Schutzverhaltens bei Männern, die Sex mit Männern haben, hingearbeitet.

Menschen mit injizierendem Drogengebrauch

Bei Menschen mit injizierendem Drogengebrauch soll insbesondere das Wissen über Hepatitis B und C verbessert werden. So können Infektionsrisiken durch den Konsum von Drogen, aber auch durch sexuelle Übertragung verringert werden. Die Behandlungsraten von Hepatitis B, C und HIV sowie die Impfquote zu Hepatitis B sollen in dieser Zielgruppe erhöht werden. Um dies zu erreichen, sollen die Angebote für die Hepatitis-B-Impfung und die Hepatitis-C-Testung besser in das Leistungsportfolio der Suchtmedizinerinnen und -mediziner integriert werden. Ergänzend wird es auch zukünftig regionalspezifische, niedrighschwellige Präventions-, Test- und Versorgungsangebote, etwa in Drogenhilfe-



einrichtungen, geben. BZgA und DAH arbeiten in diesem Feld eng zusammen und bringen ihre jeweilige Expertise ein, beispielsweise bei der Entwicklung von verschiedenen Informationsmaterialien für die ärztliche Praxis. Erstellt werden Materialien für Ärztinnen und Ärzte sowie für Patientinnen und Patienten.

Sexarbeiterinnen und Sexarbeiter

Für Sexarbeiterinnen und Sexarbeiter werden vor allem durch den Öffentlichen Gesundheitsdienst (ÖGD) und freie Träger spezifische niedrigschwellige und anonyme Beratungen, STI-Diagnostik und ärztliche Versorgung und Behandlung angeboten.

Diese Angebote tragen zu einem guten Wissensstand bezüglich STI und Schutzmaßnahmen bei. Junge Sexarbeiterinnen und Sexarbeiter, meist in sozialen Notlagen und mit wenig Erfahrung, haben dagegen nach wie vor Bedarf an Präventionsmaßnahmen. Neben dem bedarfsorientierten Ausbau niedrigschwelliger Beratungs-, Untersuchungs- und Behandlungsangebote sind hier insbesondere Maßnahmen zur sozialen Unterstützung (vor allem Zugang zu medizinischer Versorgung, Überwindung von Sprachbarrieren) gefragt.

Migrantinnen und Migranten

Menschen kommen aus unterschiedlichen Gründen nach Deutschland. Die Ursachen reichen von wirtschaftlichen, sozialen und individuellen Motiven bis hin zur Flucht aufgrund von Krieg und politischer und religiöser Verfolgung.

Da in vielen Herkunftsländern der Zugang zu Wissen im Bereich HIV/AIDS und anderer sexuell übertragbarer Infektionen eingeschränkt ist, haben viele Menschen, die neu nach Deutschland kommen, hier einen besonderen Bedarf an Information, Beratung und Versorgung, etwa Heiratsmigrantinnen und -migranten aus der Türkei, EU-Binnenmigrantinnen und -migranten aus Rumänien oder Bulgarien sowie viele Menschen, die im Kontext von Flucht in den vergangenen Jahren neu nach Deutschland gekommen sind, wie beispielsweise Asylsuchende aus Subsahara-Afrika.

Migrantinnen und Migranten unterscheiden sich in vielfältiger Weise, etwa durch ihre Herkunft, in Bezug auf Bildung, Sozialstatus und ihre individuellen Werte, wie beispielsweise die Bindung an Religion und Traditionen. Entsprechend vielfältig sind die kommunikativen Anforderungen, um sie erreichen zu können. Einerseits wünschen sich gut integrierte, Deutsch sprechende Menschen mit Migrationshintergrund, eben gerade nicht gesondert angesprochen zu werden. Auf der anderen Seite ist für Neuankömmlinge und Menschen mit geringen Sprach- und Landeskenntnissen eine niedrigschwellige erste Information in ihrer Muttersprache oder einer vertrauten Fremdsprache sehr hilfreich.

Hier sieht die HIV- und STI-Strategie den verstärkten Aufbau von niedrigschwelligen Präventions-, Beratungs-, Test- und Versorgungsangeboten vor. Mehrsprachige Informationsportale, Beratungs- und Versorgungsangebote sowie Übersetzungsdienste sollen die bestehenden Hürden weiter abbauen. Eines dieser Angebote ist das multilinguale Beratungsportal **www.zanzu.de**, das durch die BZgA in Kooperation mit der belgischen Organisation Sensoa entwickelt wurde und sowohl der Unterstützung von Fachkräften vor Ort in Beratungssituationen als auch der direkten Ansprache von Migrantinnen und Migranten dient.

In diesem Arbeitsfeld sind die BZgA, der Öffentliche Gesundheitsdienst, die Deutsche AIDS-Hilfe sowie lokale Beratungsstellen tätig.

Die Rolle der BZgA in der HIV- und STI- Prävention

In Deutschland ist die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG) die zentrale Umsetzungs- und Koordinierungsstelle für die HIV- und STI-Prävention auf Bundesebene. Als obere Bundesbehörde setzt sie in Kooperation mit vielen anderen Akteurinnen und Akteuren die Strategien der Bundesregierung um - vom Notfallplan zur AIDS-Prävention in den 1980er Jahren bis zur integrierten Gesamtkampagne zur HIV- und STI-Prävention von heute. Neben der HIV- und STI-Prävention verantwortet die BZgA eine Vielzahl weiterer Präventionsthemen.

3.1 Von der Erstinformation zur Präventionskampagne



Bereits im Jahr 1985 veröffentlichte die BZgA die ersten Informationsmaterialien zu HIV/AIDS. Damals erhielten sämtliche 27 Millionen Haushalte in Deutschland eine Broschüre, die erstmals die bis dahin bekannten Fakten zusammenfasste. 1987 erhielt die BZgA vom Bundesministerium für Gesundheit den Auftrag, eine nationale Kampagne zur AIDS-Prävention zu konzipieren und umzusetzen. Dies war die Geburtsstunde von »GIB AIDS KEINE CHANCE«.

»GIB AIDS KEINE CHANCE« wurde über die Jahre zu einer der bislang größten und umfassendsten Präventionskampagnen in Deutschland. Das Logo ist nicht nur Träger der zentralen Botschaft, es ist auch eines der bekanntesten Markenzeichen geworden. Beim Präventionserfolg hat die deutsche Kampagne ebenfalls beeindruckende Zeichen gesetzt. Die Rate der HIV-Neuinfektionen in Deutschland gehört bis heute zu den niedrigsten in den westlichen Industrieländern.

Der Anstieg anderer sexuell übertragbarer Infektionen (STI) war ein Grund dafür, dass der inhaltliche Auftrag der BZgA im Jahr 2010 um dieses Themenfeld erweitert wurde. Das neue Thema wurde nach und nach in die Medien und Maßnahmen der BZgA integriert. In einem umfangreichen Strategieprozess wurde die Kommunikationsarchitektur erweitert. Auf dieser Basis entstand eine neue, zukunftsfähige Dachmarke: Aus »GIB AIDS KEINE CHANCE« wurde im Frühjahr 2016 »LIEBESLEBEN«.



**Es ist deins.
Schütze es.**

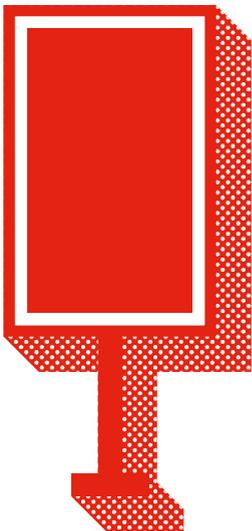
3.2 Eine Kampagne mit mehreren Ebenen

Die wissenschaftlichen Grundlagen, die in den 1980er Jahren zur Entscheidung für eine Kampagne wie »GIB AIDS KEINE CHANCE« führten, sind bis heute aktuell. Denn die Grundkonzeption der HIV- und STI-Prävention in Deutschland wurde durch Forschungsergebnisse der vergangenen Jahre immer wieder bestätigt.

Zu den Grundpfeilern gehören die Prinzipien von »New Public Health« aus der Ottawa-Charta der WHO-Konferenz 1986, der »Community Based Interventions« und der »gesellschaftlichen Lerntheorie« nach Rosenbrock (1987, 1994). Diese Strategie setzt auf gesundheits- und sozialwissenschaftliche Konzepte, wie beispielsweise die Ansätze der Verhaltensänderung und Gesundheitsaufklärung, des Empowerments sowie der sozialen und politischen Veränderung, um einen nachhaltig angelegten Lernprozess der gesamten Bevölkerung und der relevanten Zielgruppen anzuregen.

Sowohl »GIB AIDS KEINE CHANCE« als auch »LIEBESLEBEN« setzen auf eine Mehr-Ebenen-Kampagne, deren Medien und Maßnahmen, Strategien und Methoden sich ergänzen und dabei gegenseitig verstärken. Diese Kommunikationsstrategie lässt sich im Wesentlichen in zwei Bereiche aufteilen: einerseits in massenkommunikative, reichweitenstarke Maßnahmen zur Ansprache der Gesamtbevölkerung, andererseits in personal-kommunikative Maßnahmen zur zielgruppenspezifischen und individuellen Information und Beratung.

Die massenmediale integrierte Kampagne verbreitet über verschiedene Kommunikationskanäle die grundlegenden Botschaften. Zu diesen Kanälen gehören Plakate, Anzeigen, Radio-, TV- oder Kino-Spots, Ambient Media, wie etwa Gratis-Postkarten, Internetangebote und Broschüren. Neben der Aufklärung über Infektionsrisiken und Schutzmaßnahmen erfüllen diese Medien mit ihrer großen Sichtbarkeit eine weitere wichtige gesellschaftspolitische Funktion: Sie fördern eine offene Diskussion über Sexualität und auch die Solidarität gegenüber Menschen mit HIV oder AIDS.





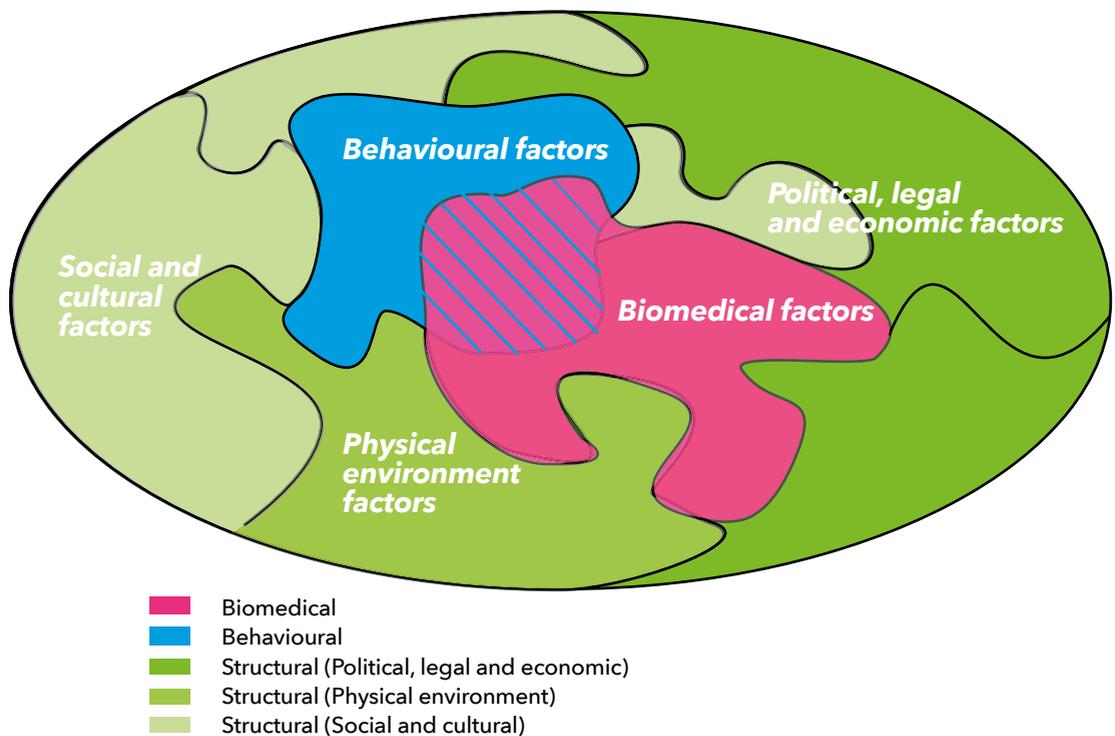
Ergänzend kommen verschiedene zielgruppenspezifische Medien und Maßnahmen zum Einsatz. Dazu gehören etwa speziell aufbereitete Internet-Tools und Broschüren. Weil direkte persönliche Kommunikationsangebote noch individueller und intensiver auf die jeweiligen Zielgruppen und ihre Lebenswelten eingehen, sind sie in der Kommunikationsstrategie der BZgA-Präventionsangebote von besonderer Bedeutung. Die persönliche Online- und Telefonberatung der BZgA, die »JugendFilmTage« oder die Erlebnisausstellung »GROßE FREIHEIT - liebe.lust.leben.« sind beispielsweise solche zentralen persönlichen Kommunikationsangebote. Aber auch Materialien zur Unterstützung von Multiplikatoren wie Lehrerinnen und Lehrern oder Ärztinnen und Ärzten gehören in diesen Bereich. Viele der Angebote können in die lokalen Präventionsstrukturen und Settings eingebunden werden und dadurch zur Vernetzung der Akteurinnen und Akteure und Themen vor Ort beitragen. Die persönliche Ansprache ist darüber hinaus besonders wirkungsvoll: Dabei werden alle Informationen konkret auf die eigene persönliche Situation bezogen und können so individuell vermittelt und genutzt werden.

Die Verbindung von massen- und personalkommunikativen Präventionsansätzen, aus der die Mehr-Ebenen-Kampagnenstrategie der BZgA entsteht, lässt sich auf verschiedene Modelle der »Behaviour Change Communication« zurückführen. Hierzu gehören unter anderem das »Health Belief Model« (Becker 1974), die »Theory of Reasoned Action« (Ajzen und Fishbein 1980) und die »Theory of Planned Behaviour« (Ajzen 1991, 2006) sowie das »Stages of Change Model« (Prochaska und DiClemente 1984, 1986, 1992) und die »Social Norms Theory« (Pekins und Berkowitz). Die Studie »Maximizing the Benefit« (Cohen 2005) kommt zu dem Ergebnis, dass die optimale Präventionskampagne intensive Interventionen in Hochprävalenz-Gruppen mit reichweitenstarken Interventionen für niedrigprävalente Bevölkerungsteile kombiniert.



Auch UNAIDS geht davon aus, dass Prävention besonders wirksam ist, wenn verschiedene Maßnahmen miteinander kombiniert werden (UNAIDS 2010: Combination HIV Prevention). Zu den bewährten Maßnahmen zählen neben biomedizinischen Ansätzen die Programme zur Kondompromotion und Verhaltensänderung sowie die Arbeit mit Hauptbetroffenengruppen. Maßnahmen jeder Art lassen sich nachweislich in ihrer Wirkung verstärken, wenn sie durch strukturelle und soziale Ansätze unterstützt werden.

Interacting causes of HIV risk and vulnerability



Quelle: UNAIDS 2010: Combination HIV Prevention

Einen systematischen Überblick über die wichtigsten kommunikationswissenschaftlichen und gesundheitspsychologischen Theorien und Ansätze zur Entwicklung und Durchführung von Kommunikationskampagnen in der gesundheitlichen Aufklärung und Prävention gibt Bonfadelli (2010).

3.3 Grundprinzipien und Phasen der Kommunikation

Alle Maßnahmen der Kampagne zeigen den Menschen konkrete Handlungsmöglichkeiten auf, wie sie sich schützen und Infektionen verhindern können. Im Sinne von Aufklärung und Gesundheitsförderung ist es ein wichtiges Anliegen der Kampagne, die Menschen positiv zu motivieren und sie zu befähigen, sich und andere vor sexuell übertragbaren Infektionen zu schützen.

»GIB AIDS KEINE CHANCE« hat sich nie drastischer Darstellungen bedient. Das gilt auch für die 1980er Jahre, als AIDS eine tödliche Gefahr darstellte und das gesellschaftliche Klima von Panik geprägt war. Die wissenschaftliche Auswertung von Kampagnen mit Schockmotiven hat gezeigt, dass Motive und Botschaften, die starke Ängste auslösen, bei den Zielgruppen Abwehrreaktionen hervorrufen und daher kontraproduktiv sein können. Negative, angstbesetzte Bilder können ein entmutigendes Gefühl und eine Ablehnung der Botschaften auslösen. Außerdem können sie gerade beim Thema HIV/AIDS zur Stigmatisierung von betroffenen Menschen und besonders vulnerablen Gruppen führen.

Um ein rationales Verhalten bezüglich HIV zu fördern und Panik abzubauen, hat sich »GIB AIDS KEINE CHANCE« deshalb in den Anfangsjahren auf den Aufbau von Wissen zu Risiken und Nichtrisiken einer HIV-Ansteckung konzentriert. In den 1990er Jahren wurden der Wissensstand zu HIV und die Motivation der Bevölkerung, Kondome als Schutz zu gebrauchen, sukzessive verbessert. Heute ist HIV durch den medizinischen Fortschritt behandelbar. Dadurch hat sich im Laufe der Jahre auch die Wahrnehmung von HIV und AIDS in der Gesellschaft verändert. In der Zeit ab der Jahrtausendwende ging es in der Kommunikation entsprechend darum, dem Thema trotzdem weiterhin eine Öffentlichkeit zu verschaffen, die Schutzmotivation auf hohem Niveau zu halten und ein Klima der Solidarität mit von HIV betroffenen Menschen zu fördern.

Der Anstieg anderer sexuell übertragbarer Infektionen hat die Vermittlung von Basiswissen zu diesen STI verstärkt in den Fokus gerückt. Hierzu folgt auch »LIEBESLEBEN« dem Grundprinzip positiver Handlungsempfehlungen. Die Kampagne sensibilisiert die Bevölkerung, um die Kommunikation über STI zu fördern. Sie klärt über Schutzmaßnahmen und Symptome, Risiken und Nichtrisiken auf. Sie aktiviert zur Nutzung von Kondomen. Und sie motiviert zum Arztbesuch bei Verdacht auf eine STI. Außerdem kommuniziert sie weitere Aspekte wie die Verantwortung für sich und die Partnerin bzw. den Partner und betont Selbstbestimmung und Freiheit.

3.4 Kontinuierlich besser: Qualitätssicherung und Wirkungskontrolle

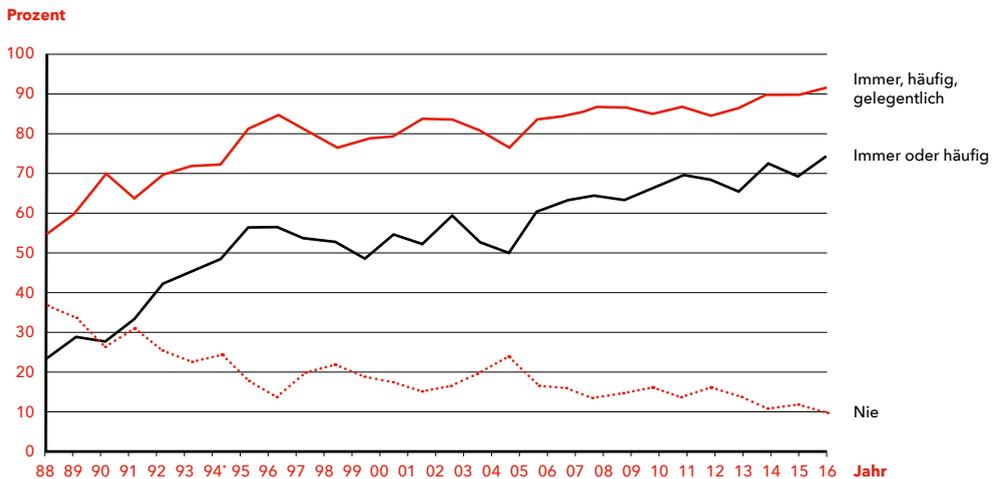
Ein Kommunikationskonzept ist nur so gut wie die Wirkung, die es erzielt. Um die Effektivität aller Maßnahmen und Medien in ihrer Gesamtheit und im Detail zu überprüfen, werden alle Aktivitäten seit dem Start der Kampagne intensiv wissenschaftlich begleitet.

Um die Wirkfähigkeit von Einzelmedien wie Plakaten oder TV-Spots vor ihrer Veröffentlichung in den jeweiligen Zielgruppen zu untersuchen, werden Pretests durchgeführt, bei denen zum Beispiel die Verständlichkeit, Akzeptanz und Auffälligkeit geprüft wird. Hierbei kann auf standardisierte Verfahren zurückgegriffen werden, die in der BZgA entwickelt wurden. Das Feedback der Zielgruppe wird gezielt für Optimierungen von Gestaltung und Texten genutzt.

Zur Planung, Steuerung und Gesamtbewertung der Kampagne werden seit 1987 regelmäßig Repräsentativerhebungen durchgeführt. Die Studie »AIDS im öffentlichen Bewusstsein« untersucht hierzu Reichweiten, Wissen, Einstellungen und Verhalten der Bevölkerung in Bezug auf HIV und STI und ihre Veränderung im Verlauf der Kampagne. Eine weitere Studie zur Erwachsenensexualität ist in Planung.

Die Ergebnisse der HIV- und STI-Prävention sind messbar

Kondomverwendung in wechselnden Partnerschaften



Quelle: BZgA, Repräsentativbefragung »AIDS im öffentlichen Bewusstsein«, 2016

*Ab 1994 einschließlich der neuen Bundesländer.

Die Parameter der jährlichen Repräsentativbefragung »AIDS im öffentlichen Bewusstsein«:

- Wie entwickelt sich die Wahrnehmung von HIV und STI in der Bevölkerung?
- Wird HIV/AIDS noch als gesundheitliche Bedrohung wahrgenommen?
- Wird die Bevölkerung von den einzelnen Aufklärungsmaßnahmen erreicht, werden Informationsangebote genutzt?
- Wie ist der allgemeine Wissensstand zum Thema HIV und STI?
- Schützen sich insbesondere Menschen mit riskanterem Sexualverhalten durch Kondome?
- Wie steht es um die Solidarität bzw. Ausgrenzung von Menschen, die von HIV/AIDS betroffen sind?

Die Kommunikationsstrategie der BZgA

Unter dem Dach von »GIB AIDS KEINE CHANCE« wurden zwischen 1987 und 2015 unterschiedlichste kommunikative Elemente zu einer großangelegten HIV-Präventionskampagne verbunden. Unter dem neuen Dach »LIEBESLEBEN« wird die HIV-Prävention der BZgA seit 2016 um das Themenfeld der sexuell übertragbaren Infektionen (STI) erweitert und fortgeführt. Nicht nur im Wechsel der Dachmarke zeigt sich, dass die BZgA immer wieder auf aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen reagiert hat.

HIV- und STI-Prävention im Wandel der Zeit

1959

Erster humaner AIDS-Fall im Kongo (nachträglich identifiziert).

1982

Erstmals Bezeichnung der Erkrankung als »AIDS«.

Einrichtung eines AIDS-Fallregisters für Deutschland durch das Robert Koch-Institut in Berlin.

1984

Vorstellung des ersten HIV-Antikörpertests.

1981

Erste Fälle von mysteriösen Krankheitsbildern mit massiven Störungen des Immunsystems in den USA.

1983

Gründung von ersten AIDS-Hilfe-Gruppen.

Gründung der Deutschen AIDS-Hilfe in Berlin als Dachverband der lokalen AIDS-Hilfe-Gruppen in vielen Städten.

Erste Titel-Story über die »tödliche Seuche« in der Juni-Ausgabe von »DER SPIEGEL«.

Entdeckung des HI-Virus (damals noch HTLV-III genannt) als Auslöser von AIDS durch den französischen Virologen Luc Montagnier und seinen amerikanischen Kollegen Robert Charles Gallo.

 **Deutsche
AIDS-Hilfe**



1987

**Einführung des Logos
»GIB AIDS KEINE
CHANCE« für die Dach-
kampagne der BZgA
zur AIDS-Prävention.**



Start »Sofortprogramm der Bundesregierung zur Bekämpfung von AIDS« mit etwa 50 Millionen DM Budget für 1987 und 1988.

Gründung der Deutschen AIDS-Stiftung »Positiv leben« auf Initiative Rainer Jarchows. Kurz darauf Gründung der »Nationalen AIDS-Stiftung«.

Gründung des »Nationalen AIDS-Beirats« als Beratungsgremium der Bundesregierung.

Die AIDS-Telefonberatung der BZgA bietet täglich eine anonyme, persönliche und kostenlose Beratung an.



Start von TV-Spots der BZgA mit einer Serie von insgesamt zehn Spots, die viel Beachtung finden.

1985

Erste Internationale AIDS-Konferenz in Atlanta.

Pflichttest auf HIV-Antikörper für alle Blutprodukte in Deutschland.

Erstes prominentes Opfer von AIDS: der Schauspieler Rock Hudson.



**Versand der ersten BZgA-
Informationsbroschüre als Post-
wurfsendung der Bundes-
regierung an alle 27 Millionen
Haushalte in Deutschland.**

1987

Erste breit angelegte Informationskampagne der BZgA zur AIDS-Prävention, unter anderem in Zusammenarbeit mit den Apotheken.



Startschuss zur »Personalen Kommunikationskampagne« der BZgA - in den Folgejahren »AIDS-Aktionstage« und »AIDS-Aktionswochen« mit örtlichen Kooperationspartnern in allen Städten.

Erste »International AIDS-Consultation« auf Einladung der BZgA in Zusammenarbeit mit der WHO. Vertreter aus 15 europäischen Ländern kommen nach Köln (Fortsetzung bis 1993).

1988

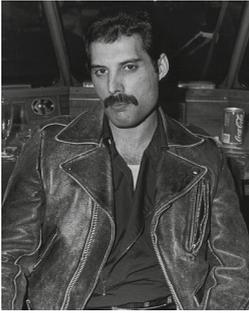
Die UNO ruft den 1. Dezember als Welt-AIDS-Tag aus.

1990

Der TV-Spot »Supermarkt« mit Hella von Sinn und Ingolf Lück entwickelt sich zum Klassiker.



Sänger Freddie Mercury stirbt an AIDS.



1992

Die verbliebenen Mitglieder der Band Queen organisieren das »Freddie Mercury Tribute Concert for AIDS Awareness«, um an ihren verstorbenen Frontmann zu erinnern. Das Konzert im Londoner Wembley-Stadion erreicht eine Milliarde Zuschauer weltweit.

1993

Der US-Kinofilm »Philadelphia« mit Tom Hanks und Denzel Washington rückt die Ausgrenzung von AIDS-Kranken in den Blickpunkt.

Schäferstündchen.



GIB AIDS KEINE CHANCE!

mach's mit.
machsmitt.de

Die ersten »mach's mit«-Großplakate der BZgA - kostenlos plakatiert vom Fachverband Aussenwerbung (FAW). Die erstmalige prominente Präsenz von Kondomen im Stadtbild sorgt für große Aufmerksamkeit.



FACHVERBAND
AUSSENWERBUNG E.V.

1991

Die »Rote Schleife« wird zum weltweiten Symbol der Solidarität mit Betroffenen.



1996

Die Welt-AIDS-Konferenz in Vancouver feiert den medizinischen Durchbruch der hochwirksamen antiretroviralen Kombinationstherapien.

Zusammenschluss der Deutschen AIDS-Stiftung »Positiv leben« und der Nationalen AIDS-Stiftung zur Deutschen AIDS-Stiftung.

 **Deutsche AIDS-Stiftung**

Gründung von UNAIDS als AIDS-Organisation der Vereinten Nationen.

 **UNAIDS**
JOINT UNITED NATIONS PROGRAMME ON HIV/AIDS

Keine faulen Ausreden!



GIBT ES KEINE CHANCE

mach's mit

2000

Auf Einladung der BZgA erstes Treffen der EUROPAC-Initiative als Forum zum praxisorientierten Erfahrungsaustausch für europäische Länder.

2005

BZgA-Kreativwettbewerb für Design-Hochschulen: Gesucht sind neue Gestaltungsideen für die Kampagne »mach's mit«. Die beiden Gewinner-Kampagnen »Obst und Gemüse« sowie »Liebesorte« werden in den folgenden Jahren umgesetzt.

1999

Die ersten BZgA-Hörfunkspots mit prominenten Comedians.



2001

Zunahme neuer HIV-Diagnosen und anderer sexuell übertragbarer Infektionen in Deutschland und in anderen Industrieländern.

Neues Infektionsschutzgesetz (IfSG) als Ersatz für das »Bundesseuchengesetz« und das »Gesetz zur Bekämpfung der Geschlechtskrankheiten« – die Prävention bekommt eine zeitgemäße Basis.

Einrichtung des »Global Fund To Fight AIDS, Tuberculosis and Malaria« durch die UN zur Finanzierung weltweiter Programme gegen HIV/AIDS.



Investing in our future

The Global Fund
To Fight AIDS, Tuberculosis and Malaria

Der Verband der Privaten Krankenversicherung e. V. unterstützt die AIDS-Prävention der BZgA mit 3,4 Millionen Euro pro Jahr.

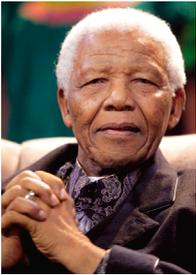


Verband der Privaten Krankenversicherung

Dramatischer Anstieg der HIV-Zahlen in Osteuropa, angesichts verstärkter Migration und Mobilität durch die EU-Erweiterung werden Konsequenzen für ganz Europa befürchtet.

Die »HIV/AIDS-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung« benennt Aufklärung und Prävention als ihre wichtigsten Bestandteile.

Makgatho, der Sohn des Freiheitskämpfers, Friedensnobelpreisträgers und AIDS-Aktivisten Nelson Mandela, stirbt an AIDS.



2007

Ministerkonferenz »Partnership und Responsibility - Together against HIV/AIDS« im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft in Bremen. AIDS-Bekämpfung wird als wichtiger EU-Schwerpunkt auf Regierungsebene verankert.

Grundsätzliche Empfehlung der Impfung gegen Humane Papillomviren (HPV), die Gebärmutterhalskrebs auslösen können, durch die Ständige Impfkommision (STIKO).

Neue Schwerpunktaktion der BZgA »Gemeinsam gegen Aids« mit hunderten von lokalen Aktionen zum Welt-AIDS-Tag - unterstützt von tausenden Botschafterinnen und Botschaftern sowie zahlreichen Prominenten.

2013

Die neue Erlebnis-ausstellung »GROBE FREIHEIT - liebe.lust. leben.« geht zum ersten Mal auf Tour.



2006

Seit 2006 ist das Beratungsteam der BZgA über www.aidsberatung.de auch online erreichbar. Dort gibt es außerdem Antworten auf häufig gestellte Fragen sowie eine aktuelle Übersicht über örtliche Beratungsstellen.

16. Internationale AIDS-Konferenz in Toronto - mit fast 30.000 Teilnehmenden die bisher größte ihrer Art.

Kommunikationsoffensive der BZgA mit finanzieller Unterstützung durch den Verband der Privaten Krankenversicherung (PKV).

18 EU-Mitgliedsstaaten schließen sich unter der Leitung der BZgA zum EU-geförderten Projekt zur Qualitätsverbesserung in der HIV-Prävention zusammen.

2015

Das diagnostische Zeitfenster wird in Deutschland für die gängigen HIV-Labortests von zwölf Wochen auf sechs Wochen herabgesetzt.

Der PKV-Verband verlängert seine Unterstützung um weitere fünf Jahre - bis einschließlich 2020 fließen weiterhin jedes Jahr 3,2 Millionen Euro in die HIV- und STI-Prävention.

2016

Aus der Dachmarke »GIB AIDS KEINE CHANCE« wird die neue Marke »LIEBESLEBEN«.



2016

Ein neuer Supermarkt-Spot mit Ingolf Lück kommt in die Kinos.





Die neue Cartoon-Kampagne von »LIEBESLEBEN« läuft an.

Seit Ende April 2016 ist ein neuer HPV-Impfstoff in Deutschland erhältlich. Dieser bietet einen Schutz gegen neun verschiedene HPV-Typen, die für Gebärmutterhalskrebs und Feigwarzen verantwortlich sein können.

2017

Start der Social-Media-Kampagne »Die infekta-stischen STI« sowie eine damit einhergehende Aussendung von Plakaten an die Vor-Ort-Arbeit.

www.die-infektastischen-sti.de



Das Bundesministerium für Gesundheit veröffentlicht die neue »Strategie zur Eindämmung von HIV, Hepatitis B und C und anderen sexuell übertragbaren Infektionen«.

Das multilinguale Webportal www.zanzu.de geht online. Es bietet qualitätsgesichertes Wissen im Bereich der sexuellen Gesundheit und unterstützt sowohl Multiplikatoren als auch Menschen mit Migrationshintergrund.



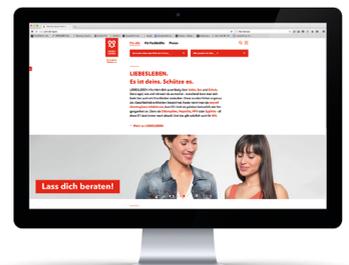
Oktober 2016:
Zulassung der PrEP
in Deutschland.

2017

Start der zweiten Cartoon-Staffel.



Launch des neuen »LIEBESLEBEN«-Webportals www.liebesleben.de.



Immer zeitgemäß und aktuell: die Präventionsarbeit der BZgA

Alle Medien und Materialien der Kampagne sind im ständigen Wandel. Sie werden kontinuierlich aktualisiert, erweitert und weiterentwickelt. Viele Kampagnenbestandteile aus den ersten Jahren gibt es heute nicht mehr. Andere wurden zu Klassikern, wie etwa die Broschüre »HIV-Übertragung«, die seit vielen Jahren fester Bestandteil des Aufklärungsangebots ist und in einfachen Piktogrammen und mit der an eine Ampel angelehnten Farbgebung über die Risiken und Nichtrisiken einer HIV-Übertragung informiert. Durch den technologischen Wandel sind über die Jahre auch immer wieder neue Kanäle wie Internetportale oder Social Media zum Medienmix hinzugekommen.

Alle Erfahrungen, die in über 30 Jahren Präventionsarbeit gemacht wurden, fließen in die Entwicklung neuer Maßnahmen ein und verbinden so Best-Practice-Beispiele aus der Vergangenheit mit Konzepten neuer Angebote und steigern die Wirksamkeit aller aktuellen Maßnahmen.

Die Kampagnenarbeit der BZgA hat auch über die Grenzen von Deutschland hinaus viel Aufmerksamkeit bekommen: Sie ist zum Vorbild für Präventionskampagnen in anderen Ländern geworden – sowohl in puncto Strategie als auch bei konkreten Maßnahmen. Die BZgA ist bei Delegationen aus aller Welt ein beliebtes Ziel für Informationsreisen und ein begehrter Gesprächspartner für den fachlichen Austausch zu den verschiedenen Aspekten der Präventionsarbeit. Bei der Zusammenarbeit geht es nicht nur um den Austausch von Informationen und Strategien: Ganz konkret stellt die BZgA interessierten Ländern auch ihre Medien zur länderspezifischen Adaption zur Verfügung – seien es Online-Tools, Informationsbroschüren oder Plakatkampagnen.



Beispiele aus den ersten Staffeln der »mach's mit.«-Kampagne

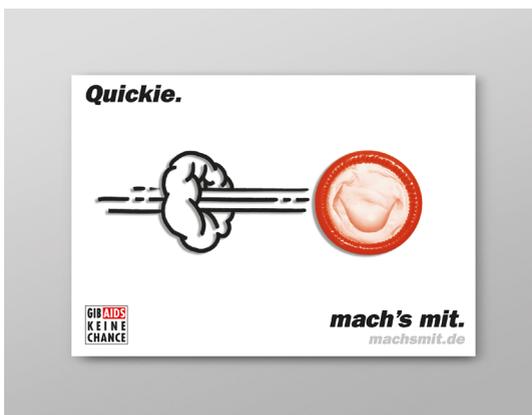
4.1 1987 - 2015: Best of »GIB AIDS KEINE CHANCE«

»GIB AIDS KEINE CHANCE« ist von den ersten Informationsmaßnahmen in den 1980er Jahren zu einer umfangreichen Kampagne mit vielen verschiedenen Elementen unter einem Markendach gewachsen. Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Auswahl der erfolgreichsten Maßnahmen.

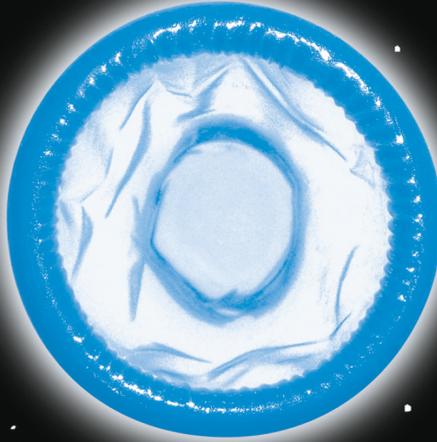
Klare Botschaft für alle: »mach's mit«

Eines der sichtbarsten Elemente der HIV-Prävention in Deutschland ist bislang sicherlich die Plakatserie »mach's mit«. Von 1993 bis 2015 haben unterschiedlichste Motivansätze die zentrale Botschaft »Kondome schützen« humorvoll und öffentlichkeitswirksam transportiert.

Als die Serie 1993 startete und das Kondom unübersehbar als Motiv in den Mittelpunkt stellte, war das eine Sensation. Die Großplakate mit dem prominenten Kondom haben wesentlich dazu beigetragen, Kondome zum alltäglichen Gegenstand zu machen - im privaten Leben wie in der öffentlichen Wahrnehmung.



Weltsprache.



**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

***mach's mit.
machsmit.de***

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

Der Auslöser für diese auffällige Strategie waren die Umfragewerte Anfang der 1990er Jahre: Die jährliche Repräsentativuntersuchung der BZgA »AIDS im öffentlichen Bewusstsein« zeigte, dass 16- bis 45-jährige Alleinlebende die Informationsangebote zu HIV/AIDS nicht mehr ausreichend wahrnahmen. Es konnten neue Kommunikationskanäle mit der Unterstützung des Fachverbands Aussenwerbung e.V. (FAW) gefunden werden. Dieser stellt der BZgA seither jährlich etwa 100.000 Plakatflächen kostenlos zur Verfügung.

Eine Kampagne - 150.000 Ideen

Die ersten Plakate von »mach's mit« entwarfen angehende Kommunikationsdesigner in einer Semesterarbeit. Sie präsentierten das Kondom sehr plakativ und mit viel Humor. Der Ansatz kam gut an und wirkte. Die Serie wurde entsprechend konsequent weiterentwickelt und nach und nach zu einer multimedialen Kampagne ausgebaut, um die Aufmerksamkeit aufrechtzuerhalten. In die Entwicklung neuer Motive wurden auch die Zielgruppen einbezogen. In Mitmach- und Kreativwettbewerben gingen über 150.000 Ideen für die klassische »mach's mit«-Kampagne ein - wovon etliche auf Großplakaten eingesetzt wurden.

Von Banane bis Bordell

Auch die Ideen zu den Motivserien »Obst und Gemüse« und »Liebesorte« stammen aus einem Wettbewerb. Diesen hatte die BZgA 2005 an Kunsthochschulen und Fachhochschulen für Kommunikationsdesign ausgelobt, um neue Ideen für die »mach's mit«-Kampagne zu generieren. Die beiden Gewinnerideen wurden in den darauffolgenden Jahren öffentlichkeitswirksam umgesetzt.

Von 2006 bis 2008 zeigte »mach's mit«-Motive mit verschiedenen Obst- und Gemüsesorten, über die jeweils ein Kondom abgerollt war. Mais und Erdbeeren mit übergestülpten Kondomen waren 2008 auch international zu sehen: Die Kampagne wurde für die Welt-AIDS-Konferenz nach Mexiko-Stadt exportiert, wo die Motive nicht nur für die 25.000 Delegierten auf dem Konferenzgelände, sondern auch in der zentralen U-Bahn-Station der Stadt zu sehen waren.



Ist nicht Feige!



GIB AIDS KEINE CHANCE

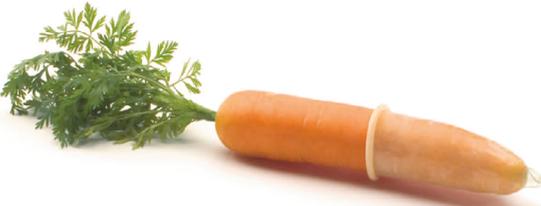
Es ist nicht immer einfach, in intimen Momenten Kondome ins Spiel zu bringen. Befragungen zeigen jedoch, dass die meisten Menschen es gut finden, wenn ihr Partner die Kondomnutzung anspricht. Deshalb: Treuen Sie sich! Und schützen Sie sich und Ihren Partner vor einer HIV-Infektion.

mach's mit
www.gib-aids-keine-chance.de
 Telefonberatung: 01805-555-444

Informationen unter www.gib-aids-keine-chance.de
 Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, 12101 Köln

Die Weiterentwicklung der Kampagne zur »Obst und Gemüse«-Staffel, 2006 – 2008

Gegen Kurzsichtigkeit!



GIB AIDS KEINE CHANCE

Etwas gesunder Weltblick fördert den Spaß am Sex. Denn wer immer und überall Kondome benutzt, ist immer und überall vor sexuell übertragbaren Krankheiten geschützt. So bleiben Ihnen unnötige Sorgen erspart – und der Genuss auf lange Sicht erhalten!

mach's mit
www.gib-aids-keine-chance.de
 Telefonberatung: 01805-555-444 (inkl. MwSt. aus dem Festnetz)

BZgA Set Bestell-Nr. 70780000
 Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, 51101 Köln

Liebesorte

Von 2009 bis 2011 folgten die »Liebesorte« - authentische Orte, an denen Sex stattfinden kann oder stattgefunden haben könnte: vom Bordellbett bis zum lauschigen Plätzchen am See, vom Hotelzimmer oder Park bis zum Küchentisch zuhause. Mit den »Liebesorten« wurde »mach's mit« zunehmend von einer Plakatkampagne zu einer crossmedialen Kampagne ausgebaut - diesem Ansatz folgt die Ansprache der Gesamtbevölkerung bis heute.

The image shows a beach scene at sunset. In the foreground, a white and yellow striped beach chair is set up on the sand. A blue jacket and a purple shirt are draped over the chair. In the background, another beach chair is visible, and the ocean stretches to the horizon under a twilight sky. Overlaid on the image are several text elements: a red circle with a white condom icon, a white box with the text 'sommernachtsträumen', a white box with the text 'Aids riskieren', a red box with the text 'GIB AIDS KEINE CHANCE', and the 'mach's mit.' logo with the website 'www.machsm.it.de'.

sommernachtsträumen

Aids riskieren

GIB AIDS KEINE CHANCE

mach's mit.
www.machsm.it.de

Kampagnenmotive der »Liebesorte«-Staffel, 2009

Rock 'n' rollen

Aids riskieren

GIB AIDS KEINE CHANCE

mach's mit.

Natur genießen

Aids riskieren

GIB AIDS KEINE CHANCE

mach's mit.

www.machsmits.de

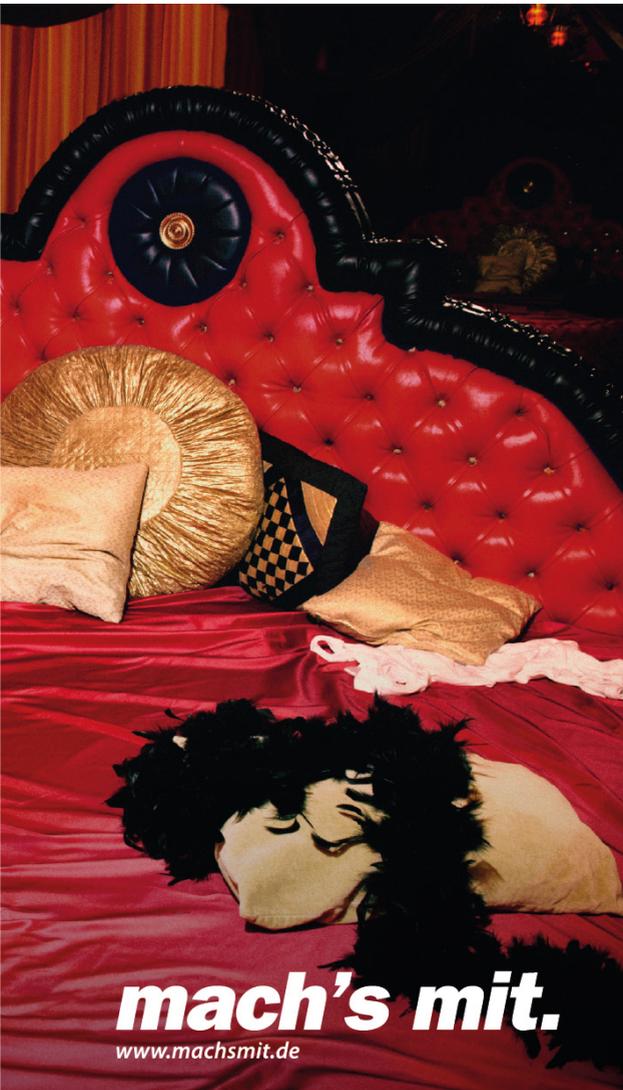


Fantasien ausleben



Aids riskieren

**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**



Kampagnenmotiv der »Liebesorte«-Staffel, 2009

Erweiterte Aufgaben: mit »Wissen und Kondom«

Von 2012 bis 2015 wurde die Präventionsbotschaft unter »*mach's mit*« erweitert. Neben HIV rückten zunehmend auch andere sexuell übertragbare Infektionen (STI) in den Fokus. Aus »Kondome schützen« wurde »*mach's mit - Wissen und Kondom*«. Die etablierte Kampagne sensibilisierte nun über die bisherige Kondombotschaft hinaus auch für andere sexuell übertragbare Infektionen. Sie vermittelte Wissen über den Schutz vor HIV, die Übertragungswege und Symptome von HIV und anderen STI sowie die Angebote zur Beratung und Behandlung.

Erstmals zeigte die Kampagne junge und ältere Menschen aus dem Alltagsleben aller Zielgruppen. Hinter den selbstbewussten Statements der verschiedenen Charaktere zeigten sich klare Vorstellungen von der persönlichen Sexualität. Die offene Haltung der Kampagnen-Charaktere und die Vielfalt der Motive wurden bewusst eingesetzt, um einer Tabuisierung von HIV und STI entgegenzuwirken und einen offenen Umgang mit diesen Themen in der Gesellschaft zu fördern.



Kampagnenmotive der »mach's mit«-Staffel »Wissen und Kondom«, 2012



Ich will's zärtlich.

mach's! aber mach's mit.

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

GIB AIDS KEINE CHANCE

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

STI Sexuell übertragbare Infektionen Informier Dich!



Ich will's andersrum.

mach's! aber mach's mit.

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

GIB AIDS KEINE CHANCE

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

STI Sexuell übertragbare Infektionen Informier Dich!

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
BZgA

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



STI Sexuell
übertragbare
Infektionen
Informier' Dich!

Bundell-Nr. 7072003 (BZgA, 51101-K001)
Eine Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.

Kampagnenmotive der »mach's mit«-Staffel »Wissen und Kondom«, 2012



**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
BZgA

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



STI Sexuell
übertragbare
Infektionen
Informier' Dich!

Broschüre Nr. 7072304 (BZgA, 31.10.10 Köln)
Eine Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland

»Tina, wat kosten die Kondome?«: TV- und Kino-Spots

Was Hella von Sinnen als Verkäuferin lauthals durch den Laden brüllt, ließ dem Kunden alias Ingolf Lück kurz den Atem stocken. Der Spot von 1990 wurde für eine ganze Generation zum Kult und prägt bis heute das positive Image der Präventionsarbeit der BZgA. Viele TV-Sender zeigten den Spot kostenlos, seine Reichweite war mit 90 % traumhaft hoch.

Aufklärungsspots für TV und Kino wie dieser ergänzen das Print- und Internetangebot der BZgA seit Beginn der HIV-Prävention. Von Anfang an haben Prominente dabei engagiert mitgewirkt. In den Spots werden die Schutzbotschaften auf 30 bis 60 Sekunden verdichtet, so dass sie leicht zugänglich sind. Sie sind gezielt auf bestimmte Präventionsaspekte oder Zielgruppen zugeschnitten.

In den ersten Jahren von »GIB AIDS KEINE CHANCE« informierten ernsthaft-sachliche Spots über Ansteckungsrisiken und unbedenkliche Alltagskontakte. Seit dem Spot »Supermarkt« wurde die Botschaft »Kondome schützen« immer wieder in kurzweiligen und lustigen Varianten aufgegriffen. Als die Zahl der neuen HIV-Infektionen in den 2000er Jahren erneut anstieg, erinnerte die BZgA in einigen Spots wieder sehr ernsthaft an ihre Botschaft - etwa im Spot »You can't rewind your life« von 2001.



Hella von Sinnen



Ingolf Lück



»Tina, was 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, der eine traumhafte Reichweite von 90 % erzielte, kostenlos.

Vielfältige Botschaften in bewegten Bildern

Im Rahmen der integrierten Kampagne »*mach's mit*« wurden die Plakatmotive immer wieder durch kurze Spots zum Leben erweckt oder ergänzt. Beispielsweise waren die Schauplätze der Plakatserie »Liebesorte« auch in Spots zu sehen, bei denen die Akteurinnen und Akteure unterschiedliche sexuelle Konstellationen und Situationen repräsentierten. Dazu gehörte auch die bundesweite Schaltung von zwei Spots innerhalb eines Kino-Werbeblocks - einer mit einem heterosexuellen und einer mit einem homosexuellen Paar.

Ein weiteres Beispiel war die HIV- und STI-Kampagnenstaffel »*mach's mit - Wissen und Kondom*« von 2012. Hier zeigte die neue Kampagnensite auch Videoclips der Protagonisten auf den Plakaten. Sie wandten sich direkt an verschiedene Zielgruppen und ermutigten sie, über die eigene Sexualität zu sprechen. Der TV- und Kino-Spot »Drei Buchstaben« machte 2012 zusätzlich ein breites Publikum mit der Abkürzung STI vertraut. Aufgegriffen wurde die erweiterte Präventionsbotschaft auch 2014: Der Spot »Etwas ist anders als sonst« existiert in zwei Varianten und sensibilisiert einmal aus weiblicher, einmal aus männlicher Perspektive für die Symptome sexuell übertragbarer Infektionen.

**Alle Spots können im BZgA-Medienarchiv
abgerufen werden: www.bzga-avmedien.de**



Einblicke in die interaktive Erlebnisausstellung »GROÙE FREIHEIT - liebe.lust.leben.«

Der persönliche Einsatz vor Ort entscheidet

Die intensivste Art der Aufklärung findet über qualifizierte Netzwerke und die direkte, persönliche Ansprache von Zielgruppen statt. Die BZgA hat deshalb von Beginn an ein umfangreiches Angebot von personalkommunikativen Maßnahmen in die Kampagne »GIB AIDS KEINE CHANCE« integriert.

Dazu gehören unter anderem die persönliche telefonische Beratung sowie die Online-Beratung, der frühere »Mitmach-Parcours zu Aids, Liebe und Sexualität« sowie die Ausstellung »GROÙE FREIHEIT - liebe.lust.leben.« zur HIV- und STI-Prävention. Alle Maßnahmen sind interaktiv und fördern daher besonders nachhaltige Lernprozesse und Einsichten.



Auf Tour: Mitmach-Parcours und »GROBE FREIHEIT«

Der »Mitmach-Parcours zu Aids, Liebe und Sexualität« wurde 1992 von der BZgA entwickelt und bis 2011 deutschlandweit eingesetzt. Die wichtigsten Zielgruppen waren Schulklassen und Auszubildende, aber auch ältere Zielgruppen verschiedener Berufsgruppen. Der Parcours wurde jedes Jahr in ca. 50 Städten durchgeführt und erreichte dabei rund 20.000 Jugendliche und junge Erwachsene. Die Methode basiert auf dem Prinzip des handlungsorientierten Lernens an Stationen.

Das Konzept des Mitmach-Parcours ist bis heute sehr beliebt. International haben mehr als 25 Länder, darunter etwa El Salvador, Äthiopien, die Ukraine und die Mongolei, das Format adaptiert. Unterstützt wurden diese internationalen Kooperationen von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

Als Folgeprojekt zum früheren Mitmach-Parcours ist seit Juni 2013 die mobile Ausstellung »GROBE FREIHEIT - liebe.lust.leben.« der BZgA im Einsatz. An über 50 interaktiven Stationen wird ein spielerischer, lebensnaher Zugang zur Prävention von HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen eröffnet.

In die Entwicklung der mobilen Ausstellung sind auch das erfolgreiche Konzept und die Erfahrungen des Mitmach-Parcours eingeflossen. Die Ausstellung »GROBE FREIHEIT - liebe.lust.leben.« macht jedes Jahr in acht Städten verschiedener Bundesländer Station. Jeder Einsatz wird in enger und partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den lokalen Fach- und Beratungsstellen durchgeführt.



HIV-Prävention in Schulen

Ein zentraler Baustein der Präventionsarbeit der BZgA ist die HIV-Prävention in Schulen. Umfassende Sexual- und HIV-Aufklärung ist heute als Teil schulischer Gesundheitserziehung und -förderung fest verankert. Umfragen zeigen: Nahezu alle Schülerinnen und Schüler erhalten in der Schule Informationen zum Thema HIV/AIDS. Die Materialien, die von der BZgA für den Unterricht in Schulen erstellt werden, spielen dabei eine wichtige Rolle. Sie werden ständig aktualisiert und durch neue Angebote ergänzt.

Darüber hinaus gibt es viele zusätzliche Angebote zur Prävention von HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen für Pädagoginnen und Pädagogen, wie beispielsweise ein umfangreiches Angebot von aktionsorientierten Anregungen für die pädagogische Arbeit mit unterschiedlichen Alters- und Zielgruppen in Form eines Methodenfinders und eines daran anknüpfenden Methodenheftes.





Die »JugendFilmTage«

Die »JugendFilmTage« zu den Themen Sexualität, Liebe, Freundschaft und HIV/AIDS wurden im Jahr 2000 von verschiedenen Hamburger Institutionen gemeinsam mit der BZgA entwickelt.

Sie stellen eines der erfolgreichsten personalkommunikativen Projekte in der Sexualaufklärung und HIV-Prävention 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 erreicht werden.

Das anfangs mit »Komplett-Service« angebotene Konzept der »JugendFilmTage« setzte die BZgA in den Jahren 2001 bis 2003 deutschlandweit rund 30 Mal erfolgreich als Veranstalterin in enger Zusammenarbeit mit regionalen Kooperationsnetzwerken um. Aufgrund des großen Erfolges stieg die bundesweite Nachfrage kontinuierlich an, auch kleinere Kommunen meldeten verstärkt Interesse an. Um dem Bedarf gerecht zu werden, wurde der Umfang des Pakets reduziert - im Gegenzug konnte die Zahl der »JugendFilmTage«-Projekte von knapp zehn auf über 40 gesteigert werden.

Die beteiligten Netzwerke wurden verstärkt in der Projektorganisation und -umsetzung geschult und dadurch in die Lage versetzt, eigenständig »JugendFilmTage« durchzuführen. Gefördert durch Coachingveranstaltungen von Präventionsberaterinnen und -beratern der BZgA entwickelte sich bundesweit ein starkes Engagement in den Kommunen und Ländern, aus denen bis heute regelmäßige »JugendFilmTage« mit unterschiedlichen konzeptionellen Schwerpunkten hervorgehen.

Seit 2012 werden die »JugendFilmTage« federführend von Präventionsnetzwerken vor Ort ausgerichtet. Die BZgA unterstützt sie mit Materialien, Filmempfehlungen sowie mit einem Online-Internetleitfaden, der das Konzept und die Gestaltungsmöglichkeiten umfangreich darstellt.

**Nähere Informationen zu den
»JugendFilmTagen« gibt es unter
www.jugend-film-tage.de**

Persönlich und anonym: die Beratungsangebote

Eine wichtige Ergänzung zur massenmedialen HIV-Aufklärung ist die anonyme und persönliche Telefonberatung zu HIV/AIDS und anderen sexuell übertragbaren Infektionen. Sie war von Anfang an integraler Bestandteil der Kampagne »GIB AIDS KEINE CHANCE«. Und die Nachfrage ist ungebrochen hoch: Pro Jahr werden etwa 20.000 - zum Teil sehr ausführliche - Beratungen durchgeführt.

Das niedrighschwellige Angebot erleichtert es den Ratsuchenden, individuelle Fragen und Probleme offen anzusprechen. Die Beratung übernimmt ein interdisziplinäres Fachteam mit psychosozialer und medizinischer Expertise zu den Themen Übertragungswege, Safer Sex, epidemiologische Fragestellungen, HIV-Tests sowie Testsicherheit. Auch »neuere« Themen wie etwa die Präexposition prophylaxe (PrEP) oder mögliche Sofortmaßnahmen nach Risikokontakten gehören zum Repertoire der Beraterinnen und Berater.

Psychosoziale Aspekte sind ebenfalls Teil des Beratungsangebots, etwa der Umgang mit der eigenen HIV-Infektion oder mit HIV-Betroffenen im sozialen Umfeld oder die Entwicklung von unbegründeten Ängsten vor HIV. Die Telefonberatung erfüllt eine erste klärende Funktion für Lebenssituationen, die häufig komplizierter sind. 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 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren an.

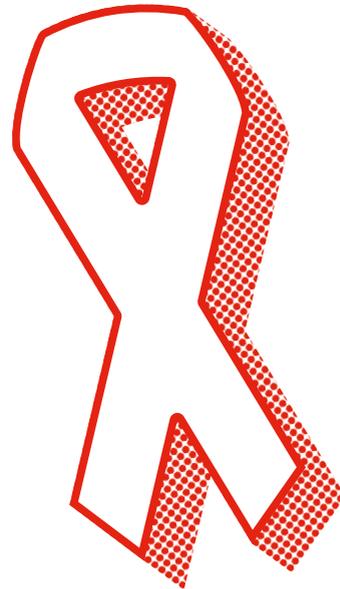
Seit 2006 ist das Beratungsteam der BZgA über **www.aidsberatung.de** auch online erreichbar. Dort gibt es außerdem Antworten auf häufig gestellte Fragen sowie eine aktuelle Übersicht über örtliche Beratungsstellen.



**Persönliche Beratung der BZgA:
Tel. 0221 892031 bzw. 0180 5555444
(Sondertarif) oder im Internet unter
www.aidsberatung.de**

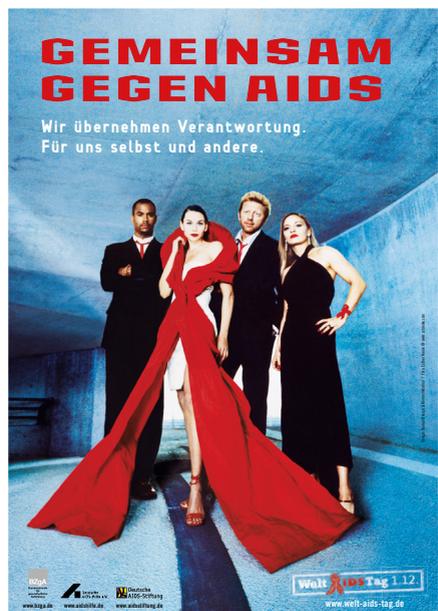
4.2 Der Welt-AIDS-Tag

Seit 1988 rufen Regierungen, NGOs und viele andere Organisationen einmal pro Jahr HIV und AIDS besonders ins Gedächtnis - und zwar in aller Welt. Die besondere mediale Aufmerksamkeit anlässlich des Welt-AIDS-Tags wird in Deutschland vom Bundesministerium für Gesundheit, der BZgA, der Deutschen AIDS-Hilfe und der Deutschen AIDS-Stiftung mit der Gemeinschaftskampagne »Positiv zusammen leben« genutzt. Mit einer bundesweiten Plakatkampagne sowie vielfältigen Aktionen und Maßnahmen im Internet und vor Ort wird die Diskriminierung und Stigmatisierung Betroffener und Gefährdeter thematisiert, die auch in Deutschland leider noch immer verbreitet ist.





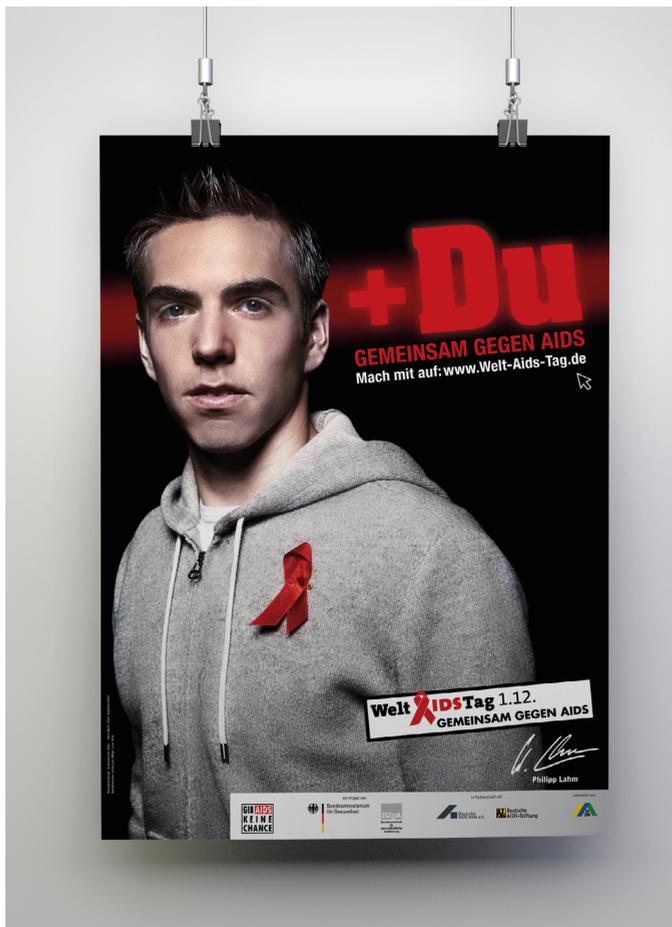
Motive zur Welt-AIDS-Tag-Kampagne, 2005 und 2006



Von Prominenten zu Gesichtern aus dem Leben

Im Laufe der Jahre hat sich die Kampagne zum Welt-AIDS-Tag konzeptionell weiterentwickelt. Dabei ist sie immer mutiger und lebensnäher geworden. Am Anfang stand die prominente Unterstützung im Mittelpunkt. Boris Becker, Hannelore Elsner, Thomas Hermanns, Verona Pooth und viele andere brachten als ehrenamtliche Botschafter ihre Solidarität auf Plakaten, in TV- und Kino-Spots zum Ausdruck. Im Jahr 2010 traten dann erstmals HIV-positive Menschen selbst an die Öffentlichkeit und berichteten von ihren alltäglichen Erfahrungen im Leben mit HIV. Die Kampagne »Positiv zusammen leben - aber sicher!« sollte die Öffentlichkeit motivieren, sich mit HIV und AIDS auseinanderzusetzen - und Stigmatisierung und Diskriminierung abzubauen. Zu den ersten inhaltlichen Schwerpunkten gehörten Themen wie »HIV und Freundschaft«, aber auch »HIV und Arbeit«.

Das neue Konzept war auf Anhieb erfolgreich: Es gab durchweg positive Kommentare und Rückmeldungen, zahlreiche Medien berichteten über die Kampagne und ihre Botschaft. Eine Kampagne dieser Art gab es bisher europaweit in keinem anderen Land. Im Folgejahr wurde erstmals im Rahmen der Gemeinschaftskampagne zum Welt-AIDS-Tag ein TV- und Kino-Spot produziert, bei dem die HIV-positiven Botschafterinnen und Botschafter im Mittelpunkt standen.



Motiv zur Welt-AIDS-Tag-Kampagne, 2008

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

BZgA

Bundeszentrale
für gesundheitliche
Aufklärung

IN PARTNERSCHAFT MIT:

Deutsche
AIDS-Hilfe

Deutsche
AIDS-Stiftung

**HIV
POSITIV
& MUTTER
SEIN?**

Zübeyde, 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

BZgA Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

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

Motive zur Welt-AIDS-Tag-Kampagne, 2011

**HIV
POSITIV
& ARBEITEN?**

Thomas, 38 Jahre
Mutter und Lackschweißer
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

BZgA Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

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

Gewissensfragen mit guten Antworten

Die Kampagne im Jahr 2014 und 2015 legte den Schwerpunkt auf Gewissensfragen. Durch direkte, persönliche Fragen thematisierte sie unbegründete Ängste vor einer HIV-Übertragung im Alltag, die noch immer zu Diskriminierung von Menschen mit HIV führen: Verändert HIV für dich einen Flirt? Wie reagierst du auf einen positiven Kollegen oder WG-Partner?

Fragen wie diese und darauf zugeschnittene eingängige Informationen halfen dabei, Ängste zu erkennen und hinter sich zu lassen. Zentrale Aussage der Kampagne: HIV ist im alltäglichen Umgang nicht entscheidend. Wir alle können unbesorgt »positiv zusammen leben«.

**WAS,
WENN DIE
ERZIEHERIN
HIV HAT?**
*Hauptsache,
sie hat starke
Nerven.*

POSITIV
ZUSAMMEN
LEBEN.
WELT-AIDS-TAG.DE

AM 01.12. IST
WELT-AIDS-TAG!

Konzept & Design: danielbohmann.de, Köln

ENE KAMPAGNE VON Bundesministerium für Gesundheit Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

IN PARTNERSCHAFT MIT Deutsche AIDS-Hilfe Deutsche AIDS-Stiftung

UNTERSTÜTZT VON PKV Bundesministerium für Arbeit und Soziales Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

**WAS
MACHST DU,
WENN DEIN
BESTER
FREUND HIV
HAT?**
*Alles, was wir
immer
machen.*

POSITIV
ZUSAMMEN
LEBEN.
WELT-AIDS-TAG.DE

AM 01.12. IST
WELT-AIDS-TAG!

ENE KAMPAGNE VON Bundesministerium für Gesundheit Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

IN PARTNERSCHAFT MIT Deutsche AIDS-Hilfe Deutsche AIDS-Stiftung

UNTERSTÜTZT VON PKV Bundesministerium für Arbeit und Soziales Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Motive zur Welt-AIDS-Tag-Kampagne, 2014 und 2015

WAS MACHST DU, WENN DEIN DATE HIV HAT?

Weiter kräftig
Komplimente.

POSITIV
ZUSAMMEN
LEBEN.
WELT-AIDS-TAG.DE



AM 01.12. IST
WELT-AIDS-TAG!

EINE KAMPAGNE VON



IN PARTNERSCHAFT MIT



UNTERSTÜTZT VON



Nähere Infos sowie die Anzeigen
und Spots der Kampagne sind auf
www.welt-aids-tag.de abrufbar.

4.3 2016: Aus »GIB AIDS KEINE CHANCE« wird »LIEBESLEBEN«



**Es ist deins.
Schütze es.**

Eine der bekanntesten Marken Deutschlands tauscht man nicht ohne Grund aus. Seit 2010 ist die STI-Prävention in Deutschland eng mit der HIV-Prävention verknüpft. Die etablierte Dachmarke »GIB AIDS KEINE CHANCE« konnte nicht als Absender für eine integrierte Kommunikation zu HIV und STI dienen. Um Synergien stärker nutzbar zu machen und gleichzeitig die große Themenbreite und die Vielfalt der verfolgten Ziele mit gleichbleibenden Mitteln zu erreichen, wurde die neue Dachmarke »LIEBESLEBEN« entwickelt.

Mit »LIEBESLEBEN« erhält die HIV- und STI-Prävention ein neues Dach, das deutlich stärker auf thematische Vielfalt ausgelegt ist. Unabhängig davon, wie sich die Schwerpunkte in den kommenden Jahren oder gar Jahrzehnten wandeln werden, ist diese Marke als umfassende Klammer der Kampagne einsetzbar. Der Markenname »LIEBESLEBEN« macht schnell deutlich, welches Themenfeld Gegenstand der Kommunikation ist. Er ruft positive Assoziationen hervor und steht für die komplette Bandbreite der Sexualität – von romantischer Liebe bis zu Lust und Leidenschaft. Damit eignet er sich zur emotionalen Ansprache der gesamten Bevölkerung sowie auch einzelner Teilzielgruppen.

Aus eins wird zwei: die neuen Kernbotschaften

Bei der bisherigen HIV-Prävention konnte sich die Kampagne lange Zeit auf eine klare Botschaft fokussieren - die Benutzung von Kondomen. Die Einbindung der anderen STI macht die Situation etwas komplexer, weil Kondome allein nicht immer einen ausreichenden Schutz bieten. Die Bandbreite der möglichen Präventionsmaßnahmen zu sexuell übertragbaren Infektionen wiederum ist groß. Sie reicht von Safer Sex über das Partnergespräch bis zu Screening-Angeboten und Impfungen. In der persönlichen Kommunikation und den unterstützenden Medien wie Broschüren oder Webportalen spiegelt sich diese Vielfalt in vollem Umfang wider. Um die Bevölkerung auf breiter Basis massenmedial zu erreichen, braucht es aber eine Vereinfachung der Botschaften.

Auf Plakaten, in Spots und allen anderen massenmedialen Auftritten wurde die Botschaft der Kampagne daher auf zwei Grundaussagen komprimiert.

Kernbotschaft eins ist und bleibt die »Kondomnutzung beim Sex«. In dieser Hinsicht kann die neue Kampagne nahtlos an die Erfolge der bisherigen Kampagne anknüpfen. Die Bekanntheit und Umsetzung der Kondombotschaft in der Bevölkerung ist sehr hoch, hier gilt es, das Gelernte zu erhalten und weiter auszubauen.

Kernbotschaft zwei lautet: »Wenn etwas nicht stimmt, ab zum Arzt«, und stellt damit die Achtsamkeit und die ärztliche Beratung in den Mittelpunkt. Damit wird für mögliche Symptome sensibilisiert und die Hemmschwelle für einen Arztbesuch gesenkt. Gerade für die symptomarmen STI ist Letzteres entscheidend. Schon bei kleinen Unsicherheiten und körperlichen Irritationen könnte es ratsam sein, den Arzt aufzusuchen - dazu will »LIEBESLEBEN« ermutigen.

Um die erfolgreiche Umsetzung der zweiten Kernbotschaft zu gewährleisten, bedarf es einer frühzeitigen Diagnose und einer kompetenten Behandlung. Darum spielt auch der Ausbau der Kooperationen mit Ärzteschaft und Gesundheitswesen eine wichtige Rolle in der Kampagnenplanung.

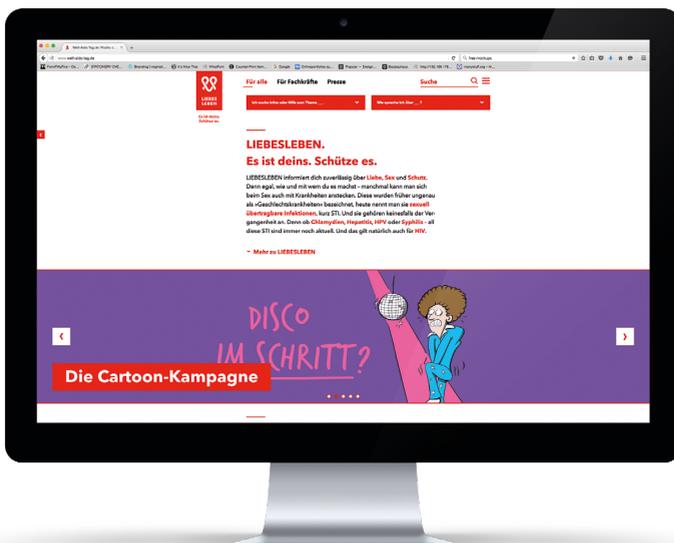
Die richtige Mischung aus Neu und Alt: Medien und Maßnahmen

Die sichtbarste Veränderung durch »LIEBESLEBEN« zeigt sich auf den Großflächen-Plakaten in ganz Deutschland. Die massenmediale Ansprache setzt auf gezeichnete Cartoon-Charaktere, um Aufmerksamkeit und Sympathie zu gewinnen. Mit der neuen Marke sind auf allen Ebenen Veränderungen im kommunikativen Auftritt verbunden. Trotzdem bleiben einige Bausteine auch zukünftig wichtig.

Die Cartoon-Kampagne

Im Mai 2016 feierten die neuen Cartoon-Motive von »LIEBESLEBEN« ihre Premiere – auf über 65.000 Großplakat-Flächen in ganz Deutschland. Damit wurden die beiden neuen Kernbotschaften zum ersten Mal mit Leben gefüllt. Die Cartoons sind auch in Anzeigen, auf Postkarten und im Internet zu sehen. Außerdem gibt es kurze animierte Filme.

Mit den Illustrationen setzt die neue Marke auch auf einen neuen Kommunikationsstil. Die Cartoons erleichtern es den Betrachtenden, sich den Themen HIV und STI zu öffnen. Die humorvolle Ausrichtung nimmt dem Thema die Scham und ermutigt zu einem offenen Umgang.



Online-Auftritt von »LIEBESLEBEN«



Motive der »LIEBESLEBEN«-Cartoon-Kampagne, 2016



WENN'S IM SCHRITT BRENNT.

AB ZUM ARZT.

www.liebesleben.de

Das Abbild der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist ein eingetragenes Zeichen der BZgA. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit.

RECHENRAB
REISEVEREINIGUNG E.V.

PKV
Vereinigter der Privaten Krankenkassen

BZgA
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

LIEBES LEBEN

Motive aus den Jahren 2016 und 2017

EGAL WORAUF IHR STEHT.

BENUTZT KONDOME.

GIB AIDS KEINE CHANCE

LIEBES LEBEN

www.liebesleben.de

Das Abbild der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist ein eingetragenes Zeichen der BZgA. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit.

RECHENRAB
REISEVEREINIGUNG E.V.

PKV
Vereinigter der Privaten Krankenkassen

BZgA
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

DAS VOLLE PROGRAMM?

BENUTZT KONDOME.

LIEBES LEBEN

www.liebesleben.de

Es ist deins. Schütze es.

Das Abbild der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist ein eingetragenes Zeichen der BZgA. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit. Die BZgA ist eine Einrichtung des Bundesministeriums für Gesundheit.

BZgA
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

Humor ist besonders geeignet, um tabuisierte Themen anzusprechen.

- Er baut eine Brücke, sich mit unangenehmen und/oder ernsten Themen auseinanderzusetzen.
- Durch die Abweichung von Erwartetem erhöht Humor die Aufmerksamkeit.
- Erhöhte Aufmerksamkeit fördert die Bereitschaft, sich mit einer Botschaft auseinanderzusetzen, die Botschaft zu verarbeiten und zu verstehen.
- Gleichzeitig wird durch intensivere Botschaftsverarbeitung auch die Erinnerung an die Botschaftsinhalte gefördert.
- Humor ruft positive Gefühle hervor, die auf die Botschaft und deren Inhalte sowie die beworbene Marke übertragen werden können.

Postkarten der »LIEBESLEBEN«-Cartoon-Kampagne, 2016

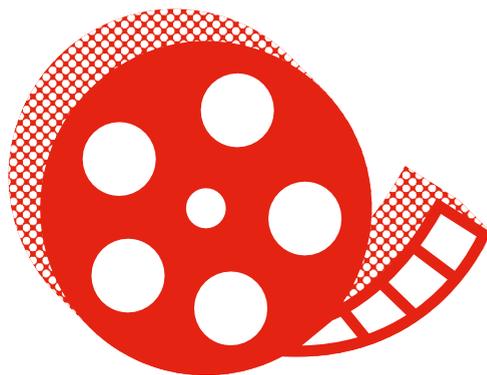


Überraschendes Wiedersehen im Supermarkt

In den 1990er Jahren war dieser TV- und Kino-Spot absoluter Kult. Ingolf Lück als schüchterner Jüngling, der unauffällig Kondome im Supermarkt kaufen will, und Hella von Sinnen, die als Kassiererin quer durch den Laden brüllt: »Tina, wat kosten die Kondome?«

Zum Start von »LIEBESLEBEN« kehrt Ingolf Lück zurück in den Supermarkt. Und erlebt an der Kasse wieder eine kuriose Geschichte, die Kondome ins Gespräch bringt. Damit schlägt der Spot eine Brücke zur neuen Kampagne und betont, dass bewährte Elemente auch unter »LIEBESLEBEN« fortgeführt werden.

Der Spot kommuniziert offensiv den Markenwechsel. Aus »GIB AIDS KEINE CHANCE« wird »LIEBESLEBEN« - eine der erfolgreichsten Gesundheitskampagnen in Deutschland bekommt einen neuen Namen. Gleichzeitig setzt er die Kondombotschaft humorvoll in Szene.





Impressionen aus dem
»Supermarkt«-Werbespot,
2016



Fortbildungs-Curriculum für Ärztinnen und Ärzte

Die Ärzteschaft spielt in der Primär- und Sekundärprävention von sexuell übertragbaren Infektionen eine wichtige Rolle, da sie eine der ersten Anlaufstellen ist, wenn Menschen sich Sorgen machen, ob sie sich mit einer STI angesteckt haben könnten. Da viele Infektionen oftmals symptomlos verlaufen, bietet sich im Arzt-Patienten-Gespräch bei Regeluntersuchungen zudem die Möglichkeit, eventuelle Risikosituationen für STI abzuklären und durch frühzeitige Diagnostik und Behandlung Folgeschäden vorzubeugen.

Zur Unterstützung der Ärztinnen und Ärzte hat die BZgA gemeinsam mit der Deutschen STI-Gesellschaft und in Kooperation mit ärztlichen Fachgesellschaften, dem Robert Koch-Institut sowie Sexual- und Kommunikationswissenschaftlern ein Fortbildungs-Curriculum entwickelt, das aus E-Learning-Einheiten und Präsenzphasen besteht und mit einer Zertifizierung abschließt. In Kooperation mit der Ärztekammer Westfalen-Lippe wird dieses Curriculum seit Ende 2016 erstmals in einem Pilotprojekt umgesetzt.



»LIEBESLEBEN«-Broschüren
im Kontext der ärztlichen Praxis



Informationsmaterialien für die ärztliche Praxis

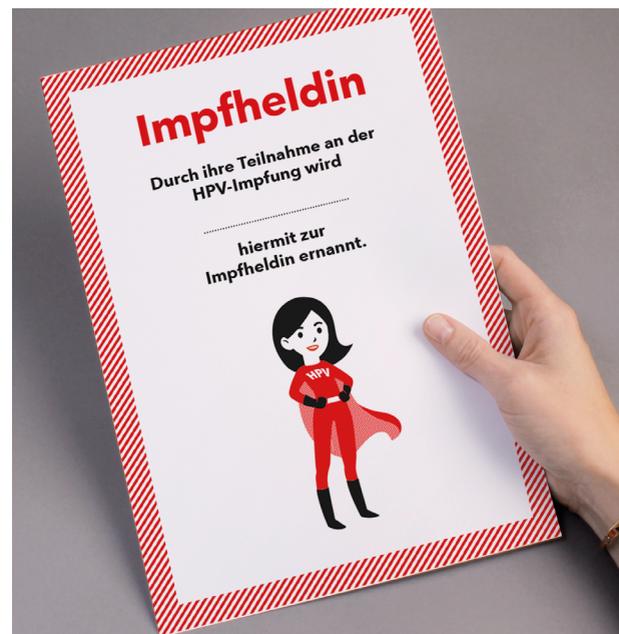
Ebenfalls zur Unterstützung der Ärzteschaft bei der Beratung ihrer Patientinnen und Patienten hat die BZgA gemeinsam mit ärztlichen Fachgesellschaften und dem Robert Koch-Institut neue Informationsmaterialien zum Thema sexuell übertragbare Infektionen (STI) entwickelt. Sie sollen über die Prävention und Behandlung von Chlamydien-Infektionen informieren und Patientinnen und Patienten zur Impfung gegen Humane Papillomviren (HPV) motivieren.

Die Materialien zur Chlamydien-Infektion beinhalten ein Faktenblatt, das die wichtigsten Aspekte zu Verbreitung, Übertragungswegen, Diagnostik, Behandlung und Prävention zusammenfasst. Ein Plakat und ein Flyer machen die Patientinnen und Patienten im Wartezimmer auf diese Infektion aufmerksam.

Zum Thema HPV-Impfung liefert ein Informationsblatt den Ärztinnen und Ärzten die wichtigsten Informationen übersichtlich in Kurzform. Zusätzlich soll ein Ratgeber für Eltern/Erziehungsberechtigte die Bereitschaft zur Impfung von Mädchen im Alter von neun bis 14 Jahren erhöhen. Er informiert über die HPV-Infektion, die verfügbaren Impfstoffe und die Empfehlungen zum Impfalter für junge Menschen. Um die Zielgruppe der jungen Mädchen zur HPV-Impfung zu motivieren, können diese in der ärztlichen Praxis durch eine Urkunde und ein Armband zu »Impfheldinnen« ernannt werden.

In einer bundesweit angelegten Versandaktion erhielten Arztpraxen der Fachrichtungen Gynäkologie und Geburtshilfe, Kinderheilkunde und Jugendmedizin sowie Allgemeinmedizin 2016 die neuen Materialien der BZgA. Sie können darüber hinaus – wie viele andere Materialien auch – von allen interessierten Ärztinnen und Ärzten anderer Fachrichtungen und allen Beratungsstellen kostenlos bei der BZgA angefordert werden.

»LIEBESLEBEN«-Urkunde Impfheldin



Die Konstanten: weitere Maßnahmen

Neben vielen Neuerungen in der HIV- und STI-Kommunikation gibt es Konstanten. Viele Elemente der Kampagne »GIB AIDS KEINE CHANCE« haben sich in den vergangenen Jahren nachhaltig bewährt und werden auch unter dem Dach von »LIEBESLEBEN« weitergeführt, sofern sie in das Konzept der integrierten HIV- und STI-Prävention passen.

Hierzu gehört ein umfangreiches Broschüren- und Methodenangebot, das in das neue grafische Erscheinungsbild von »LIEBESLEBEN« übertragen wurde. Ein einheitlicher, sehr kraftvoller Rahmen mit Signalfarben, großer Schrift und auffälligen Elementen verbindet die unterschiedlichen Kampagnenelemente und -ebenen auf den ersten Blick. Durch seine Klarheit wird die Informationsaufnahme erleichtert, der gesamte Auftritt wirkt modern und dabei doch zeitlos.



Jutebeutel von »LIEBESLEBEN«



»LIEBESLEBEN«-Fotoshooting, 2016



Wartezimmerplakat von »LIEBESLEBEN«



Broschüren von »LIEBESLEBEN«



Illustrationen aus dem »LIEBESLEBEN«-Methodenheft



Kondomverpackungen von »LIEBESLEBEN«

Das Kampagnenportal von »LIEBESLEBEN« mit den aktuellen Motiven, Spots und umfangreichen Informationen finden Sie unter www.liebesleben.de.

»LIEBESLEBEN« ist auch auf Facebook, Twitter und YouTube vertreten:

 /liebesleben.de

 @LIEBESLEBEN_DE

 LIEBESLEBEN

»GROBE FREIHEIT«

Die Erlebnisausstellung »GROBE FREIHEIT - liebe.lust.leben.« hat bei ihren Einsätzen im Jahr 2016 den Markenwechsel von »GIB AIDS KEINE CHANCE« zu »LIEBESLEBEN« in allen Bundesländern vor Ort begleitet. Die Ausstellung leistet wertvolle Dienste dabei, den Menschen das Thema HIV- und STI-Prävention im wahrsten Sinne des Wortes näherzubringen und lokale Partnerinnen und Partner bei ihrer Arbeit zu unterstützen. Ein neues niedrigschwelliges, persönlkommunikatives Projekt zur HIV- und STI-Prävention und sexuellen Gesundheit an Schulen (außer Grundschulen) befindet sich aktuell in der Entwicklung, soll 2019 erprobt werden und danach die »GROBE FREIHEIT« ablösen.



Einblicke in die Erlebnisausstellung
»GROBE FREIHEIT - liebe.lust.leben.«, 2016

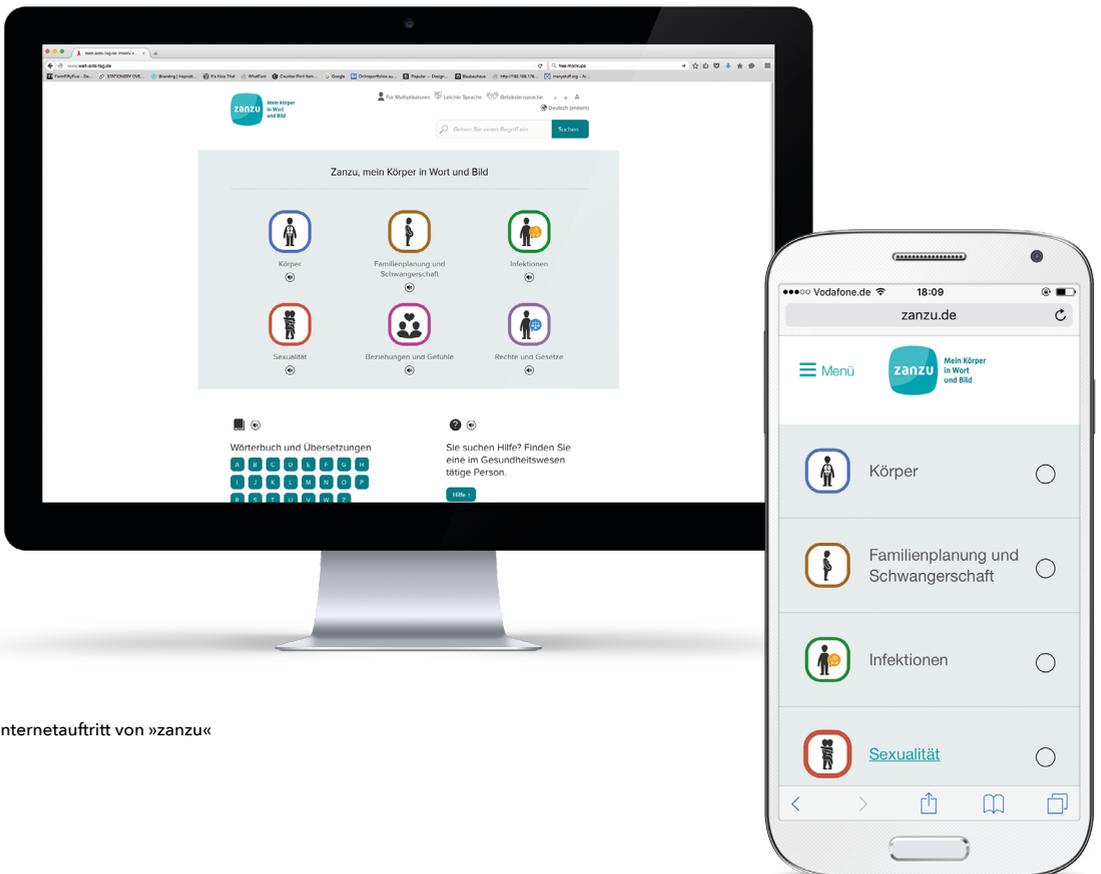




»Zanzu« - ein multilinguales Online-Portal

Ebenfalls im Jahr 2016 wurde das multilinguale Online-Angebot **www.zanzu.de** öffentlich vorgestellt und zur Nutzung freigegeben. Das Portal wurde von der BZgA in Kooperation mit der belgischen Nichtregierungsorganisation Sensoa erarbeitet. Ein nationales und internationales Beratungsgremium, in dem auch die WHO vertreten ist, hat das Projekt begleitet.

In 13 Sprachen werden einfache Erklärungen zu Themen wie Körper, Schwangerschaft und Geburt, Verhütung, HIV und andere sexuell übertragbare Infektionen, Sexualität und Beziehungen, Rechte und Gesetze in Deutschland sowie zu Hilfe- und Beratungsstrukturen angeboten. Beratungsstellen sowie Ärztinnen und Ärzte erhalten mit **www.zanzu.de** eine konkrete Arbeitshilfe für die tägliche Beratungspraxis. Erwachsene Menschen, die noch nicht lange in Deutschland leben, finden einen diskreten Zugang zu fachlich fundiertem Wissen im Bereich sexueller und reproduktiver Gesundheit.



Internetauftritt von »zanzu«



Kampagnenmotiv zum Welt-AIDS-Tag, 2016

Auch weiterhin: positiv zusammen leben

Der Abbau von Diskriminierung und Ausgrenzung gegenüber Menschen mit HIV bleibt unter dem Dach von »LIEBESLEBEN« ein wichtiges Anliegen. Die Gemeinschaftskampagne von BZgA, Bundesgesundheitsministerium, Deutscher AIDS-Hilfe und Deutscher AIDS-Stiftung wird darum auch zukünftig den wichtigen Kommunikationsanlass des Welt-AIDS-Tags nutzen, um auf das Thema HIV hinzuweisen und unter dem Motto »positiv zusammen leben« zum Abbau von Vorurteilen und Ängsten beizutragen.

Nachdem in den vergangenen Jahren die puren Gewissensfragen das Bild der Kampagne prägten, standen für 2016 wieder die Menschen im Blickpunkt. Drei HIV-positive Menschen gaben der Kampagne ihr Gesicht – stellvertretend für aktuell rund 85.000 Menschen, die in Deutschland mit HIV leben. Mit persönlichen Statements auf Schildern weisen sie darauf hin, dass angesichts der medizinischen Weiterentwicklung der Umgang mit Vorurteilen fast schwieriger ist als der mit HIV/AIDS.

5

Ein starkes Netzwerk

Einer der Schlüssel zum Erfolg der HIV- und STI-Prävention in Deutschland liegt in der engen Zusammenarbeit der BZgA mit ihren Partnern, in der sich die jeweiligen Stärken optimal ergänzen. Und auch auf der internationalen Ebene kooperiert die BZgA mit Organisationen und Expertinnen und Experten aus aller Welt.

5.1 Zusammenarbeit auf staatlicher Ebene: Bundesländer, Robert Koch-Institut und Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit

Im Spektrum der Kooperationspartner haben sowohl die Bundesländer als auch die spezialisierten Organisationen der Bundesregierung ihren festen Platz. Dort, wo sich Überschneidungen zwischen den einzelnen Fachgebieten ergeben, besteht seit über 30 Jahren eine enge Zusammenarbeit.

Die Bundesländer

Der fachliche Austausch zwischen Bund und Ländern sowie zwischen den Ländern untereinander wird durch das Bund-Länder-Gremium zur Prävention von HIV/AIDS, STI und Hepatitiden sichergestellt. Dieses Gremium tagt zweimal jährlich unter Leitung der BZgA. In den gemeinsamen Sitzungen werden aktuelle Präventionsmaßnahmen diskutiert, epidemiologische Veränderungen analysiert und möglicher Handlungsbedarf abgestimmt.

Robert Koch-Institut (RKI)

Das Robert Koch-Institut ist die zentrale Einrichtung der Bundesregierung auf dem Gebiet der Krankheitsüberwachung, der Epidemiologie sowie der anwendungs- und maßnahmenorientierten biomedizinischen Forschung. Die Kernaufgaben liegen in der Erkennung, Verhütung und Bekämpfung von Krankheiten, insbesondere von Infektionskrankheiten, zu deren Verbreitung epidemiologische Übersichten für Deutschland erstellt werden. Dazu gehören auch HIV/AIDS und andere sexuell übertragbare Infektionen. Die BZgA arbeitet mit dem RKI nicht nur bei den Datengrundlagen für die Präventionsarbeit zusammen, sondern auch bei der Umsetzung von Präventionsmaßnahmen, wie zum Beispiel bei der Erstellung von Materialien für die Ärzteschaft.

Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)

Als Dienstleister unterstützt die GIZ die Bundesregierung bei der Umsetzung und Erreichung der gesetzten Ziele in der internationalen Zusammenarbeit.

Gemeinsam mit der GIZ hat die BZgA den von 1992 bis 2011 durchgeführten »Mitmach-Parcours zu Aids, Liebe und Sexualität« zu einem sehr gefragten Exportartikel gemacht. Heute steht vor allem die gemeinsame Organisation von Delegationsreisen und Konferenzen zum Fachaustausch im Vordergrund. Insbesondere mit der Ukraine und Südafrika hat es in den letzten Jahren einen engen fachlichen Austausch gegeben, in dem beide Seiten neue Erkenntnisse gewinnen konnten.



**Nähere Informationen finden Sie online:
www.rki.de, www.giz.de**

5.2 Nah an den Zielgruppen: Deutsche AIDS-Hilfe und Deutsche AIDS-Stiftung

Die Verantwortung für die HIV- und STI-Prävention liegt ganz bewusst nicht allein in den Händen der BZgA und des Bundesgesundheitsministeriums. Die gezielte Aufgabenteilung zwischen staatlichen und nichtstaatlichen Organisationen spielt eine zentrale Rolle in der HIV- und STI-Prävention und ermöglicht eine bessere Ansprache der verschiedenen Zielgruppen. Besonders von HIV/AIDS und STI bedrohte und betroffene Gruppen (»Key Populations«) werden von Partnerorganisationen angesprochen, die einen direkten Zugang zu diesem Personenkreis haben. Die enge Kooperation zwischen Bund und Ländern sowie die Zusammenarbeit mit den Beratungsfachkräften in den örtlichen Gesundheitsämtern, den AIDS-Hilfen und anderen Beratungsstellen vor Ort fördern die bundesweite Wirkung der HIV- und STI-Präventionsmaßnahmen auf allen Ebenen.

Deutsche AIDS-Hilfe e.V. (DAH)

Seit der Gründung der Deutschen AIDS-Hilfe 1983 arbeitet die BZgA eng mit diesem Dachverband von etwa 130 lokalen AIDS-Hilfen und Initiativen zusammen. Gerade die Kooperation spielt eine besonders wichtige Rolle. HIV- und STI-Prävention und -Aufklärung werden durch und mit den Zielgruppen umgesetzt. Die DAH erhält für ihre Arbeit Mittel aus dem Bundeshaushalt, die in Abstimmung mit der BZgA für verschiedene Maßnahmen und Aktivitäten eingesetzt werden.

Schon frühzeitig wurden die Weichen für eine effektive Arbeitsteilung zwischen den beiden Organisationen gestellt. Die BZgA deckt die Gesamtbevölkerung und insbesondere nachwachsende Generationen ab. Die Aktivitäten der DAH richten sich in erster Linie an die hauptsächlich von HIV und STI betroffenen und besonders gefährdeten Bevölkerungsgruppen. Dazu gehören insbesondere schwule Männer und andere Männer, die Sex mit Männern haben (MSM), sowie drogengebrauchende Menschen. Ohne den authentischen Einblick in die Lebensweisen und Kommunikationsstile der Betroffenengruppen wären diese nicht erreichbar. Hier ist es gerade der nichtstaatliche Absender, der die Glaubwürdigkeit fördert.

Durch umfangreiche Fortbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für regionale Mitgliedsorganisationen und Selbsthilfen stellt die DAH eine hohe Beratungsqualität vor Ort sicher. Außerdem entwickelt und produziert sie ein breites Angebot von Informationen für die unterschiedlichen Zielgruppen. Das Jahresarbeitsprogramm der DAH wird in enger Abstimmung mit der BZgA erarbeitet, um eine optimale Verzahnung der einzelnen Präventionsmaßnahmen zu erreichen.

Darüber hinaus setzen die BZgA und die DAH auch gemeinsam Projekte um, wie zum Beispiel die Gemeinschaftskampagne mit anderen Organisationen zum Welt-AIDS-Tag, in der Solidarität und Abbau von Stigma und Diskriminierung die zentralen Themen sind.

Deutsche AIDS-Stiftung (DAS)

Die gemeinnützige Deutsche AIDS-Stiftung setzt sich seit 1987 für die Verbesserung der Lebenssituation von Betroffenen ein. Sie unterstützt in besonderen sozialen Notlagen und fördert Projekte für und von Menschen mit HIV/AIDS - vor allem in Deutschland, aber auch international. Seit mehr als 25 Jahren ist die DAS bemüht, die Eigenständigkeit und Autonomie der von HIV und AIDS betroffenen Menschen zu gewährleisten und zu unterstützen. Die DAS ist in Deutschland die größte privatfinanzierte HIV-Hilfsorganisation. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit der BZgA ist die gemeinsame Kampagne zum Welt-AIDS-Tag für mehr Solidarität und gegen Stigmatisierung und Diskriminierung.



**Nähere Informationen finden Sie online:
www.aidshilfe.de, www.aids-stiftung.de**

5.3 Kompetenz aus erster Hand: ärztliche Fachgesellschaften

Verschiedene ärztliche Fachgesellschaften spielen in der HIV- und STI-Prävention eine wichtige Rolle. Dazu gehören die Fachgesellschaften der Mediziner, die sich schwerpunktmäßig mit HIV und anderen STI befassen. Die BZgA arbeitet in verschiedenen Projekten intensiv mit den Fachgesellschaften zusammen, um entsprechende Maßnahmen bedarfsgerecht zu planen und umzusetzen.

Deutsche STI-Gesellschaft e.V. (DSTIG) - Gesellschaft zur Förderung der Sexuellen Gesundheit

Die Fachgesellschaft zur Förderung der sexuellen Gesundheit bringt unterschiedliche Fachdisziplinen zusammen. Dazu gehören Gynäkologie, Urologie, Dermatologie, Psychologie, Epidemiologie, Sozialwissenschaft, »Public Health« sowie viele weitere ärztliche Berufsfelder.

Die DSTIG informiert über die Prävention, Forschung und Behandlung sexuell übertragbarer Infektionen. Sie fördert den wissenschaftlichen Austausch und organisiert Fortbildungsmaßnahmen sowie den Deutschen STI-Kongress.

Die DSTIG und die BZgA haben zusammen mit weiteren Fachgesellschaften ein curriculares Fortbildungsangebot für Ärztinnen und Ärzte entwickelt, das gemeinsam mit den Ärztekammern Westfalen-Lippe und Berlin pilotiert wird. Ziele der Fortbildung sind, Ärztinnen und Ärzten Wissen über HIV und andere STI sowie zur Kommunikation im sensiblen Bereich der sexuellen Gesundheit zu vermitteln.

Deutsche AIDS-Gesellschaft e.V. (DAIG)

Die wissenschaftliche Fachgesellschaft für HIV/AIDS in Deutschland fördert den wissenschaftlichen Austausch und engagiert sich im Bereich Therapieverbesserung, Forschung und Prävention. Oberste Zielsetzung sind die effektive Vermeidung von Neuinfektionen und das Erreichen einer möglichst hohen Lebensdauer bei gleichzeitiger Maximierung der Lebensqualität für Menschen mit HIV und AIDS. Das Engagement umfasst Forschung, Politik und internationale Kooperationen. So veranstaltet die DAIG unter anderem den Deutsch-Österreichischen AIDS-Kongress und veröffentlicht Therapie- und Prophylaxe-Leitlinien.

Deutsche Arbeitsgemeinschaft niedergelassener Ärzte in der Versorgung HIV-Infizierter e.V. (dagnä)

Die 1990 gegründete Vereinigung vertritt so gut wie alle hausärztlich und fachärztlich niedergelassenen HIV-Schwerpunktbehandlerinnen und -behandler sowie eine Vielzahl der Mitbehandlerinnen und -behandler.

Zu den zentralen Themenfeldern gehören die Prävention, Diagnostik und Behandlung der HIV-Infektion und ihrer Folgen sowie entsprechender Komorbiditäten - insbesondere von Hepatitis C. Die dagnä strebt an, die Qualität der Versorgung HIV-infizierter Menschen in Deutschland nachhaltig zu optimieren. Dazu gehört auch die Vernetzung der verschiedenen medizinischen Fachgebiete und -verbände, die für HIV und STI relevant sind.

Zusammenarbeit mit Ärzteverbänden, Fachgesellschaften und weiteren Kooperationspartnern

Die Ärzteschaft ist für die BZgA ein sehr wichtiger Kooperationspartner in der Prävention von STI. Eine enge Zusammenarbeit besteht bei der Konzeption und Erstellung von Materialien für die Prävention von STI in der ärztlichen Praxis, zum Beispiel zur HPV-Impfung und Chlamydien-Infektion.

Beteiligte Partner sind:

- Ärztliche Gesellschaft zur Gesundheitsförderung e.V. (ÄGGF)
- Berufsverband der Frauenärzte e.V.
- Deutsche Gesellschaft für Gynäkologie und Geburtshilfe e.V. (DGGG e.V.)
- Deutsche Gesellschaft für Psychosomatische Frauenheilkunde und Geburtshilfe e.V. (DGPFH)
- Deutsche STI-Gesellschaft e.V. (DSTIG) - Gesellschaft zur Förderung der Sexuellen Gesundheit
- Gesundheitsamt Stadt Köln
- Gesundheitsnetz Rhein-Neckar e.V.
- Hessisches Ministerium für Soziales und Integration
- HPV-Frauen-Netzwerk, Deutscher Akademikerinnenbund e.V. (DAB)
- pro familia - Deutsche Gesellschaft für Familienplanung, Sexualpädagogik und Sexualberatung e.V.
- Robert Koch-Institut (RKI)

5.4 Weltweit gemeinsam gegen HIV und STI: internationale Partner

Viren und Erreger machen nicht an Landesgrenzen halt. In einer Zeit der globalen Mobilität kommt es mehr denn je auf internationale Kooperationen an, um die Prävention gegen HIV und STI erfolgreich zu gestalten.

Weltgesundheitsorganisation (WHO)

Die 1948 gegründete Sonderorganisation der Vereinten Nationen befasst sich hauptsächlich mit Fragen der öffentlichen und internationalen Gesundheit in allen Regionen der Welt.

Das WHO-Regionalbüro für Europa ernennt (nach Zustimmung der WHO-Zentrale in Genf) sogenannte Kollaborationszentren. Diese führen im Rahmen ihrer Schwerpunkte für einen bestimmten Zeitraum vereinbarte Arbeitsprogramme durch. Die BZgA ist seit 2003 WHO-Kollaborationszentrum für sexuelle und reproduktive Gesundheit mit dem Schwerpunkt Sexualaufklärung. Sie kooperiert eng mit dem WHO-Regionalbüro für Europa und der WHO-Zentrale in Genf, zum Beispiel im Zuge der Entwicklung des WHO-Aktionsplans zur Förderung der sexuellen und reproduktiven Gesundheit. Außerdem leitet und koordiniert die BZgA die Arbeit der internationalen Expertengruppe zur Sexualaufklärung in Europa.

ECDC

Das European Centre for Disease Prevention and Control ist für die BZgA eine wichtige Quelle für Berichte zur epidemiologischen Situation von HIV und anderen STI in Europa.

Innerhalb der Europäischen Union hat das ECDC die Vorreiterrolle für eine Weiterentwicklung der epidemiologischen sowie der Verhaltens-Surveillance für HIV und andere STI übernommen. Das ECDC bezieht in diese strategische Weiterentwicklung regelmäßig die Expertise der BZgA mit ein und ist seinerseits in internationalen Projekten unter Koordination der BZgA vertreten, wie zum Beispiel im Advisory Board der Joint Action zur Qualitätsentwicklung der HIV-Prävention in Europa.

UNAIDS

UNAIDS wurde 1996 gegründet, um die internationalen Maßnahmen zur Bekämpfung von HIV zu koordinieren und zu begleiten sowie die Datenerhebung zu verbessern. UNAIDS ist ein zentraler Akteur, der Regierungen weltweit dabei unterstützt, Stigmatisierung und Diskriminierung gegenüber Menschen, die mit HIV leben, zu reduzieren. Die aktuelle UNAIDS-Strategie (2016–2021) fokussiert zudem darauf, die Prävention und Diagnostik von HIV-Infektionen zu stärken und den Zugang zur Behandlung weltweit für alle Menschen und alle Altersgruppen zu ermöglichen. Weitere zentrale Zielsetzungen sind der Ausbau von Sexualaufklärungsprogrammen und die Stärkung der Selbstbestimmung von Mädchen und jungen Frauen bezogen auf Verhütung und Schwangerschaft. Die »Strategie zur Eindämmung von HIV, Hepatitis B und C und anderen sexuell übertragbaren Infektionen« des Bundesministeriums für Gesundheit greift zentrale Elemente der Arbeit von UNAIDS auf und steht im Einklang mit den zentralen Zielsetzungen von UNAIDS.

Sensoa

Die NGO Sensoa ist die offizielle Partnerorganisation des flämischen Ministeriums für Vorsorge, Gesundheit und Familie. Sie setzt die Richtlinie der flämischen Regierung zur sexuellen Gesundheit um.

Gemeinsam mit Sensoa hat die BZgA das multilinguale Webportal **www.zanzu.de** entwickelt, das in 13 Sprachen einfach und anschaulich Informationen zu sexueller und reproduktiver Gesundheit bietet. Die Konzeption und Realisierung wurde durch ein nationales und ein internationales Beratungsgremium begleitet, in dem unter anderem auch die WHO mit ihrem Regionalbüro für Europa vertreten war. Das Portal richtet sich in erster Linie an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die erwachsene Migrantinnen und Migranten beraten und/oder behandeln, zum Beispiel an Ärztinnen und Ärzte sowie Beraterinnen und Berater, etwa in Schwangerschaftsberatungsstellen. Die Website kann aber auch von Migrantinnen und Migranten, die erst seit Kurzem in Deutschland leben und daher noch nicht über ausreichende Deutschkenntnisse verfügen, direkt besucht werden, um qualitätsgesicherte Informationen zu sexueller und reproduktiver Gesundheit zu erhalten.

»Zanzu« gibt es bisher in einer deutschen und einer belgischen Version. Die universellen Inhalte (zum Beispiel Informationen über den weiblichen Zyklus, Schwangerschaft oder sexuell übertragbare Infektionen) sind in der belgischen und der deutschen Version identisch. Informationen zu landesspezifischen Themen, zum Beispiel zur Verfügbarkeit von Verhütungsmitteln, zu Versorgungsmöglichkeiten, Rechten und Gesetzen, wurden von Sensoa und BZgA entsprechend gestaltet.

**Nähere Informationen finden Sie online:
www.euro.who.int/de, www.unaids.org,
www.ecdc.europa.eu, www.sensoa.de, www.zanzu.de**



Mein Körper
in Wort
und Bild

Informationen zu sexueller und reproduktiver Gesundheit in 13 Sprachen.



Der Körper



Familienplanung und
Schwangerschaft



HIV/STI



Sexualität



Beziehungen
und Gefühle



Rechte und Gesetze
in Deutschland

ZANU ist ein gemeinsames Projekt der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) und der belgischen Nichtregierungsorganisation SENSOA.

BZgA Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung

SENSOA



www.zanu.de

5.5 Unterstützung, die viel bewegt: Public-private-Partnerships

Neben gemeinnützigen und staatlichen Organisationen sowie internationalen Partnern leisten auch Privatunternehmen einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der HIV- und STI-Prävention. Ihre Unterstützung macht die flächendeckende Sichtbarkeit der Präventionsbotschaften und die daraus resultierende Bekanntheit von Kampagnen wie »GIB AIDS KEINE CHANCE«, »mach's mit« sowie der Marke »LIEBESLEBEN« erst möglich.

Die Aufgaben im Rahmen der HIV- und STI-Prävention sind vielfältig. Dieser Vielfalt gerecht zu werden, ist eine zentrale Voraussetzung für die erfolgreiche Ansprache der gesamten Bevölkerung Deutschlands mit den Präventionsbotschaften. Die Umsetzung einer großangelegten massenmedialen Mehr-Ebenen-Kampagne gelingt aber nur durch finanzielle und logistische Unterstützung von außen. Viele Fernseh- und Radiosender stellen kostenlose Sendeplätze für Spots zur Verfügung, zahlreiche Kinobetreiber beteiligen sich an den »JugendFilmTagen«. Außerdem haben die Agenturen »United Ambient Media« und »novum!« wiederholt die kostenlose Verteilung von Millionen Werbe-Postkarten realisiert.

Verband der privaten Krankenversicherung e.V. (PKV)

Der PKV-Verband unterstützt die Arbeit der BZgA im Bereich HIV und STI seit 2005 mit über drei Millionen Euro jährlich und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Prävention von HIV und anderen STI. Durch die Unterstützung der PKV konnten massenmediale Produktionen, wie zum Beispiel der aktuelle Kino-Spot »Wochenendeinkauf« als Hommage an den berühmten Spot »Supermarkt« mit Hella von Sinnen und Ingolf Lück, umgesetzt werden. Auch Maßnahmen, die in den Lebenswelten der Betroffenen angesiedelt sind, profitieren vom Engagement der PKV. Beispiele sind die Wanderausstellung »GROßE FREIHEIT - liebe. lust.leben.« der BZgA oder auch zwei geförderte Projekte der DAH im Bereich Online-Beratung und Fortbildung der Ärzteschaft.

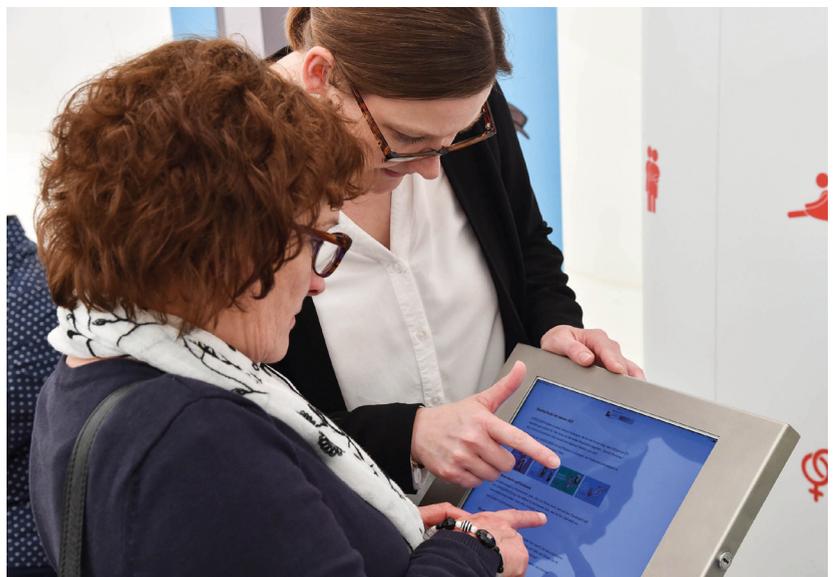
Fachverband Aussenwerbung e.V. (FAW)

Der FAW ist die führende Adresse für die Kommunikation im öffentlichen Raum: Seine Mitgliedsunternehmen stellen über 90 % aller in Deutschland verfügbaren Werbeflächen - in Städten und Gemeinden, an Bahnhöfen und Flughäfen sowie in öffentlichen Einrichtungen.

Über ihren Dachverband unterstützen die deutschen Außenwerbefirmen seit 1994 die BZgA durch kostenlose Großplakatflächen in ganz Deutschland. Jährlich werden ca. 100.000 Plakate platziert und leisten damit einen erheblichen Beitrag zur Wahrnehmung der Kampagne in der Bevölkerung. Ohne die kontinuierliche Unterstützung des FAW hätten die Präventionsmaßnahmen der BZgA im Bereich HIV und STI ihre sehr hohen Reichweiten nicht erzielen können.



»LIEBESLEBEN«-Messestand, 2016



5.6 Weltweit im Gespräch: Konferenzen und Kongresse

Die wichtigsten Knotenpunkte für den Austausch mit anderen Organisationen im Bereich der HIV- und STI-Prävention und der sexuellen Gesundheit sind die verschiedenen internationalen Konferenzen zum gemeinsamen Thema. Vor allem zu nennen sind die Welt-AIDS-Konferenzen, die europäischen Konferenzen der International Union against Sexually Transmitted Infections (IUSTI) sowie die Konferenzen der World Association for Sexual Health (WAS).

Die BZgA fördert und unterhält seit Beginn der HIV-Präventionsarbeit enge Kontakte zu vergleichbaren nationalen und internationalen Organisationen, um Kompetenzen, Erfahrungen und Studienergebnisse weiterzugeben und umgekehrt von den Erfahrungswerten und Untersuchungen anderer Länder zu profitieren. Dies geschieht schwerpunktmäßig im Rahmen von Kongressen, Fachtagungen und Expertentreffen, an denen die BZgA als Veranstalterin, Initiatorin oder Teilnehmerin beteiligt ist.

Mit der Konferenz »How do we know what works? Strengthening Quality Assurance in HIV/AIDS Prevention in Europe«, die BZgA und WHO 2008 gemeinsam organisiert haben, wurde der Grundstein zu einer engeren internationalen Vernetzung beim Thema Qualitätssicherung gelegt. Die BZgA, das WHO-Regionalbüro Europa und AIDS Action Europe haben die Expertengruppe »iQhiv - Improving Quality in HIV Prevention in Europe« ins Leben gerufen. Diese Arbeit konnte durch das dreijährige EU-Förderprojekt »Joint Action for Quality Improvement in HIV Prevention« (2013-2016) weiter intensiviert werden. Auch nach Auslaufen der Förderung spielt das Thema Qualitätssicherung und -verbesserung weiterhin eine wichtige Rolle.

Ein wichtiges Forum für den Austausch mit den unmittelbaren deutschsprachigen Nachbarn ist der Deutsch-Österreichische AIDS-Kongress (DÖAK), an dem zwischenzeitlich auch die Schweiz beteiligt war. Der Kongress fand erstmals 2003 statt und wird seitdem alle zwei Jahre ausgerichtet. Hier stellt die BZgA in Vorträgen und an einem Informationsstand ihre Arbeit vor. Der hohe Anteil von Medizinerinnen und Medizinern im Fachpublikum wird dazu genutzt, die Kooperation insbesondere mit den niedergelassenen Ärztinnen und Ärzten auszubauen.

Auch die Deutsche STI-Gesellschaft (DSTIG) veranstaltet in regelmäßigen Abständen Jahrestagungen. Diese richten sich an alle Expertinnen und Experten, die sich mit STI-Prävention, -Behandlung und -Diagnose, mit sexueller Gesundheit oder mit epidemiologischen und sozialwissenschaftlichen Themen in diesem Feld beschäftigen. Das Fachpublikum des Kongresses ist multidisziplinär und die geladene Referentenschaft setzt sich aus nationalen und internationalen Expertinnen und Experten zusammen - aus allen Bereichen des Gesundheitssystems.

**Prävention
ist notwendig
und lohnt
sich - auch
in Zukunft**

Für die Wirksamkeit der HIV-Prävention, die auf eine umfassende und gesamtgesellschaftliche Aufklärung setzt, war und ist die Kampagne »GIB AIDS KEINE CHANCE« beispielhaft und weltweit anerkannt. In Deutschland sind die Zahlen von HIV und AIDS im internationalen Vergleich sehr niedrig, und auch das Schutzverhalten ist über die Jahre auf konstant hohem Niveau.

Die Weiterentwicklung von »GIB AIDS KEINE CHANCE« zur Dachmarke »LIEBESLEBEN« ermöglicht nun die integrierte Prävention von HIV sowie den anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI), deren Zahl in den letzten Jahren in Deutschland gestiegen ist, und fördert gleichzeitig einen offenen gesellschaftlichen Umgang mit Sexualität. Denn ein gesellschaftliches Klima, das getragen wird von Toleranz und Offenheit, ist für das Gelingen der Prävention von HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen eine notwendige Rahmenbedingung.

»LIEBESLEBEN« ist der Absender für eine Vielzahl von aufmerksamkeitsstarken und zeitgemäßen Präventionsmaßnahmen, so dass unter diesem neuen Dach die erfolgreiche Arbeit fortgesetzt und kontinuierlich ausgebaut werden kann, gerade auch, um den immer wieder neuen Herausforderungen gerecht zu werden.

Im Zentrum dieser Aufgabe stehen hierbei zwei zentrale Botschaften:

- 1. Die beste Maßnahme, um sich vor HIV und anderen STI zu schützen, ist die Verwendung von Kondomen (und die Wahrnehmung derjenigen Impfungen, die bereits gegen STI wirksam sind).**
- 2. Bei Verdacht auf eine Ansteckung mit einer sexuell übertragbaren Infektion sollte in jedem Fall ärztlicher Rat gesucht werden.**

Diese Botschaften werden in vielfältigen Medien und Maßnahmen weiter ausdifferenziert und zielgruppengerecht vermittelt. Neben den verschiedenen Massenmedien kommt hierbei auch eine Vielzahl von Vor-Ort-Angeboten zum Einsatz, die die Menschen in ihren jeweiligen Lebenswelten unmittelbar ansprechen. Eine umfassende Information, Motivation und der gemeinsame Austausch sind die Basis, um sich selbst und andere vor HIV und anderen STI zu schützen. Dies wird auch in Zukunft von großer Bedeutung sein, denn nur Menschen mit Zugang zu umfassender gesundheitlicher Aufklärung haben die Chance, eine »informierte« Entscheidung für sich und ihr »LIEBESLEBEN« zu treffen.

Impressum

Herausgegeben von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), 50819 Köln, im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit, gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.

Redaktion

Claudia Corsten, Lena Piel

Gestaltung

HW Hochhaus Agentur GmbH, www.dashochhaus.de

Druck

purpur GmbH

Auflage

1.04.05.18 (Best.-Nr. 70910000)

Diese Broschüre wird von der BZgA kostenlos abgegeben. Sie ist nicht zum Weiterverkauf bestimmt.

Alle Rechte vorbehalten.