

DIE KAMPAGNE ZUR AIDSPRÄVENTION
IN DEUTSCHLAND

1985–2009

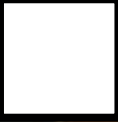
DOKUMENTATION

**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**





mit dem Feuer spielen



Aids riskieren

**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

Telefonberatung: 01805 555 444 (0,14 €/min. a. d. Festnetz, andere Mobilfunkpreise möglich)

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

Motiv der „Liebesorte“ –
Staffel der *mach's mit-*
Kampagne

mach's mit.

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

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

www.machsmit.de



Vorwort



Prof. Dr. Elisabeth Pott

GIB AIDS KEINE CHANCE ist eines der bekanntesten Logos in Deutschland. Seit 1987 ist es zentrale Botschaft und Markenzeichen der größten Gesundheitskampagne. In ihrem Fokus stehen die Verhinderung von HIV-Infektionen sowie die Solidarität mit Betroffenen. Seit ihrer Entstehung wurde und wird sie von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit konzipiert und ständig weiterentwickelt. Reichweite und Gesamtwirkung der Kampagne werden seit ihrem Start in der jährlichen Repräsentativuntersuchung *Aids im öffentlichen Bewusstsein* wissenschaftlich überprüft.

Während viele Länder noch darum ringen, die dramatischen Infektionsraten einzudämmen, befindet sich Deutschland in der vergleichsweise günstigen Lage, auf eine langjährige, wirksame Präventionsarbeit zurückblicken zu können: Nach über zwanzig Jahren steht Deutschland heute mit im westeuropäischen Vergleich niedrigen HIV-Infektionszahlen am besten da. Die Kondomnutzung der Deutschen ist so hoch wie noch nie, die HIV-Neuinfektionen stiegen 2008 kaum noch – nach einem Anstieg von 2001 bis 2007 um circa 5 Prozent jährlich. Doch darf dies keinesfalls zur Untätigkeit verleiten.

Das wichtigste Ziel der BZgA wird in Zukunft sein, die HIV-Infektionen in Deutschland weiterhin auf niedrigem Niveau zu halten und nachhaltig zu senken. Die Rahmenbedingungen und die daraus erwachsenden Herausforderungen für eine erfolgreiche Aidsprävention haben sich allerdings in den letzten Jahren massiv verändert. So hat die verbesserte medizinische Behandelbarkeit von HIV und Aids dazu geführt, dass die gefühlte Bedrohung der immer noch tödlichen Krankheit Aids besonders in den gefährdeten Gruppen kleiner geworden ist: Für viele ist Aids zu einer Art chronischen Krankheit geworden, mit der es sich inzwischen Jahrzehnte und mit gering eingeschränkter Lebensqualität leben lässt. Gleichzeitig steigt durch die längere Lebenserwartung Infizierter auch die Gefahr, dass deren Sexualpartnerinnen und Sexualpartner infiziert werden. Zudem erhöhen andere sexuell übertragbare Krankheiten wie Tripper oder Syphilis die Wahrscheinlichkeit einer HIV-Infektion um ein Vielfaches.

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

Die zukünftigen Präventionsangebote der BZgA müssen aber nicht nur neue Kommunikationskanäle erschließen, sondern gleichzeitig die bewährte Präventionsbotschaft immer wieder neu inszenieren. Dies ist keine leichte Aufgabe, denn die Konkurrenz um die Aufmerksamkeit sämtlicher Zielgruppen durch Werbung und Medien ist größer denn je.

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

In dieser Broschüre haben wir für Sie Informationen rund um die Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE* zusammengestellt, d.h. ihre Historie, ihren umfangreichen Maßnahmen- und Medienmix, ihre Qualitätssicherung, sowie zahlreiche Hintergrundinformationen zum Thema HIV/Aids-Prävention.

Wir werden weiterhin alles daransetzen, dass sich in Deutschland so wenig Menschen wie möglich mit dem HI-Virus anstecken. Wir würden uns freuen, wenn auch Sie mit Ihrem Interesse dazu beitragen, dass diese wichtige gesellschaftliche Arbeit im Bewusstsein bleibt.

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

Vorwort	2
1 Die Geschichte von HIV/Aids und der Aidsprävention in Deutschland	4
2 HIV/Aids	9
2.1 Aids weltweit	10
2.2 Aids in Deutschland	11
2.3 Ursachen für den Anstieg der HIV-Neuinfektionen zwischen 2001 und 2007	11
2.4 „Altes Aids“ und „Neues Aids“	12
3 Die Rolle der BZgA bei der Aidsprävention in Deutschland	15
3.1 Die HIV/Aids-Bekämpfungsstrategie und der Aktionsplan der Bundesregierung	16
3.2 Die Zusammenarbeit mit der Deutschen AIDS-Hilfe (DAH)	17
4 Die Präventionskampagne GIB AIDS KEINE CHANCE	19
4.1 Die Aids-Bekämpfung in den 80er-Jahren	20
4.2 Die Zielgruppen	21
4.3 Strategie und Architektur der BZgA Dachkampagne	21
4.4 Didaktische Grundprinzipien	21
4.5 Medien und Maßnahmen von GIB AIDS KEINE CHANCE	22
4.6 <i>mach's mit</i> – weit mehr als Plakate	24
4.7 Der Welt-Aids-Tag	29
4.8 Weitere Maßnahmen zur Ansprache der gesamten Bevölkerung	31
4.9 Personale Kommunikation	32
4.10 Bundeswettbewerb Aidsprävention	35
4.11 Qualitätssicherung und Wirkungskontrolle	36
5 Public Private Partnerships und Kooperationen	39
5.1 Public Private Partnerships	40
5.2 Kooperationen mit Verbänden und Organisationen	40
6 Internationale Zusammenarbeit und Wissenstransfer	43
6.1 Aids-Kongresse in Deutschland, Österreich und der Schweiz	44
6.2 Internationale Aids-Konferenzen	44
6.3 Kooperation mit der GTZ	45
6.4 Internationale Delegationen in der BZgA	45
6.5 Verstärkung der HIV/Aids-Bekämpfung in der EU und ihrer Nachbarschaft	45
7 Ausblick	49
8 Quellen- und Literaturverzeichnis	52
Impressum	55

1.0 Die Geschichte von HIV /Aids und der Aidsprävention in Deutschland ▶

1959

Erster Aids-Fall im Kongo (nachträglich identifiziert).

1981

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

1982

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

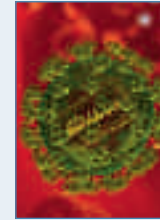
1983

Gründung von ersten AIDS-Hilfe-Gruppen.

Im Juni berichtet der „Spiegel“ in einer Titelstory erstmals über die tödliche Seuche.



Nahezu zeitgleich geben der französische Virologe Luc Montagnier und sein amerikanischer Kollege Robert Charles Gallo die Entdeckung des HI-Virus als Auslöser von Aids bekannt (damals noch HTLV III genannt).



1987 ff.

In Zusammenarbeit mit der Weltgesundheitsorganisation lädt die BZgA Vertreter aus 15 europäischen Ländern zum ersten „International AIDS-Consultation“ nach Köln ein (bis 1993).

In Zusammenarbeit u. a. mit allen Apotheken in Deutschland wird die erste breit angelegte Informationskampagne der BZgA zur Aidsprävention gestartet.

DAS WICHTIGSTE ÜBER AIDS

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

- Durch ungeschützten Geschlechtsverkehr. Saftwechsel!
- Durch infiziertes Blut, vor allem beim gemeinsamen Gebrauch von Spritzen und Nadeln. Keine Spritzen und Nadeln wiederverwenden! Desinfektion aufpassen!
- Durch eine angesteckte Mutter auf ihr Kind während der Schwangerschaft, bei der Geburt oder während des Stillens. Von Arzt oder Gesundheitsamt beraten lassen! Eine HIV-Infektion kann man einwandfrei vermeiden! Sie ist von allen HIV-Fällen ausheilsicher.

Das Wichtigste über HIV und Aids steht hier. Bitte über diesen überlegt, was Sie tun können, um das Risiko, sich mit dem Virus zu infizieren, zu vermeiden. „Ich bin nicht“ und „Ich bin es“ sind die einzigen Antworten. Sie können sich nicht auch selbst anstecken lassen.

Die Broschüren sind kostenlos. Sie können sie auch selbst bestellen. Preis: 10,- € (inkl. Porto). Sie können sie auch selbst bestellen. Preis: 10,- € (inkl. Porto).

Der Aids-Erreger HIV wird auf folgenden Wegen übertragen:

- Durch Geschlechtsverkehr wie Vaginalverkehr, Unvermeidung, Zärtlichkeiten oder Küssen.
- Durch Bluttransfusionen oder Blutspende.
- Durch Kontakt mit infiziertem Blut.
- Durch gemeinsame Nadeln im Drogenkonsum.
- Durch Kontakt mit infiziertem Blut.
- Durch Kontakt mit infiziertem Blut.
- Durch Kontakt mit infiziertem Blut.
- Durch Kontakt mit infiziertem Blut.

Wenn Sie persönliche Fragen haben, wenden Sie sich an:

(0221) 89 20 10, täglich von 10 bis 18 Uhr.

Wenn Sie persönliche Fragen haben, wenden Sie sich an:

(0221) 89 20 10, täglich von 10 bis 18 Uhr.

Wenn Sie persönliche Fragen haben, wenden Sie sich an:

(0221) 89 20 10, täglich von 10 bis 18 Uhr.

1988

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

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

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

Die BZgA startet ihre „Personale Kommunikationskampagne“ und führt in den Folgejahren mit örtlichen Kooperationspartnern in allen Städten in Deutschland „Aids-Aktionstage“ und „Aids-Aktionswochen“ durch.

2001 ff.

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



2002

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

2005

Nelson Mandela, der eine eigene Aids-Stiftung gegründet hat und im Kampf gegen Aids weltweit aktiv ist, gibt bekannt, dass sein Sohn Makgatho an Aids gestorben ist.



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

Seit Mitte des Jahres unterstützt der Verband der privaten Krankenversicherungen e. V. die Aidsprävention der BZgA mit 3,4 Millionen Euro jährlich.



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

Am 23. September wird in Berlin die Deutsche AIDS-Hilfe als Dachverband der sich in vielen Städten bildenden lokalen AIDS-Hilfe-Gruppen gegründet.



1984

Der erste HIV-Antikörper-Test wird vorgestellt.



1985

In Atlanta/USA findet die erste Internationale Aids-Konferenz statt.

Die Testung aller Blutprodukte auf HIV-Antikörper wird in Deutschland zur Pflicht.



Erstes prominentes Opfer von Aids: der Schauspieler Rock Hudson.



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



1991

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



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

1992

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



1993

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

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



Schäferstündchen.



GRATIS
KEINE
CHANCE

mach's mit.
machsmitt.de

1996

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



2006

Die 16. Internationale Aids-Konferenz in Toronto/Kanada ist mit fast 30 000 Teilnehmenden die bisher größte ihrer Art. Diskutiert werden vor allem Optionen für die Entwicklungsländer.

2007

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

2008

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

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

Die BZgA produziert die Aids-Präventionspots „Safe – sag es!“ in zwei Versionen – für Menschen mit heterosexuellen Kontakten und für Männer, die Sex mit Männern haben.



Im August findet in Mexiko City die 17. Welt-Aids-Konferenz mit mehr als 28 000 Teilnehmern statt.



1987

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

Die Dachkampagne der BZgA zur Aidsprävention erhält das Logo **GIB AIDS KEINE CHANCE**.

GIB AIDS KEINE CHANCE

Die Aids-Telefonberatung der BZgA bietet täglich anonyme, persönliche Beratung an.



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



Auf Initiative Rainer Jarchows wird die Deutsche AIDS-Stiftung „Positiv leben“ gegründet. Kurz danach wird die „Nationale AIDS-Stiftung“ ins Leben gerufen.

Gründung des „Nationalen AIDS-Beirats“ als Beratungsgremium der Bundesregierung.

1998

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

Deutsche AIDS-Stiftung

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

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

1999

Erste BZgA-Hörfunkspots mit prominenten Comedians.



2000

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

2001

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

2009

Frau Prof. Françoise Barré-Sinoussi und Prof. Luc Montagnier erhalten den Nobelpreis für Medizin für die Entdeckung von HIV.

Sowohl die Zahl der in Deutschland verkauften Kondome als auch das Schutzverhalten der Bevölkerung haben sich gegenüber dem Vorjahr noch einmal erhöht.

In der aktuellen Statistik des ECDC der HIV-Neuinfektionen pro Million Einwohner für 2007 hat Deutschland im westeuropäischen Vergleich nunmehr die niedrigste Neuinfektionsrate.

Start der Aids-Präventionskampagne *mach's mit „Liebesorte“* der BZgA am 27. 03. 09.









2

HIV/Aids

Die Zahl der
im Jahr 2008
weltweit mit
HIV lebenden
Menschen wird
auf 33 Millionen
geschätzt, davon
mehr als zwei
Millionen Kinder
unter 15 Jahren.

Waisenkinder, die die
Aids Epidemic School
in Rabour Village, Kenia,
besuchen

2

2.0 HIV/Aids

Seit der Entdeckung Anfang der 80er-Jahre ist HIV/Aids eine der bekanntesten, aber auch bedrohlichsten Infektionskrankheiten, vor allem weil weder ein Heilmittel noch eine Schutzimpfung gegen das Virus in Sicht ist.

Mehrere Jahrzehnte intensiver Forschung haben zwar Therapien verfügbar gemacht, die es Betroffenen ermöglichen, auch nach dem Ausbruch der Infektion lange Zeit und weitgehend symptomfrei zu leben. Aber auch mit den wirksamsten Medikamenten wird eine Heilung in absehbarer Zeit nicht möglich sein.

Aus diesem Grund ist die Prävention, also das Vermitteln von Wissen, Risikobewusstsein und richtigem Verhalten in Bezug auf das Virus und die Krankheit Aids der wichtigste Schlüssel, um die Verbreitung von HIV/Aids einzudämmen.

2.1 Aids weltweit

Seit den ersten Aidsfällen verläuft die HIV-Epidemie trotz der weltweiten Bemühungen in vielen Ländern und Regionen noch kaum gebremst, in einigen Teilen der Welt sogar mit einer erschreckenden Dynamik. Nach Einschätzung der Vereinten Nationen (UNAIDS) haben sich seit Anfang der 80er-Jahre bis Ende 2008 mehr als 75 Millionen Menschen mit dem HI-Virus infiziert. Die Zahl der im Jahr 2008 mit HIV lebenden Menschen wird auf 33 Millionen geschätzt, davon mehr als zwei Millionen Kinder unter 15 Jahren.

Pro Jahr gibt es schätzungsweise circa 3 Millionen HIV-Neuinfektionen, davon etwa 370 000 bei Kindern unter 15 Jahren. Weltweit stecken sich

also pro Minute fünf Menschen neu mit HIV an! Und über zwei Millionen Aids-Todesfälle jährlich bedrohen in vielen Ländern die Tragfähigkeit der gesellschaftlichen Strukturen und die wirtschaftliche Entwicklung.

HIV/Aids hat in manchen Ländern die Dimension einer Volkskrankheit angenommen und führt dort zu einem deutlichen Rückgang der durchschnittlichen Lebenserwartung. Besonders betroffen von der HIV/Aids-Epidemie sind die Entwicklungsländer. In einigen afrikanischen Ländern, vor allem südlich der Sahara, stellt Aids heute die Haupttodesursache dar. In manchen Regionen sind mehr als 25 Prozent der Menschen im Alter von 15 bis 49 Jahren HIV-infiziert oder an Aids erkrankt.

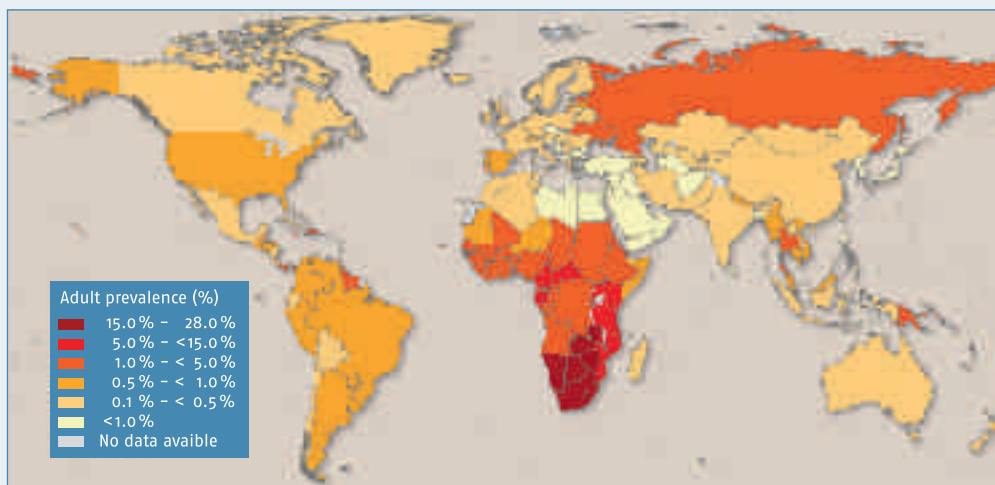
Im Gegensatz zu Afrika liegt die durchschnittliche Prävalenz, d.h. die Krankheitshäufigkeit, in Westeuropa unter Erwachsenen mit circa 0,3 Prozent vergleichsweise niedrig. Deutschland liegt dabei unter 0,1 Prozent.

Doch innerhalb Europas gibt es große Unterschiede: So liegt zum Beispiel in einigen Mittelmeerlandern die Anzahl der HIV-Neudiagnosen pro Million Einwohner um ein Vielfaches höher als in Deutschland oder den skandinavischen Ländern.

Mit hoher Dynamik steigen derzeit in einigen Ländern nicht nur die HIV-Zahlen, sondern auch die anderer sexuell übertragbarer Infektionen. Hier sind besonders einige Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion betroffen. Weiterhin sind Süd- und Ostasien mit ihren Milliardenbevölkerungen zentrale Brennpunkte.

Fachleute erwarten, dass in wenigen Jahren die HIV-Infektionszahlen in Asien über den derzeitigen in Afrika liegen könnten, wenn nicht um-

ZAHLE DER WELTWEIT NEUEN HIV-INFESTIONEN

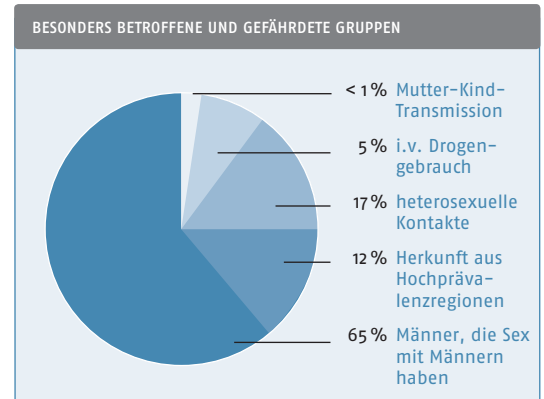


fassende und nachhaltige Präventionsprogramme entwickelt und durchgeführt werden.

2.2 Aids in Deutschland

Angesichts der Entwicklung der weltweiten HIV/Aids-Epidemie gerät die Aidsgefahr in Deutschland oft aus dem Blickfeld. Denn die Zahlen sind bei uns nicht nur im weltweiten, sondern auch im westeuropäischen Vergleich auf niedrigem Niveau: Ende 2008 lebten in Deutschland circa 63 500 Menschen mit HIV/Aids, davon etwa ein Viertel Frauen. Dies entspricht einer Rate von 0,8 pro 1 000 Einwohner. Deutschland hatte damit in Westeuropa neben Finnland, Schweden, Norwegen und Malta die niedrigste Prävalenz. Bei den HIV-Neuinfektionen lag Deutschland 2007 im westeuropäischen Vergleich sogar an letzter Stelle. Nach Expertenmeinung sind diese Präventionserfolge wesentlich auf die frühzeitig begonnenen, umfassenden Präventionsbemühungen und die dafür notwendigen leistungsfähigen Strukturen auf nationaler, regionaler und kommunaler Ebene zurückzuführen. Die Bundesregierung und das Bundesgesundheitsministerium haben der HIV-Prävention bereits in den 80er-Jahren einen hohen politischen Stellenwert eingeräumt. Die finanzielle Ausstattung der BZgA für diese Aufgabe wurde in den letzten Jahren mehrfach erhöht.

Trotz der großen Erfolge ist auch in Deutschland das Aids-Problem nicht gelöst: Dies zeigen – nach einem über mehrere Jahre hinweg stabilen Infektionsgeschehen auf niedrigem Niveau – die über die Jahre gestiegenen Zahlen von HIV-Neuinfektionen. 2001 war mit rund 1 500 gemeldeten und gesicherten Neudiagnosen ein Tiefstand erreicht, seitdem stieg die Zahl der



Quelle: Robert Koch-Institut, epidemiologisches Bulletin 21/2009

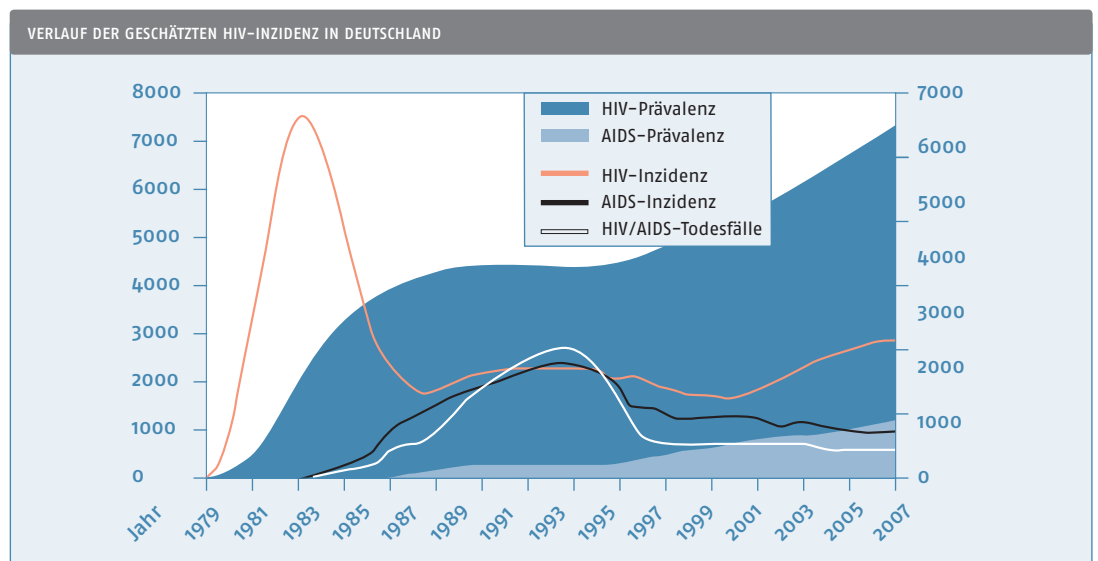
Neuinfektionen bis 2007 auf rund 3 000 pro Jahr an. 2008 haben sich die Neuinfektionen kaum noch erhöht. Ob dieser Trend stabil ist, kann heute nicht vorhergesagt werden.

Grundsätzlich sind alle Bevölkerungsgruppen von HIV und Aids betroffen, aber es gibt Gefährdungsschwerpunkte. 65 Prozent der Neuinfektionen sind heute in der Gruppe der Männer, die Sex mit Männern haben (MSM), zu verzeichnen. Es folgen mit sieben Prozent Menschen mit heterosexuellen Kontakten. Etwa fünf Prozent betreffen Menschen mit intravenösem Drogengebrauch, und weniger als ein Prozent entfallen bei uns auf Mutter-Kind-Übertragungen.

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

Das Schutzverhalten in der deutschen Bevölkerung ist heute auf Rekordniveau, ebenso der Absatz von Kondomen. Die klare Fokussierung

Seit Beginn der Epidemie bis Ende 2007 haben sich in Deutschland nach Angaben des Robert Koch-Instituts rund 86 000 Menschen mit HIV infiziert, bisher sind circa 27 500 Menschen an Aids verstorben, im Jahr 2008 circa 650.
Quelle: Robert Koch-Institut



der Prävention auf die Kondomnutzung als besten Schutz vor einer HIV-Infektion hat also viel erreicht. Es wundert deswegen kaum, dass bei uns die Infektionszahlen im westeuropäischen Vergleich niedrig sind. Dennoch stieg die Anzahl der HIV-Neuinfektionen 2001 bis 2007 erheblich. Wie kann das sein? Dieser – scheinbare – Widerspruch ist aber leicht zu erklären.

Folgende Faktoren tragen – allein oder in Kombination – zur Zunahme von Neuinfektionen bei:

Anstieg anderer sexuell übertragbarer Krankheiten (Sexually Transmitted Diseases, STD)

Die Zahlen anderer sexuell übertragbarer Krankheiten (STD) sind in Deutschland etwa seit dem Jahr 2000 stark angestiegen: Seitdem verdoppelten sich zum Beispiel die Syphilisdiagnosen. Diese Krankheiten haben nicht nur ähnliche Übertragungswege wie HIV, sie können vor allem die HIV-Ansteckungsfähigkeit wie auch die HIV-Empfänglichkeit um ein Mehrfaches erhöhen. Die Prävention von sexuell übertragbaren Krankheiten stellt deshalb heute mehr denn je einen entscheidenden Teil der HIV-Prävention dar und wird sowohl von der BZgA als auch von der Deutschen AIDS-Hilfe immer weiter verstärkt.

Mehr Menschen lassen sich auf HIV testen

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

Außerdem optimiert das Robert Koch-Institut kontinuierlich die Datenqualität der von den Testlabors und in ärztlichen Praxen und Testberatungsstellen erhobenen Daten zu HIV und Aids. Dies erlaubt eine verbesserte Zuordnung zu gesicherten Erstdiagnosen. Auch dieser statistische Effekt trägt zur Erhöhung der gemeldeten Zahlen bei.

Die Lebenserwartung von Menschen mit HIV steigt deutlich

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

Nachlassendes Schutzverhalten in einigen Gruppen

Die meisten HIV-Neuinfektionen sind in den besonders gefährdeten Gruppen zu verzeichnen. Durch die verbesserten Behandlungsmög-

lichkeiten hat Aids seinen früheren Schrecken verloren, Aids wird von vielen Menschen nicht mehr als tödliche Bedrohung, sondern oft nur noch als eine schwere Gesundheitsgefahr empfunden.

Die Unsichtbarkeit der Gefahr und das Vertrauen in die Wirkung der neuen Medikamente haben zu einer Unterschätzung der realen Bedrohung beigetragen und damit teilweise zu einem wachsenden Risikoverhalten insbesondere in den epidemiologisch wichtigsten Gruppen, wie z.B. bei Männern, die Sex mit Männern haben.

Mehr Infektionen in und aus anderen Ländern

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

2.4 „Altes Aids“ und „Neues Aids“

Seit etwa 1996 hat sich das gesellschaftliche Bild von Aids in Deutschland deutlich verändert: Aids wurde anfangs von vielen Menschen als eine der größten Gesundheitsbedrohungen und als tödliche Krankheit wahrgenommen, die aufgrund der meist deutlich sichtbaren körperlichen Veränderungen bei Betroffenen auch mit konkreten Symptomen verknüpft werden konnte. Und diese Sichtbarkeit stärkte insbesondere in den gefährdeten Gruppen die Bereitschaft, sich vor dieser präsenten Gefahr auch zu schützen.

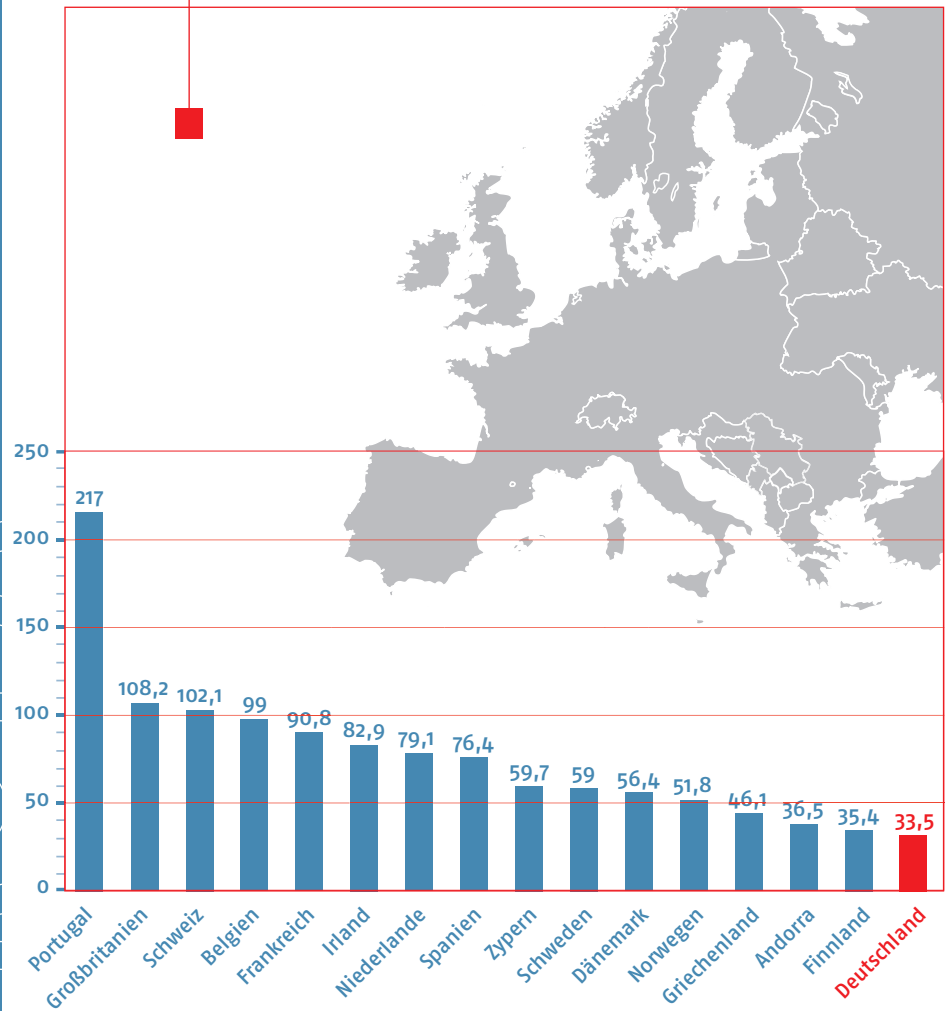
Aufgrund der seitdem stark verbesserten Behandlungsmöglichkeiten, die eine Aids-erkrankung aus medizinischer Sicht fast wie eine chronische Krankheit erscheinen lassen, verlor Aids für viele Menschen seine „Sichtbarkeit“ und den früheren Schrecken.

Heute wird Aids bzw. die HIV-Infektion von vielen Gefährdeten nicht mehr als lebensbedrohend erlebt. Menschen mit HIV/Aids haben unter wirksamer Therapie eine wesentlich erhöhte Lebenserwartung und meist auch keine von außen erkennbaren Symptome.

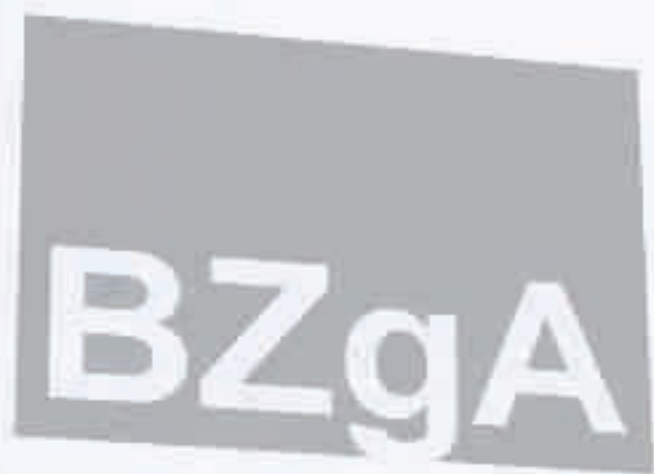
Eine weiterhin erfolgreiche HIV-Prävention braucht also neue kommunikative Anknüpfungspunkte, um die Notwendigkeit und den Sinn des Schutzes vor HIV und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten effektiv und überzeugend den gefährdeten Gruppen zu vermitteln.

HIV-NEUDIAGNOSEN PRO MILLION EINWOHNER 2007 IN WESTEUROPA

Quelle: HIV/Aids surveillance in Europe 2007. Stockholm, European Center for Disease Prevention and Control 2008



HIV / AIDS
IN EUROPA



Bundesze
für gesund
Aufklärung

3

Die Rolle der BZgA bei der Aidsprävention in Deutschland

entrale
undheitliche
g

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

3

3.0 Die Rolle der BZgA bei der Aidsprävention in Deutschland

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

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

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

- Förderung der Motivation und der Befähigung, Kondome in sexuellen Risikosituationen zu nutzen,
- Förderung der Verantwortung gegenüber der eigenen Gesundheit und der von Sexualpartnerinnen und Sexualpartnern,
- Erzeugung und Stärkung eines gesellschaftlichen Klimas gegen Stigmatisierung und Ausgrenzung von Menschen mit HIV/Aids.

Um die Wirkung der Kampagne insgesamt und deren Einzelmaßnahmen zu sichern, führt die BZgA regelmäßig gezielte Studien und repräsentative Untersuchungen durch. Diese Studien werden jeweils zeitnah veröffentlicht.

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

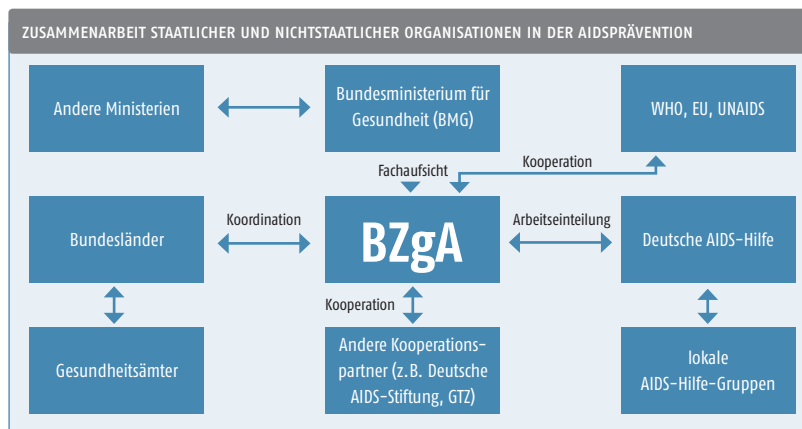
Die Aktivitäten der BZgA zur Prävention von HIV/Aids sind Teil der HIV/Aids-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung. Die Federführung hat dabei das Bundesministerium für Gesundheit.



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

Bereits im Juli 2005 hat die Bundesregierung ihre HIV/Aids-Bekämpfungsstrategie an die neuen Herausforderungen angepasst. Die umfangreichen Erfahrungen der BZgA sind in diese Strategie eingeflossen, insbesondere mit der Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE*. Im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft Deutschlands wurde darauf aufbauend im März 2007 der „Aktionsplan zur Umsetzung der HIV/Aids-Bekämpfungsstrategie der Bundesregierung“ verabschiedet, welcher die wichtigsten Themen- und Forschungsfelder, Handlungskonzepte und Arbeitsschwerpunkte im Kampf gegen Aids festlegt. Die Bundesministerien für Gesundheit, für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie für Bildung und Forschung sind dabei zentral beteiligt.

Der Aktionsplan definiert die Aktionsschwerpunkte und ihre Ziele, auf die sich Deutschland bei seinen nationalen und internationalen Be-



Quelle: BZgA

Aus der genannten Zielsetzung ergeben sich folgende Aufgaben:

- Aufrechterhaltung eines hohen und stabilen Informationsstandes über Infektionsrisiken und Schutzmöglichkeiten bezüglich HIV/Aids und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten,

mühungen zur Aids-Bekämpfung konzentriert: Aufklärung und Prävention, universeller Zugang zur HIV-Testung und Therapie, Solidarität und Antidiskriminierung, Epidemiologie der Neuinfektionen, biomedizinische und sozialwissenschaftliche Forschung sowie Evaluierung und Qualitätssicherung.

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

HIV-Prävention rechnet sich

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

Auch ökonomisch ist die HIV-Prävention ein Erfolg: Nach heutigen Schätzungen kostet die lebenslang notwendige medizinische Begleitung und Therapie eines Menschen mit HIV circa eine halbe Million Euro, zum Teil sogar deutlich mehr. Wahrscheinlich wurden durch die Aidsprävention in Deutschland seit 1985 mehrere 10 000 Infektionen verhindert – das Gesundheitssystem wird dadurch von erheblichen Kosten entlastet.

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

Die Zusammenarbeit der BZgA mit der Deutschen AIDS-Hilfe, dem Dachverband von circa 130 lokalen AIDS-Hilfe-Gruppen und -Initiativen, ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren der Aidsprävention in Deutschland. Bereits Mitte der 80er-Jahre vereinbarten die BZgA und die DAH eine enge Zusammenarbeit. Dieses Modell der strategischen Arbeitsteilung ist international beispielhaft.

Die BZgA ist in dieser Arbeitsteilung in Deutschland für die bundesweite Aidspräventionskampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE* und die Ansprache

der gesamten Bevölkerung sowie zentraler Zielgruppen verantwortlich. Die Aktivitäten der DAH richten sich in erster Linie an die hauptsächlich von HIV betroffenen und besonders gefährdeten Gruppen. Da die DAH aus ihren Zielgruppen entstanden ist und mit ihnen intensiv zusammenarbeitet, ist sie ein besonders glaubwürdiger Absender von wirksamer Prävention. Einen großen Anteil ihrer staatlichen Mittel für die Aidsprävention stellt die BZgA deshalb der DAH für die Präventionsarbeit in diesen Gruppen zur Verfügung. Außerdem arbeitet die BZgA bei der Entwicklung und Konzeption der Maßnahmen der DAH mit und unterstützt deren umfassende Qualitätssicherung. Im Jahre 2008 wurden circa 400 Projekte mit einem Gesamtvolumen von circa 5,2 Millionen Euro von der BZgA begleitet und finanziert.

Ein wesentliches Aufgabenfeld der DAH sind außerdem umfangreiche Fortbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für die haupt- und ehrenamtlich Mitarbeitenden der regionalen Mitgliedsorganisationen und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus der Selbsthilfe. So wird die hohe Qualität von Beratungsangeboten und anderen Projekten auf allen Ebenen bis hin zur lokalen Gruppe gewährleistet.

Mit diesem koordinierten und sich gegenseitig unterstützenden Zusammenspiel von staatlichen und nichtstaatlichen Institutionen sind die Erfolge der Aidsprävention in Deutschland möglich geworden.

GIB

AID

KEIN

CHANC



4

Die Präventionskampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE*

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

4.0 Die Präventionskampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE*

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

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

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

Seit 1987 kombiniert *GIB AIDS KEINE CHANCE* massenmediale, reichweitenstarke Maßnahmen wie Plakate, Anzeigen, verschiedene Internetportale, Postkarten, TV- und Kinospots mit direkten, persönlichen Kommunikationsangeboten – wie etwa die Online- und Telefonberatung, Aktionen in und mit Schulen oder mobile Ausstellungen – zu einem effektiven, komplexen Präventionssystem. Die Kampagne ist modellhaft für eine erfolgreiche, öffentlichkeitswirksame Präventionsstrategie und international zum Vorbild geworden.

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

4.1 Die Aids-Bekämpfung in den 80er-Jahren

Mit der Immunkrankheit Aids wurde die Welt Anfang der 80er-Jahre mit einer neuen, bis dahin völlig unbekannten Seuche konfrontiert. Das Thema Aids löste in der ersten Zeit Panik



Eine der ersten Anzeigen der Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE* 1987

und Hysterie aus. Es bedurfte daher auch in Deutschland einer grundsätzlichen Entscheidung, wie mit dieser unbekannten Herausforderung umzugehen war.

Wissenschaftliche Studien zur HIV/Aids-Prävention lagen in den 80er-Jahren noch nicht vor. Die BZgA organisierte deshalb zunächst nationale und internationale Expertentreffen, um verlässliche Grundlagen für die Kampagnenplanung zu erarbeiten. Zudem richtete sie einen eigenen Fachbereich ein, der in Zukunft als Kompetenzzentrum und Koordinierungsstelle für die bundesweite Aidsprävention dienen sollte.

Die dringlichste Frage in dieser Zeit war, welche Grundstrategie man im Kampf gegen die Krankheit verfolgen sollte. Hier standen sich zwei verschiedene Ansätze gegenüber:

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

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

Es gelang in Deutschland, schnell zur gesundheitspolitischen Entscheidung für die gesellschaftliche Lernstrategie als Grundlage der Prävention zu kommen. Dazu gehört der Konsens, dass betroffene und gefährdete Menschen sozial integriert werden müssen: Nur wenn es gelingt, Diskriminierung und Stigmatisierung betroffener Menschen zu vermeiden, kann Prävention bei

allen Bevölkerungsschichten ankommen und auf Dauer wirksam sein. Diese Grundüberzeugung ist bis heute die entscheidende Basis für die Entwicklung sämtlicher Kampagnenmaßnahmen.

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

4.2 Die Zielgruppen



TV- und Kinospot „Safe – sag es“ für die Zielgruppe von Männern, die Sex mit Männern haben

Zu Beginn der 80er-Jahre war das Ziel der Aidsprävention vor allem, die gesamte Bevölkerung zu erreichen, um sie mit dem notwendigen Basiswissen über die Immunkrankheit auszustatten.

Dies erforderte Aktivitäten auf mehreren Ebenen gleichzeitig: Die nationale Kampagne zur Aidsprävention musste alle Menschen ansprechen, um bei allen einen hohen Wissensstand zu erreichen und aufrechtzuerhalten. Darüber hinaus mussten jene Bevölkerungsgruppen besonders angesprochen und zum Schutzverhalten motiviert werden, die in höherem Maße Infektionsrisiken eingehen oder durch deren Lebensweise Risikosituationen häufiger sind. Entsprechend den epidemiologischen Daten sind dies in Deutschland heute vor allem:

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

Aufgrund ihrer nichtmonogamen Lebensweise sind weitere wichtige Zielgruppen:

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

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

4.3 Strategie und Architektur der BZgA Dachkampagne

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

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

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

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

4.4 Didaktische Grundprinzipien

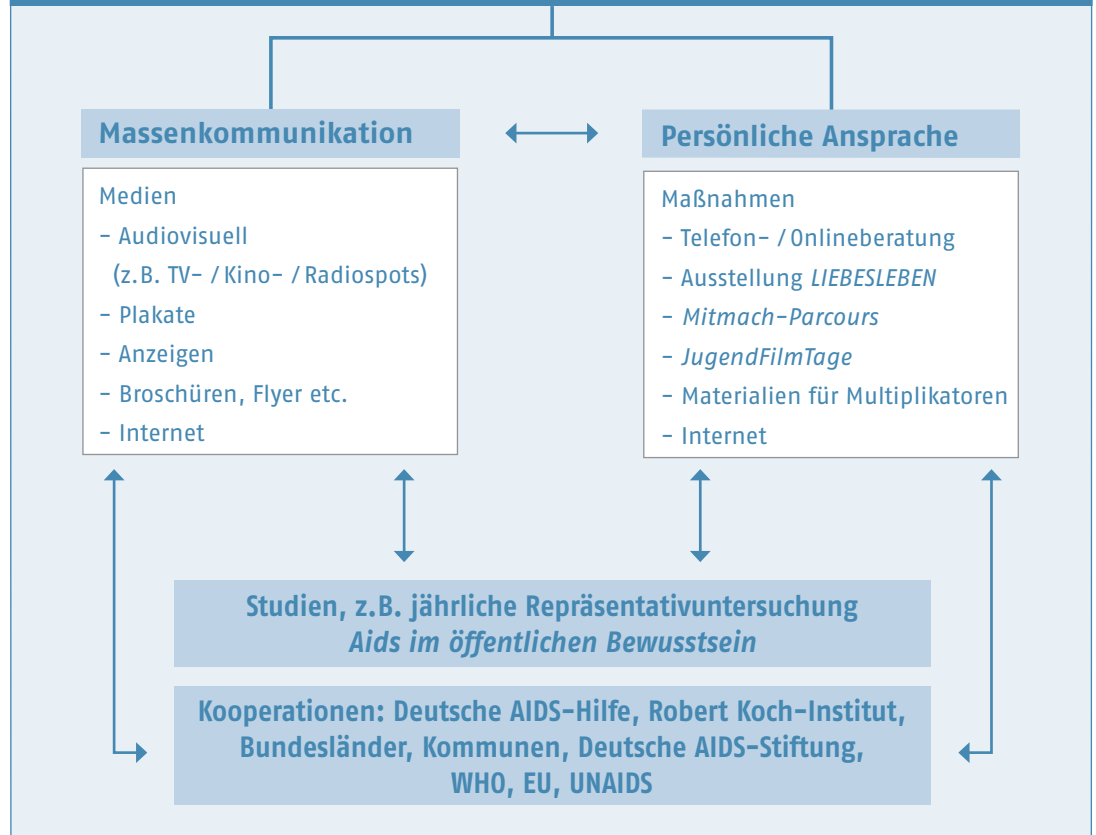
Die Medien und Maßnahmen der Kampagnen haben sich trotz einer realen Bedrohung der tödlichen Krankheit Aids nie allzu drastischer Darstellungen bedient. Der Grund dafür ist der kommunikationsdidaktische Ansatz der Kampagne, welcher auf einen einfühlsamen Umgang mit dem schwierigen Thema und vor allem auf das konkrete Aufzeigen von Handlungsoptionen zur Abwehr der Gefahren, statt auf Schockeffekte setzt.

Die wissenschaftliche Auswertung von Kampagnen, die mit Schockmotiven arbeiten,



DACHKAMPAGNE GIB AIDS KEINE CHANCE

- ZIEL:
- HOHER INFORMATIONSTAND DER BEVÖLKERUNG
 - FÖRDERUNG VON SCHUTZMOTIVATION UND SCHUTZVERHALTEN
 - NICHTAUSGRENZUNG VON BETROFFENEN



Quelle: BZgA

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

Die Maßnahmen der Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE* zeigen deshalb den Menschen konkrete Handlungsmöglichkeiten auf, wie sie

die Infektion mit HIV verhindern können. Dass diese Form der Vermittlung der Schutzbotschaft effektiver ist als Angstappelle, ist heute nachgewiesen.

4.5 Medien und Maßnahmen von GIB AIDS KEINE CHANCE

Sämtliche Maßnahmen der BZgA zur Aidsprävention tragen das Logo *GIB AIDS KEINE CHANCE*. Es ist zentrale Botschaft und Markenzeichen der Kampagne. Deren Elemente sind im ständigen Wandel: Die meisten werden regelmäßig aktualisiert, andere waren von vornherein nur für eine begrenzte Zeit angelegt, neue Angebote wurden für neue gesellschaftliche Entwicklungen

konzipiert oder lösen ihre Vorgänger ab. Viele Kampagnenbestandteile aus den ersten Jahren gibt es daher heute nicht mehr. Andere Angebote dagegen gibt es erst seit wenigen Jahren, wie etwa die großen Internetplattformen oder die Hörfunkspots. Einige Aufklärungsmaterialien avancierten zum Klassiker, so z.B. das „Rot-Grün-Plakat“, das seit Beginn der Kampagne angeboten und nachgefragt wird.

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

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

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

Um auch bei begrenzten Finanzmitteln die Bevölkerung möglichst umfassend mit massenmedialen Angeboten erreichen zu können, hat die BZgA früh die Zusammenarbeit mit Kooperationspartnerinnen und -partnern auch in Form von Public Private Partnerships gesucht, die erhebliche zusätzliche Ressourcen in Form von kostenlosen Sendezeiten, Anzeigen, Plakatflächen, aber inzwischen auch Finanzmittel zur Verfügung stellen. Dadurch konnte die Reichweite der Aidsaufklärung in den letzten Jahren gehalten und in Kernbereichen signifikant vergrößert werden.



Bsp. Informationsplakat zu Infektionsrisiken, seit 1987



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



Bsp. Plakat zum Welt-Aids-Tag 2008



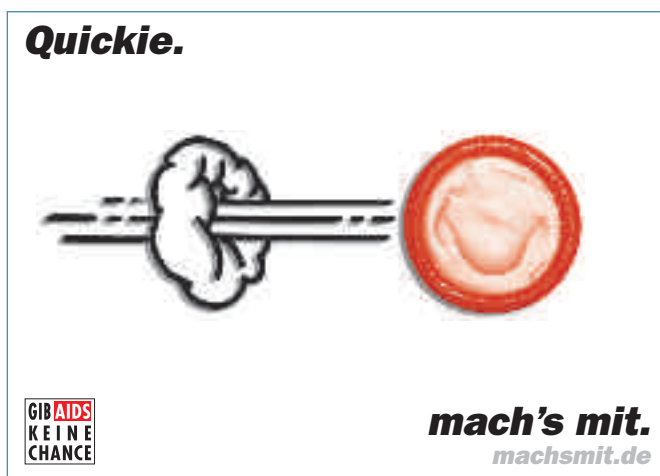
Bsp. GIB AIDS KEINE CHANCE-Internetportal

4.6 mach's mit – weit mehr als Plakate

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

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

Um die Aidsaufklärung wieder stärker ins Bewusstsein zu rücken, war eine neue Strategie erforderlich: und zwar bei gleichbleibenden Finanzmitteln zusätzliche Kommunikationskanäle zu eröffnen und neue Aufmerksamkeit zu erzeugen. 1993 entstanden aus einer Semesterarbeit von Kommunikationsdesign-Studierenden die ersten *mach's mit*-Großplakate, welche das Kondom unübersehbar als Motiv in den Mittelpunkt stellten. Der Fachverband Außenwerbung e. V. (FAW) als Organisation der Out-of-Home-Medien-Anbieter unterstützte die Kampagne von Beginn an, indem seine Mitgliedsfirmen der BZgA jährlich circa 100 000 Plakatflächen kostenlos zur Verfügung stellten.



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

Die riesigen Kondome der *mach's mit*-Großplakate waren anfänglich eine Sensation, wurden jedoch schon bald zur Normalität. Eine Kampagne, welche über einen längeren Zeitraum eine hohe Aufmerksamkeit generieren soll, muss daher ständig neue Impulse setzen. Als ein besonders überzeugender Weg hat sich – im weiteren Sinne von *mach's mit* – erwiesen, die Zielgruppe selbst am Entwurf von weiteren Kampagnenideen zu beteiligen.

Heute sind die *mach's mit*-Plakate das reichweitenstärkste und bekannteste Element der Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE*.

Die *mach's mit*-Motiventwicklung

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



Die beiden ersten Plätze des Kreativwettbewerbs von 2005/2006



1999 fand erstmals in Kooperation mit der Kinokette CinemaxX ein großer bundesweiter Kreativwettbewerb statt, der in drei Monaten über 40 000 Einsendungen erbrachte. Zum selben Zeitpunkt startete im Internet auf www.machsmit.de ein Kreativwettbewerb, an dem sich viele Menschen aller Altersschichten beteiligten und bis Anfang 2009 etwa 150 000 Ideen für die klassische *mach's mit*-Kampagne einreichten. Einige dieser Ideen wurden von der BZgA als Großplakats-

motive umgesetzt, und immer noch zeigen die zahlreichen Einsendungen die Attraktivität dieses Mitmachangebots.

Doch die Kampagne in ihrer ursprünglichen Form musste nach mehreren aufeinander aufbauenden Stufen grundsätzlich weiterentwickelt werden. Aus diesem Grund wurde 2005 ein bundesweiter Kreativwettbewerb an allen deutschen Hochschulen für Kommunikationsdesign ausgeschrieben. Zentrale Vorgabe für die Weiterentwicklung war, bewährte Elemente der bisherigen Kampagne beizubehalten, vor allem das Logo und Motto der Kampagne, um die Anschlussfähigkeit an die bisherigen Staffeln zu sichern. Die über 80 eingereichten Kampagnenentwürfe wurden von einer Fachjury bewertet.

Eine der beiden von der Jury mit einem ersten Platz ausgezeichneten Ideen zeigte erstmalig sechs Motive mit phallusförmigen Obst- und Gemüsesorten, über welche jeweils ein Kondom gerollt war. Sie war ab Mai 2006 in ganz Deutschland auf 75 000 Großplakatflächen zu sehen. 2007 folgten weitere sechs Motive und 2008 schloss diese Gestaltungslinie mit noch einmal sechs neuen Motiven die auf drei Jahre angelegte Kampagne ab. Der FAW stellte der BZgA erneut sämtliche Plakatflächen kostenlos zur Verfügung – was wesentlich zum Bekanntheitsgrad und zum Erfolg dieser Kampagne beigetragen hat. Der Verband der privaten Krankenversicherungen e. V. (PKV) finanzierte den Druck der Plakate sowie die Logistik.



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

***mach's mit* ab 2009: die „Liebesorte“-Staffel**

Seit dem Frühjahr 2009 führt eine völlig neue Gestaltungslinie das *mach's mit*-Konzept öffentlichkeitswirksam und zielgruppenspezifisch fort. Die „Liebesorte“-Staffel setzt authentische Orte in Szene, an denen Sex stattfinden kann oder stattgefunden haben könnte: vom Bordellbett bis zum lauschigen Plätzchen am See, vom Hotelzimmer oder Park bis hin zum Küchentisch zu Hause.

Die Grundidee war ebenfalls von Anfang an als mehrjährige Folgestaffel geplant. Sie wurde ebenfalls im Rahmen des Ideenwettbewerbs 2005 entwickelt und von der Jury mit einem ersten Preis ausgezeichnet.



Fantasien ausleben

Aids riskieren

GIB AIDS KEINE CHANCE

Über ein Drittel der Menschen in Deutschland fühlt sich nicht ausreichend über sexuell übertragbare Krankheiten informiert. Brennen und Schmerzen beim Wasserlassen, Juckreiz und Ausfluss können Anzeichen solcher gefährlicher Infektionen sein und sollten von einem Arzt untersucht und behandelt werden.

mach's mit.
www.machsmit.de

Eine Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) in Zusammenarbeit des Verbandes der privaten Krankenkassen (VdK) und gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.

BZgA PKV

Telefonberatung: 0221 892031



rumtreiben

Aids riskieren

GIB AIDS KEINE CHANCE

Die meisten Menschen, die bei spontanem Sex mit Unbekannten auf Kondome verzichten, machen dies, weil sie fürchten, sich nicht durchsetzen zu können. Dabei ist „drüber reden“ der sicherste Weg zum Schutz. Denn 95 Prozent der Singles in Deutschland würden dem Kondomgebrauch zustimmen, wenn ihr neuer Partner oder ihre neue Partnerin dies wünscht.

mach's mit.
www.machsmit.de

Eine Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) in Zusammenarbeit des Verbandes der privaten Krankenkassen (VdK) und gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.

BZgA PKV

Telefonberatung: 0221 892031

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

Die Motive sind so vielfältig wie die Menschen, die sie ansprechen sollen. Personen sind auf den Plakaten bewusst nicht zu finden: Jeder Betrachter kann das Motiv mit eigenen Fantasien und Vorstellungen füllen.

Jedes Motiv wurde durch sorgfältige Recherche in den jeweiligen Zielgruppen ermittelt und erzählt eine eigene „Liebes“-Geschichte. Die Botschaft dieser Staffel: lieben, vergnügen, Herz verlieren und vieles mehr ist erwünscht und erlaubt – Aids riskieren nicht. Daher fehlt auch auf keinem Plakat das wichtigste Utensil: das Kondom!

Neben der bundesweiten Großplakatserie wird das „Liebesorte“-Konzept seit 2009 mit Anzeigen, Postkarten, Innenraumplakaten, TV- und Kinospots, Ambient-Werbemitteln, einem Aktionsstand, dem Internetportal www.machsmit.de und mit weiteren Begleitmaßnahmen umgesetzt.



Natur genießen

Aids riskieren

GIB AIDS KEINE CHANCE

Über die Hälfte der Männer haben sich bereits einmal Sorgen gemacht, sich mit einer sexuell übertragbaren Krankheit angesteckt zu haben. Syphilis, Tripper und Herpes sind nicht nur ernst zu nehmende Krankheiten, sondern sie erhöhen zudem erheblich das Risiko einer HIV-Infektion. Kondome schützen nicht nur vor einer HIV-Infektion. Sie verringern auch das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Krankheiten.

mach's mit.
www.machsmits.de

Eine Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) mit Unterstützung des Verbandes der privaten Krankenkassen (VdK) und gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.

BZgA PKV

Telefonberatung: 0221 892031



Rock 'n' rollen

Aids riskieren

GIB AIDS KEINE CHANCE

Ein Fünftel aller Singles in Deutschland hat sich bereits einmal Sorgen gemacht, sich mit einer sexuell übertragbaren Krankheit angesteckt zu haben. Syphilis, Tripper und Chlamydien sind ernst zu nehmende Krankheiten. Sie erhöhen zudem erheblich das Risiko einer HIV-Infektion. Kondome schützen nicht nur vor einer HIV-Infektion, sondern sie verringern auch das Risiko einer Ansteckung mit anderen sexuell übertragbaren Krankheiten.

mach's mit.
www.machsmits.de

Eine Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) mit Unterstützung des Verbandes der privaten Krankenkassen (VdK) und gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland.

BZgA PKV

Telefonberatung: 0221 892031



Das Internetportal zur Kampagne: www.machsmits.de



mach's mit.-Informationsstand beim Kampagnenstart mit Steffen Hallaschka und Lilo Wanders



mach's mit – international

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

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

Während der Welt-Aids-Konferenz 2008 wurden die Motive der *mach's mit*-Kampagne nicht nur auf dem Stand der Bundesrepublik Deutschland den 25 000 Expertinnen und Experten der Konferenz präsentiert, sondern auch in der größten U-Bahnstation in Mexiko-Stadt in einer spanischsprachigen Adaption plakatiert.



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



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

4.7 Der Welt-Aids-Tag

Es gibt einen zentralen Tag im Jahr, an dem weltweit das Thema Aids und die Solidarität mit den Betroffenen im Zentrum des öffentlichen Interesses steht. Seit 1988 ist der *Welt-Aids-Tag* am 1. Dezember der wichtigste Aktions- und Gedenktag rund um HIV und Aids. In Deutschland wird die Aktion „Gemeinsam gegen Aids“ zum *Welt-Aids-Tag* von der BZgA organisiert und gemeinsam mit dem Bundesministerium für Gesundheit, der Deutschen AIDS-Hilfe und der Deutschen AIDS-Stiftung durchgeführt.



Die aktuelle Kommunikationslinie des *Welt-Aids-Tages*

Seit Jahren arbeitet die BZgA mit Prominenten wie Boris Becker, Hannelore Elsner, Benno Fürmann, Thomas Hermanns, Verona Pooth und vielen anderen zusammen, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Diese Strategie, den *Welt-Aids-Tag* durch prominente Gesichter bekannt zu machen, wurde über die Jahre weiterentwickelt. Daraus entstand das Konzept der *Welt-Aids-Tag*-Botschafterinnen und Botschafter, welche den Grundgedanken „Gemeinsam gegen Aids“ besonders eindrucksvoll transportieren.



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



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

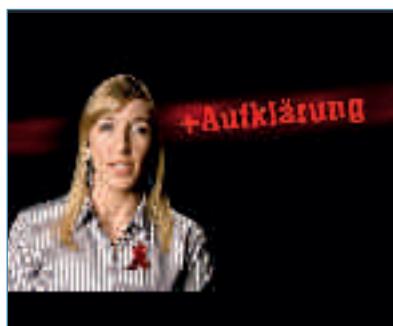
Bisherige und neue Botschafterinnen und Botschafter wie Christiane Paul, Anni Friesinger, Samy Deluxe und Philipp Lahm waren 2007 und 2008 dank der Unterstützung zahlreicher Partner auf aufmerksamkeitsstarken Großplakaten und in TV- und Kinospots zu sehen.

Inzwischen kann sich jeder auf dem Portal www.welt-aids-tag.de als Welt-Aids-Tag-Botschafterin oder -Botschafter eintragen und so seine Solidarität mit Betroffenen zeigen bzw. zum Schutz gegen eine HIV-Infektion aufrufen.

Bis Mitte 2009 haben sich etwa 10 000 Menschen aus allen Gesellschaftsschichten und unterschiedlichen Alters auf dem Welt-Aids-Tags-Portal registriert. Und die Anmeldungen steigen stetig weiter. Das Internetportal wurde mit zahlreichen Features zu einer umfassenden Aktions- und Kommunikationsplattform ausgebaut. Vernetzungsfunktionen stehen hier ebenso zur Verfügung wie Aktionsvorschläge und die Möglichkeit, eigene Projekte bekannt zu machen und Unterstützung dafür zu gewinnen.

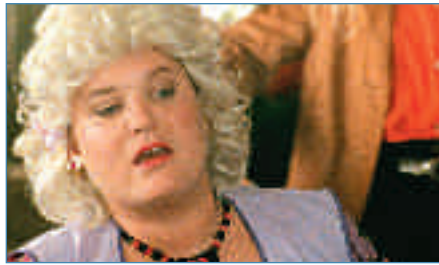


Riesenposter mit Welt-Aids-Tags-Botschafter Philipp Lahm, 2008



TV- und Kinospot zum Welt-Aids-Tag 2008 mit Christiane Paul, Samy Deluxe, Anni Friesinger und Philipp Lahm

4.8 Weitere Maßnahmen zur Ansprache der gesamten Bevölkerung



„Tina, wat kosten die Kondome?“ (1990) und der „Airport“-Spot mit Boris Becker (2006) gehören zu den Klassikern der Aidspräventionsspots

TV- und Kinospots

Ergänzend zu den Print- und Internetangeboten entwickelt die BZgA Aufklärungsspots für TV, Kino und Radio für die Ansprache der gesamten Bevölkerung, in welchen spezielle Themen und Präventionsaspekte aufbereitet werden.

Bei einigen Spots hat sich die Mitwirkung von Prominenten, wie zum Beispiel des Comedians Kaya Yanar in „Disco“ („Was guckst Du?“, 2003) oder Boris Becker im „Airport-Spot“ (2006), als effektive Methode erwiesen, um das Publikum zu erreichen und die Schutzbotschaft zu platzieren. Andere sind dagegen bewusst ernsthaft und informativ, so die Spots zu sexuell übertragbaren Krankheiten (2005). Einige Produktionen besitzen bereits Kultcharakter, wie etwa der Spot „Supermarkt“ („Tina, wat kosten die Kondome?“, 1990). Die Aidsaufklärungsspots der BZgA erzielten hohe Reichweiten und sind mehrfach mit Preisen der Film- und Medienbranche ausgezeichnet worden.

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

clip & klar Spotwettbewerb

Um neue Spotideen zu generieren, setzt die BZgA in vielen Fällen auf Kreativwettbewerbe. 2008 startete mit *clip & klar* 08 Aidsprävention ein neuer Kreativwettbewerb an Film- und Medienhochschulen. Junge Kreative waren aufgerufen, in bis zu 30-sekündigen Spots ihre Ideen zum Thema Aids umzusetzen. 56 Wettbewerbsbeiträge von Studierenden aus zwanzig Film- und Medienhochschulen gingen bei der BZgA ein und wurden von einer hochkarätigen Jury bewertet.

Die BZgA plant, im Rahmen ihrer Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE* einen der Gewinner-Spots umzusetzen.

2009 wird *clip & klar* zur Aidsprävention erstmalig europaweit ausgeschrieben. *clip & klar europe 09* steht unter dem Motto „HIVisible“. Mit TV- und Kinospots aus verschiedenen europäischen Ländern sollen HIV und Aids wieder verstärkt in der Öffentlichkeit sichtbar werden.

clip & klar europe 09 der BZgA steht unter der Schirmherrschaft von Eva Luise Köhler, der Frau des Bundespräsidenten, und ist Ende 2009 in den 12. Europäischen AIDS-Kongress in Köln eingebunden.

Die Wettbewerbsbeiträge sind ab Ende 2009 auf der Website www.clipundklar-bzga.de zu sehen.



Preisverleihung 2008: Staatssekretärin im BMG Marion Caspers-Merk, Preisträger Sebastian Linke, die Direktorin der BZgA Prof. Dr. Elisabeth Pott und Jury-Mitglied Klaus Naumann (v.l.n.r.)



Bruce Darnell



Michael Mittermeier

Hörfunkspots

Die Hörfunkspots sind seit 1998 ein zusätzlicher Baustein der Kampagne der BZgA und seitdem fester Bestandteil der Aidsaufklärung. Im Rahmen dieser Initiative ist es gelungen, viele Prominente vor das Mikrofon zu bringen: Zahlreiche bekannte Künstlerinnen und Künstler – wie Hella von Sinnen, Hugo Egon Balder, Atze Schröder, Rüdiger Hoffmann, Guildo Horn, Anette Frier, die Missfits und viele andere – haben sich in den vergangenen Jahren mit großem Engagement und ohne Honorar an der Hörfunkkampagne beteiligt. So können jedes Jahr Anfang Dezember allen Sendern mehr als ein Dutzend Hörfunkspots zum Thema Aids angeboten werden.



Carolin Kebekus

Inzwischen strahlen mehr als 55 Radiosender regelmäßig und kostenfrei die Spots aus.

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

Konzeption – bis zu viermal pro Jahr auf zentralen Plätzen größerer Städte für jeweils circa zehn Tage eingesetzt. Die BZgA bezieht für die Durchführung der Ausstellung jeweils die lokalen Strukturen der Aidsprävention und der Sexualberatung intensiv mit ein, um so besonders nachhaltige Wirkungen zu erzielen.

Jeder angemeldeten Besuchergruppe stellt die BZgA qualifizierte Beraterinnen und Berater zur Seite, welche informieren, auf Fragen eingehen und zum Gespräch über das gesamte Themenspektrum von Liebe, Lust und Partnerschaft, Aids, Toleranz und Solidarität anregen. Die Ausstellung vermittelt dabei keine Patentrezepte, sondern bietet Anregungen für ein selbstbestimmtes und selbstverantwortliches Handeln – der Schlüssel für langfristig wirksame Prävention.

Pro Einsatz besuchen bis zu 10 000 Menschen die Ausstellung. Gleichzeitig werden circa 700 Multiplikatoren erreicht und etwa 600 Gruppen (überwiegend Schulklassen) betreut. Darüber hinaus werden durch die begleitende Presse- und Medienarbeit zu *LIEBESLEBEN* meist mehrere Millionen Menschen über die Ausstellung und ihre Themen informiert.

4.9 Personale Kommunikation

Personale Kommunikationsmaßnahmen bilden ein wichtiges Element der Präventionsstrategie. Im Gegensatz zu Plakaten und TV-Spots sprechen sie Menschen direkt und persönlich an. Zum Bereich der personalkommunikativen Maßnahmen gehören die persönliche telefonische und Online-Beratung, aber auch mobile Ausstellungen.

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

Mobile Ausstellung *LIEBESLEBEN*



Ausstellung *LIEBESLEBEN*



LIEBESLEBEN ist eine mobile und interaktive Ausstellung rund um das Thema Aids und Liebe, in der das Berühren der Ausstellungsgegenstände und Diskussionen und Fragen erlaubt sind. Die Ausstellung wird seit 1994 – und seit 2003 mit vollständig neuer



Der *Mitmach-Parcours*

Der *Mitmach-Parcours* zu Aids, Liebe & Sexualität wurde erstmals 1992 unter dem Namen „Aids-Rallye“ eingesetzt. Heute werden jährlich in circa 50 – 60 Städten rund 20 000 Jugendliche und junge Erwachsene erreicht. Die wichtigsten Zielgruppen sind Schulklassen, Auszubildende, aber auch ältere Zielgruppen wie Bundeswehrangehörige und Krankenpflegepersonal.

Im *Mitmach-Parcours* lernen die Teilnehmenden, spielerisch mit ihren Fragen und Ängsten zu Sexualität, Verhütung und HIV umzugehen. Interaktive und unkonventionelle Kommunikationsmethoden, wie z.B. Pantomime und Rollenspiel, schaffen eine Atmosphäre der Offenheit, in der die Teilnehmenden sich oftmals leichter mitteilen können, als ihnen dies in ihrer alltäglichen Umgebung möglich ist.

Die Lehrkräfte der beteiligten Schulen erhalten eine Fülle von Anregungen und praktische Unterstützung, wie sie diese Themen besser in ihren Unterricht integrieren können.

Jeder Einsatz des *Mitmach-Parcours* ist ein Kooperationsprojekt: Das heißt, vor Ort werden Partnerinnen, Partner, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesucht, die den Parcours mitbetreuen. Geschulte Präventionskräfte vermitteln im Auftrag der BZgA das dafür notwendige Know-how.

Der *Mitmach-Parcours* im Ausland

Das erfolgreiche Konzept des *Mitmach-Parcours* wurde und wird auch aus anderen Ländern angefragt. Die im Auftrag der Bundesregierung in der deutschen Entwicklungshilfe tätige Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) wurde für die Anpassung des Konzeptes an die jeweils besonderen Verhältnisse in anderen Ländern als Partnerin ausgewählt. Die BZgA beauftragte die GTZ mit der Planung und Realisierung von Qualifizierungsseminaren für Teilnehmer aus zunächst fünf Ländern (Äthiopien, El Salvador, Mongolei, Mosambik, Russische Föderation). Die auf dieser Basis entwickelten kultur- und sprachspezifisch adaptierten Länder-Parcours sind seit 2004 erfolgreich im Einsatz.

Mit diesen umfangreichen Erfahrungen haben die BZgA und die GTZ ein Informationspaket für Fachkräfte in der internationalen Aidsprävention in deutscher und englischer Sprache entwickelt. Mit diesem Angebot möchten die BZgA und GTZ weitere Länder motivieren, ebenfalls länderspezifische Adaptionen des *Mitmach-Parcours* zu entwickeln und einzusetzen. Inzwischen konnten in mehr als 25 Ländern Adaptionen des Parcours umgesetzt werden.

Aidsaufklärung in Schulen

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

Über diese mit den Kultusministerinnen und -ministern sowie Schulsenatorinnen und -senatoren der sechzehn Bundesländer abgestimmten Angebote für den Unterricht in unterschiedlichen Schulformen gibt es eine Fülle zusätzlicher An-

gebote zur Prävention von HIV und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten, auch für außerschulisch tätige Pädagoginnen und Pädagogen:

- Den *Mitmach-Parcours*
- Die *JugendFilmTage* zu Sexualität, Freundschaft, Liebe, HIV/Aids
- Ein umfangreiches Angebot von aktionsorientierten Anregungen für die pädagogische Arbeit mit unterschiedlichen Alters- und Zielgruppen.

Ein 2009 veröffentlichtes, neu konzipiertes Medium für die pädagogische Arbeit ist die DVD „Sexuell übertragbare Krankheiten inkl. HIV/Aids“. Neben einem Spielfilm enthält die DVD didaktisch orientierte Animationsfilme. Sie erläutern anschaulich komplizierte Sachverhalte, etwa zur Immunabwehr und zu anderen sexuell übertragbaren Infektionen. Interaktive Testmodule für Jugendliche und ein ausführliches Fachbegleitmaterial runden das Angebot ab. Durch die Verbindung



Die DVD vereint Spielfilmsequenzen mit interaktiven Tests

von Animationen und Spielfilm entstand ein hybrides Medium, welches durch seine Vielfalt das Interesse der Jugendlichen weckt und auch den sehr unterschiedlichen Bedürfnissen naturwissenschaftlicher und sozialwissenschaftlicher Fächer Rechnung trägt.

JugendFilmTage

Das Konzept der *JugendFilmTage* wurde 2001 in Hamburg entwickelt und von der BZgA für den bundesweiten Einsatz erweitert. Die *Jugend-FilmTage* bieten Schulklassen und ihren Lehr-



kräften die Auseinandersetzung mit den Themen Freundschaft, Liebe, Sexualität und HIV/Aids über emotional berührende Filme sowie Aktionen in großen Kinos an. Auch die BZgA-Kinospots werden im Rahmen des Programms gezeigt. Die Einbeziehung der Lehrkräfte im Vorfeld, ihre Unterstützung und Anregung zur inhaltlichen Nachbereitung im Unterricht sowie die enge Verzahnung mit den örtlichen Trägern von Prävention für Jugendliche sind die zentralen Pfeiler des Konzepts.

Die kommunalen und regionalen Kooperationspartner können das Angebotspaket *JugendFilmTage*, *Sexualität*, *Liebe*, *Freundschaft*, *HIV/Aids* über das Internet bestellen. Die BZgA stellt Bewerbungsmaterialien, den Internetleitfaden, ein telefonisches Coaching sowie eine Unterstützung für die Realisierung von Mitmach-Aktionen zur Verfügung.

Die *JugendFilmTage* sind außerdem ein Beispiel der erfolgreichen Kooperation der BZgA mit privaten Partnern: Zahlreiche Kinobetreiber stellen ihre Kinos für diesen Anlass kostenlos zur Verfügung. Vor allem mit der Kinokette CinemaxX konnte eine von Beginn an besonders engagierte Partnerin gewonnen werden.

Aufgrund der hohen Nachfrage und der positiven Erfahrungen wurden die *JugendFilmTage* konzeptionell so weiterentwickelt, dass heute weitaus mehr Städte mit einem eigenständigen Programm dieses Angebot wahrnehmen und auch stärker inhaltliche oder Zielgruppen-Fokussierungen umgesetzt werden können. In vielen Städten sind die *JugendFilmTage* heute ein regelmäßiges Event. Auch in benachbarten Ländern wie z.B. Polen werden inzwischen *JugendFilmTage* nach BZgA-Vorbild veranstaltet.

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

Persönliche und anonyme Beratung über Telefon und online

Seit Beginn der Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE* ist die persönliche und anonyme Telefonberatung in der BZgA eine wichtige Ergänzung der massenmedialen Aidsaufklärung. Sieben Tage in der Woche wird zu allen Fragen rund um Safer Sex, HIV, Aids und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten beraten. Dazu gehören auch psychosoziale Aspekte, einfache Sofortmaßnahmen nach Risikokontakten oder auch die „HIV-Postexpositions-Prophylaxe“ (HIV-PEP).

Ratsuchende, die nicht oder nur schlecht Deutsch sprechen, können auch in ausgewählten anderen Sprachen beraten werden. Die persönliche

Beratung der BZgA ist unter der Rufnummer 0221-89 20 31 und der besonders eingängigen Nummer 01805-555 444 (kostenpflichtig) zu erreichen. Diese werden über alle Kampagnenmedien publiziert.

Die Beraterinnen und Berater verfügen über medizinische und psychosoziale Expertise und werden regelmäßig fortgebildet. Seit 2006 ist die Beratung mit besonders gesicherten Zugängen auch online über www.aidsberatung.de erreichbar. Dort gibt es außerdem eine aktuelle Übersicht über alle Beratungsstellen in Deutschland.

Die Nachfrage nach diesem persönlichen und anonymen Beratungsangebot ist groß: Pro Jahr werden etwa 20 000 – oft sehr ausführliche – Gespräche und Online-Beratungen durchgeführt. Wichtig ist, dass die Beratung der Klärung und Beruhigung dient und die Anfragenden außerdem, falls notwendig, zur längerfristigen Betreuung an eine Beratung vor Ort weitervermittelt werden können.

Persönliche Beratung der BZgA: Tel. 0221-89 20 31 oder im Internet unter: www.aidsberatung.de



4.10 Bundeswettbewerb Aidsprävention

Der Bundeswettbewerb Aidsprävention wurde erstmalig 2008 von der BZgA gemeinsam mit dem Verband der privaten Krankenversicherung e. V. (PKV) und dem Bundesministerium für Gesundheit ausgeschrieben. Das Motto des Bundeswettbewerbs lautet „Neue Wege sehen – neue Wege gehen“. Sein Ziel ist es, innovative Projekte zu identifizieren und auszuzeichnen, die nachhaltige Ansätze entwickeln und umsetzen, welche den präventiven Herausforderungen u. a. durch das „Neue Aids“ effektiv begegnen.

Die Grundannahme dieser Initiative ist, dass innovative Projekte zur Ansprache schwer erreichbarer Gruppen genau dort entstehen und unterstützt werden, wo sie gebraucht und am besten umgesetzt werden, nämlich nahe an den Zielgruppen vor Ort.

2008 wählte die Fachjury aus 100 eingereichten Projekten sieben Preisträger und zwei Träger von Sonderpreisen aus. Die prämierten Projekte zeichnen sich dadurch aus, dass sie von HIV/Aids besonders gefährdete oder betroffene Zielgruppen in den Blick nehmen – z. B. die von Menschen mit Migrationshintergrund und/oder mit prekären Aufenthaltsverhältnissen. Allen Projekten gemeinsam ist, dass sie mit Menschen aus den Zielgruppen selbst entwickelt und umgesetzt werden und so eine hohe Glaubwürdigkeit haben. Der nächste Wettbewerb ist für 2010 geplant.

PREISVERLEIHUNG, PREISTRÄGERINNEN UND PREISTRÄGER DES BUNDESWETTBEWERBS AIDSPRÄVENTION 2008



Bundesgesundheitsministerin Ulla Schmidt bei der Auszeichnung der Preisträgerinnen und Preisträger



Das „Afrika Projekt“ für Sub-Sahara-Afrikanerinnen und Afrikaner in Bremen sowie Flüchtlinge und Menschen, die sich ohne Papiere in Deutschland aufhalten

Informationen zum Wettbewerb, den Nominierten und den Preisträgerinnen und Preisträgern unter: www.wettbewerb-aids.de

4.11 Qualitätssicherung und Wirkungskontrolle



Repräsentativerhebung *Aids im öffentlichen Bewusstsein*

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

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

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

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

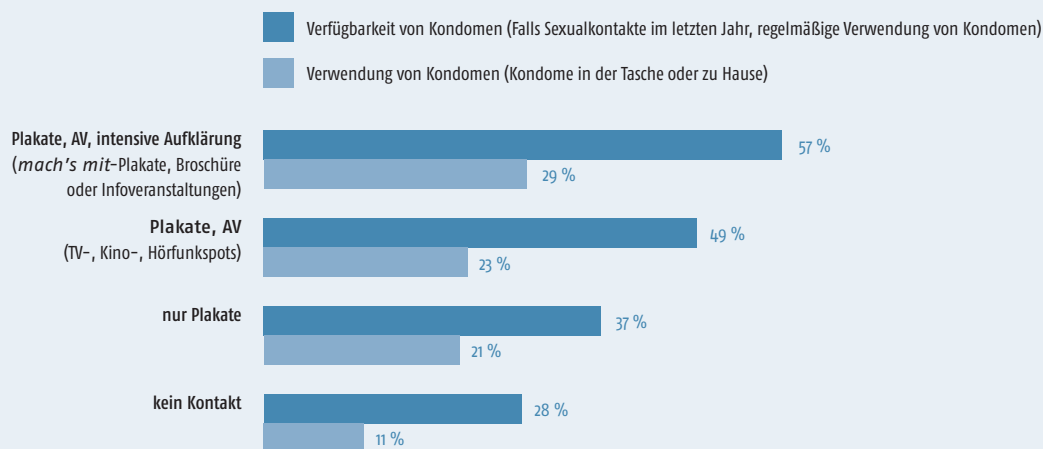
Im Einzelnen wird untersucht,

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

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

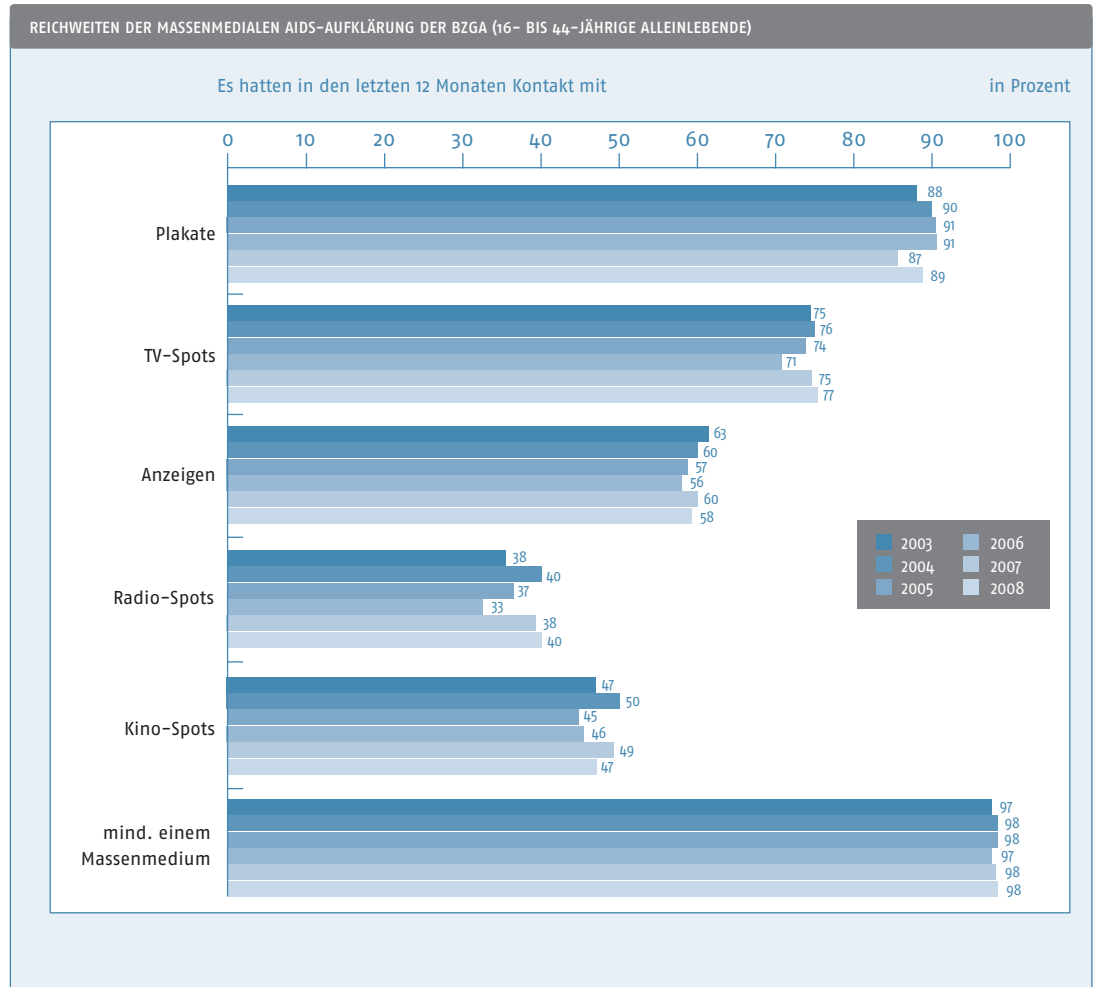
Diese Monitoring-Studie mit 7 000 Befragten ist ein zentrales Element der Evaluation der Aidsprävention in Deutschland insgesamt und der BZgA-Kampagne im Besonderen. Sie ist auch

ZUSAMMENHANG VON MEDIENNUTZUNG UND VERFÜGBARKEIT UND VERWENDUNG VON KONDOMEN



Bei der Zielgruppe der 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden liegen diese Werte jeweils deutlich höher – jedoch gibt es kaum Befragte ohne Kampagnenkontakte

Quelle: *Aids im öffentlichen Bewusstsein*, BZgA, Endbericht Mai 2007
www.BZgA.de/studien



ein entscheidendes Instrument zur Steuerung und Optimierung der Kampagne.

Die Ergebnisse der Auswertungen seit Start der Kampagne zeigen, dass

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

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

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



Fantasien ausleben



Aids riskieren

**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

Telefonberatung: 01805 555 444

Die Aktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist eine Initiative der Bundesregierung. Die Aktion wird von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) durchgeführt. Die Aktion ist eine Initiative der Bundesregierung. Die Aktion wird von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) durchgeführt.

5

Public Private Partnerships und Kooperationen



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

5.0 Public Private Partnerships und Kooperationen

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

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

5.1 Public Private Partnerships

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

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

- der Fachverband Außenwerbung, dessen Mitgliedsfirmen seit 1993 über 1,5 Millionen kostenlose Plakatflächen bereitgestellt haben,
- eine Vielzahl privater und öffentlich-rechtlicher Fernseh- und Radiosender, die kostenlose Sendeplätze für die BZgA zur Verfügung gestellt haben,
- zahlreiche Kinobetriebe bei den *Jugend-FilmTagen*,
- die Agenturen united ambient media und novum!, die allein von 2007 bis 2009 eine bundesweite, kostenlose Verteilung von insgesamt über 13 Millionen Postkarten mit *mach's mit*-Motiven und den Aktionsmotiven zum *Welt-Aids-Tag* möglich machen; u. v. m.

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

Eine ganz neue Dimension der Unterstützung der Kampagne der BZgA eröffnete Mitte 2005 der Verband der privaten Krankenversicherung e.V. (PKV), welcher der Aidsprävention der BZgA erhebliche Finanzmittel zur Verfügung stellt und so eine Fülle zusätzlicher Maßnahmen ermöglicht. Bis mindestens 2010 unterstützt der PKV-Verband die BZgA-Kampagne zur Aidsprävention mit jährlich 3,4 Millionen Euro.

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

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

Insbesondere der Fachverband Außenwerbung e.V. (FAW) als Dachverband deutscher Außenwerbefirmen (Out-of-Home-Media) hat die *mach's mit*-Kampagne sowie die Großplakate der Aktion zum *Welt-Aids-Tag* „Gemeinsam gegen Aids“ ermöglicht. Seit 1994 stellt der FAW jährlich bundesweit etwa 100 000 kostenlose Plakatflächen für die BZgA zur Verfügung – bis 2009 insgesamt über 1,5 Millionen. Ein unschätzbar wichtiger Beitrag, um das Bewusstsein der Öffentlichkeit für die Krankheit Aids und deren Gefahren aufrechtzuerhalten und zu stärken.

5.2 Kooperationen mit Verbänden und Organisationen

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

WICHTIGE PARTNER DER BZGA

WICHTIGE PARTNER DER BZGA



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



Seit 1993 stellt der FAW jährlich etwa 100 000 kostenlose Plakatflächen in ganz Deutschland für die BZgA zur Verfügung



Zahlreiche Firmen unterstützen die Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE*. Die oben gezeigten Logos geben eine Auswahl der derzeitigen Partner wieder.

La Pareja ideal.



GIB AIDS
KEINE
CHANCE

úsalo

Como en tubes.



GIB AIDS
KEINE
CHANCE

úsalo

Marip
el est



GIB AIDS
KEINE
CHANCE

6

Internationale Zusammenarbeit und Wissenstransfer



Spanischsprachige Adaption
der *mach's mit*-Plakatserie,
die 2008 bei der Welt-Aids-
Konferenz in Mexico City
veröffentlicht wurde

Die von
der BZgA
entwickelten
Präventions-
maßnahmen
sind Vorbild
für zahlreiche
Kampagnen
im Ausland.

6

6.0 Internationale Zusammenarbeit und Wissenstransfer

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

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

Die erstmals 1987 von der BZgA in Kooperation mit der WHO durchgeführten jährlichen International Consultations, an denen Vertreterinnen und Vertreter von west-, mittel- und osteuropäischen Ländern teilnehmen, setzten Maßstäbe für einen effektiven Erfahrungsaustausch sowie Transfer von Präventionsstrategien, Projekt- und Programmplanung und nicht zuletzt bei der Evaluation und Qualitätssicherung. Im Oktober 2008 wurde die Konferenz „How do we know what works? Quality Assurance in HIV prevention in Europe“ gemeinsam von der BZgA und dem WHO/Regionalbüro für Europa veranstaltet. Im Zentrum der Veranstaltung stand die Frage, wie Qualitätssicherung stärker in der HIV-Prävention verankert werden kann. An der Konferenz waren über 80 Teilnehmende von Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen aus circa zwanzig Ländern beteiligt. Die Konferenz bildete den Auftakt zu einer weiteren Veranstaltungsreihe zum Know-how-Transfer und zur Stärkung der Qualitätssicherung der HIV-Prävention in Europa.

Angesichts der in anderen Regionen der Welt schwierigen Rahmenbedingungen und wachsenden Herausforderungen für die Aidsprävention erhalten solche Synergie- und Kompetenzförderungsprozesse einen immer höheren Stellenwert: Die BZgA leistet so ihren Beitrag zum effektiven Kampf gegen Aids in einem internationalen Kontext.

6.1 Aids-Kongresse in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Der Deutsch-Österreichische AIDS-Kongress begann in der Nachfolge mehrerer Deutscher AIDS-Kongresse 2003 als binationale Veranstaltung und fand dann alle zwei Jahre abwechselnd in Deutschland und in Österreich statt. Unter dem Motto „Prepare for the long run“ wurde 2009 diese schon bewährte Tradition eines deutschsprachigen AIDS-Kongresses geografisch erweitert: Der erste Deutsch-Österreichisch-Schweizerische Aids-Kongress (SÖDAK) findet erstmals in der Schweiz statt. Die BZgA präsentiert auf diesem wichtigsten Forum im deutschsprachigen Raum ihre Arbeit in Vorträgen und auf ihrem Informationsstand.

Der hohe Anteil von medizinisch Tätigen im Fachpublikum wird von der BZgA außerdem genutzt, um die Kooperation mit dem ärztlichen Sektor weiter zu intensivieren: Die niedergelassene Ärzteschaft ist ein wichtiger Partner in der Behandlung und Prävention nicht nur von HIV-Infektionen, sondern auch von anderen sexuell übertragbaren Krankheiten.

Auch auf den Münchner AIDS-Tagen stellt die BZgA regelmäßig ihre neuen Konzepte und Angebote zur Prävention sexuell übertragbarer Infektionen vor. Die Teilnehmenden aus Deutschland und den deutschsprachigen Nachbarländern repräsentieren mehrheitlich in der HIV-/STD-Prävention aktive Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus der Vor-Ort-Arbeit, von denen viele mit der BZgA zusammenarbeiten. Die BZgA nutzt die „Münchner AIDS-Tage“ deshalb, um zusätzliche Rückmeldungen und Anregungen aus der Praxis zu erhalten.

Auch die jährliche Veranstaltung „HIV im Dialog“ im Roten Rathaus in Berlin versteht sich als Diskussions- und Diskursforum für alle Fragen rund um HIV/Aids. Die BZgA beteiligt sich daran mit Vorträgen, Teilnahme an Podiumsdiskussionen und thematischen Vorschlägen für Workshops.

6.2 Internationale Aids-Konferenzen

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

Die BZgA präsentiert auf diesen großen Foren mit circa 30 000 Teilnehmern aus aller Welt zentrale Ergebnisse ihrer Präventionsarbeit und stellt sie



dem internationalen Diskurs zur Verfügung. Darüber hinaus wertet sie die Kongresse selbst aus und macht die Ergebnisse für ihre Kooperationspartner in Deutschland in Form von Zusammenfassungen und Veröffentlichungen zugänglich.

Auf der 17. Internationalen Aids-Konferenz in Mexico City im Herbst 2008 wurde erneut deutlich, dass in vielen Ländern HIV-Prävention entweder kaum etabliert oder kaum wirksam ist, sodass insbesondere in Osteuropa und Mittelasien eine besorgniserregende HIV-Dynamik entsteht. Die deutschen Erfahrungen mit wirksamer Aidsprävention sind für diese Länder von großem Interesse. Aus diesem Grund wird die BZgA ihr internationales Engagement beibehalten und weiter ausbauen.



Der deutsche Informationsstand auf der 17. Internationalen Aids-Konferenz in Mexico City 2008

6.3 Kooperation mit der GTZ

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

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

6.4 Internationale Delegationen in der BZgA

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

Auf Initiative der BZgA wurde erstmals 2000 eine Gruppe von Expertinnen und Experten aus Europa gebildet, die in ihren Ländern für die jeweiligen nationalen Präventionskampagnen zuständig sind: European Public AIDS Communication (EUROPAC). Partnerländer waren west-, mittel- und osteuropäische Staaten. Ziel dieses Zusammenschlusses war der direkte Austausch über Inhalte, Maßnahmen und Medien sowie allgemeine Aspekte präventiver Kommunikation zu HIV/Aids, um somit europäische Programme möglichst effektiv zu vernetzen. Nach dem ersten Treffen in Köln wurde das zweite Treffen 2002 vom polnischen Aidszentrum in Warschau durchgeführt. Seit 2005 hat der „Extended Think Tank on HIV/AIDS“ die Aufgabe der Koordinierung und Organisation des Erfahrungsaustausches der einzelnen EU-Länder untereinander sowie mit ihrer Nachbarschaft übernommen.

Die EU hat außerdem Initiativen gestartet, um europaweite Plattformen für die Sammlung und den Austausch qualitätsgesicherter „Good Practice“-Beispiele für wirksame HIV- und STD-Prävention zu schaffen. Die BZgA spielt in diesen Initiativen ebenfalls eine Rolle und nimmt dabei besonders die Förderung und Sicherung der Qualität präventiver Interventionen in den Fokus – ein Thema, das in vielen Ländern mit gering ausgebauter Präventionslandschaft noch zu kurz kommt.

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

Auch wenn in Deutschland die Zahl der Neuinfektionen derzeit kaum mehr ansteigt, so haben doch die meisten anderen Länder Europas mit deutlich steigenden HIV-Zahlen zu kämpfen. Viele Länder versuchen deshalb, ihre Prävention zu verstärken und erarbeiten zu diesem Zweck nationale Aktionspläne. Die Initiativen der EU für einen internationalen, erfolgreichen Know-how-Transfer sind daher für Qualität und Erfolg der Präventionsmaßnahmen in diesen Ländern von entscheidender Bedeutung.

Im Februar 2004 trafen sich in Dublin Vertreterinnen und Vertreter von Staaten und Regierungen aus Europa und Zentralasien mit eingeladenen Beobachtern zur Ministerkonferenz



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

„Breaking the Barriers – Partnership to fight HIV/AIDS in Europe and Central Asia“. Anlässlich der Konferenz wurde eine gemeinsame Erklärung („Dublin-Declaration“) verfasst: 33 Maßnahmen wurden beschlossen, um die Umsetzung der Verpflichtungserklärung zu beschleunigen.



Bundeskanzlerin Angela Merkel auf der EU-Ministerkonferenz in Bremen

Im Arbeitspapier der EU-Kommission vom 8. September 2004 „Ein koordinierter und integrierter Ansatz zur HIV/AIDS-Bekämpfung in der Europäischen Union und ihren Nachbarländern“ wurden konkrete Vorschläge für effektive Maßnahmen gemacht

und dafür produktive Rahmenbedingungen definiert. Auch die BZgA stellt für diese Initiative ihre vielfältigen Erfahrungen und ihr präventives Know-how zur Verfügung.

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

Einige der vertretenen Länder, wie zum Beispiel Polen, kooperieren bereits seit vielen Jahren auf bilateraler Ebene mit der BZgA und haben so in ihre nationalen Aufklärungsaktivitäten Projekte aus Deutschland integrieren können. Insbesondere in Ländern, in denen die Kommunikation über Kondome und Kondomnutzung bisher nicht so explizit sein kann, wie dies in Deutschland bereits gesellschaftlich akzeptiert ist, wird eine solche Unterstützung von außen sehr positiv bewertet.

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

2008 riefen Bundesgesundheitsministerin Ulla Schmidt und ihr ukrainischer Ministerkollege Dr. Wassyl Knjasewytsch die deutsch-ukrainische Partnerschaftsinitiative zur Bekämpfung von HIV/AIDS ins Leben. Die Ukraine ist laut UNAIDS derzeit das Land mit der höchsten HIV-Neuinfektionsrate in Europa. Mehr als ein Prozent der Bevölkerung von circa 47 Millionen sind mit HIV infiziert. 1,6 Prozent der 15- bis 49-Jährigen leben nach aktuellen Schätzungen der UNAIDS mit dem HI-Virus. Vor diesem dramatischen Hintergrund wurde die GTZ beauftragt, vorhandene HIV/AIDS-Projekte in der Ukraine stärker zu vernetzen sowie neue Partnerschaften zu suchen und zu unterstützen. Die Schwerpunkte der Zusammenarbeit liegen in der Prävention, Überwachung des Infektionsgeschehens (Surveillance), Behandlung und Pflege. Eine eigene, nationale Präventionskampagne soll 2009 konzipiert und umgesetzt werden. Unterstützt wird die Ukraine dabei durch das Bundesgesundheitsministerium und die BZgA, die den ukrainischen Kooperationspartnern und der Regierung ihr gesamtes Know-how zur Verfügung stellt. Weitere Projekte beziehen sich auf Präventionskonzepte für Männer, die Sex mit Männern haben, sowie auf den Aufbau von Klinikpartnerschaften zur Verbesserung der Behandlung und Pflege von Menschen mit Aids.

INTERNATIONALE KOOPERATIONEN

INTERNATIONALE KOOPERATIONEN UND PARTNER

	UNAIDS Das "United Nations Programme on HIV/AIDS" ist ein Projekt der Vereinten Nationen mit dem Ziel, die verschiedenen HIV/Aids-Pandemie-Aktivitäten einzelner Länder im Kampf gegen Aids zu koordinieren. Es entstand 1996 aus dem „Global Programme on HIV/AIDS“ der Weltgesundheitsorganisation.
	WHO Die Weltgesundheitsorganisation wurde 1948 gegründet und zählt 193 Mitgliedstaaten. Sie ist die Koordinationsbehörde der Vereinten Nationen für das internationale, öffentliche Gesundheitswesen.
	GTZ Die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH wurde 1974 gegründet und ist ein weltweit tätiges Unternehmen. Sie unterstützt Reformen und Veränderungsprozesse in Entwicklungsländern. Sämtliche ihrer Aktivitäten zielen darauf ab, die Lebensbedingungen und Perspektiven der Menschen in diesen Ländern nachhaltig zu verbessern.
	ECDC ECDC (European Centre for Disease Prevention and Control) veröffentlicht Berichte zur epidemiologischen Situation in den europäischen Ländern. Bis 2006 wurde dies von EuroHIV durchgeführt.



7

Ausblick

Erfolgreiche
Aidsprävention
geht flexibel
auf die sich
wandelnden
gesellschaft-
lichen und
epidemiologi-
schen Anfor-
derungen der
Krankheit ein.

Aidsschleife als Anhänger,
Grahamstown, Eastern
Cape Province, South Africa

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

Für die Wirksamkeit von Aidsprävention ist die Kampagne *GIB AIDS KEINE CHANCE* ein weltweit anerkanntes Beispiel. In Deutschland sind die Zahlen von HIV und Aids im internationalen Vergleich niedrig. Aber neue Entwicklungen wie die verbesserte Therapierbarkeit und dadurch höhere Lebenserwartung von Aids-Kranken lassen vielen Menschen die tatsächliche Bedrohung durch eine HIV-Infektion kleiner erscheinen und können so zu einer Abnahme des Schutzverhaltens beitragen. Die bis zum Jahr 2007 gestiegenen HIV-Infektionszahlen, die sich erstmals 2008 auf einem Niveau von circa 3 000 Neuinfektionen im Jahr stabilisiert haben, sowie die seit 2000 gestiegene Zahl anderer sexuell übertragbarer Krankheiten zeigen jedoch, dass es ständig neuer kommunikativer Impulse und konzeptioneller Weiterentwicklungen präventiver Maßnahmen bedarf, um die Erfolge der Aidsprävention in Deutschland auch zukünftig aufrechtzuerhalten.

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

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

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

- Die wichtigsten Botschaften zum Schutz vor HIV gelten weiter und uneingeschränkt: Kondome schützen!
- Andere sexuell übertragbare Infektionen, die die Übertragung von HIV stark begünstigen,

sind zunehmend Thema in der Prävention.

- Über die auf die Kondomnutzung fokussierte Botschaft hinaus müssen gerade in den Hauptgefährdetengruppen weitere Entscheidungshilfen für die eigen- und partnerschaftliche Risikovermeidung gegeben werden. Denn Kondome bieten keinen 100-prozentigen Schutz, es bedarf vielmehr der Entwicklung einer persönlichen, funktionierenden Risikoeinschätzung, z. B. in Bezug auf Sexualpraktiken mit hohem Infektionsrisiko oder den Umgang mit infizierten Sexualpartnern.
- In diesem Zusammenhang kommen dem HIV-Test einschließlich des HIV-Schnelltests für besondere Zielgruppen sowie vor allem der Prävention, Diagnose und Therapie anderer sexuell übertragbarer Krankheiten ein höherer Stellenwert zu.
- Neue interaktive und motivierende Ansätze, die Eigeninitiative vor Ort auslösen, werden systematisch verstärkt: so die *JugendFilm-Tage*, der *Mitmach-Parcours*, die immer weiterentwickelten Angebote der BZgA für Multiplikatoren zu *Welt-Aids-Tags*-Aktionen und – ganz aktuell – der Aidsprävention in Sportvereinen.
- Dazu ist eine noch engere Zusammenarbeit mit den für die BZgA zentralen Multiplikatoren, wie zunehmend mit der Ärzteschaft, und eine Stärkung ihrer Rolle in der Prävention erforderlich. Die Entwicklung praxisgerechter Angebote und Curricula ist hierbei von besonderer Bedeutung.
- Die Kooperation mit bewährten und neuen Partnern (Public Private Partnerships) sowie mit internationalen Partnern wird fortgesetzt und – wo möglich – erweitert.
- Begrenzte Ressourcen erfordern dabei sowohl im nationalen als auch im internationalen Kontext maximale Synergie durch Vernetzung, Kooperationen und Partnerschaften.

Mit all diesen Maßnahmen stehen die Chancen gut, das bereits hohe Niveau des Schutzverhaltens der Bevölkerung in Deutschland zu stabilisieren und – wo möglich – noch zu steigern. Und es bleibt ein wichtiges Ziel, international weitere Impulse zu setzen, um den Umfang und die Qualität von Prävention zu verbessern und auf höchstmöglichem Niveau zu halten.

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

WICHTIGE FAKTEN

WICHTIGE FAKTEN

Für 2007 und 2008 wurden in Deutschland jeweils circa 3 000 HIV-Neuinfektionen geschätzt.

In Deutschland lebten Ende 2008 circa 63 500 Menschen mit HIV.

Circa 27 000 Menschen sind bisher in Deutschland an Aids verstorben.



Weltweit infizieren sich pro Minute fünf Menschen mit HIV.

Zurzeit leben weltweit 33 Millionen Menschen mit HIV (davon 2,5 Millionen Kinder unter 15 Jahren).

Im Jahr 2008 starben deutschlandweit circa 650 Menschen an Aids.

UNTER DEN WESTEUROPÄISCHEN LÄNDERN, DIE HIV-ZAHLEN ERHEBEN, LAG DEUTSCHLAND 2007 BEZÜGLICH DER BESTÄTIGTEN HIV-NEUDIAGNOSEN PRO MILLION EINWOHNER PRO JAHR AN NIEDRIGSTER STELLE.

Quellen- und Literaturverzeichnis

8

> Studien und Untersuchungen der BZgA

Seit 1987 wird von der BZgA jährlich eine Repräsentativbefragung der Bevölkerung zu Wissen, Einstellungen und Verhalten im Hinblick auf HIV und Aids durchgeführt.

Die aktuelle Untersuchung *Aids im öffentlichen Bewusstsein* der Bundesrepublik Deutschland kann als PDF-Datei heruntergeladen werden unter: www.bzga.de/studien (Forschung, Studien/Untersuchungen).

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

(herausgegeben vom BMG/BMZ/BMBF, 2007). Diese Publikation kann unter der Bestell-Nr. V 07005 beim Publikationsversand der Bundesregierung, Postfach 481009, 18132 Rostock, angefordert oder von der Internetseite www.bmg.bund.de heruntergeladen werden.

> Studien und Untersuchungen des Robert Koch-Instituts

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

> ECDC (European Centre for Disease Prevention and Control)

Berichte zur epidemiologischen Situation in den europäischen Ländern. Bis 2006 wurde dies von der Vorgängerorganisation EuroHIV durchgeführt. Die Berichte stehen als Download unter www.ecdc.eu zur Verfügung.

> UNAIDS

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

> Studie: Schwule Männer und Aids

Bochow, M. / Wright, M.T. / Lange, M.: Schwule Männer und Aids: Risikomanagement in Zeiten der sozialen Normalisierung einer Infektionskrankheit, 2004. Bestellbar über die Deutsche AIDS-Hilfe (www.aidshilfe.de).

> Studie: Wie leben schwule Männer heute?

Bochow, M. / Schmidt, A.J. / Grote, S.: Wie leben schwule Männer heute? Lebensstile, Szene, Sex, AIDS 2007. Bestellbar über die Deutsche AIDS-Hilfe (www.aidshilfe.de).

Internet- und Telefonangebote der BZgA

Persönliche Telefon- und Online-Beratung

> 0221-89 20 31 und 01805-555 444

> www.aidsberatung.de

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

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

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

> www.machsmits.de

Gemeinsame Aktion von BZgA, DAH und DAS zum *Welt-Aids-Tag* am 1. Dezember

> www.welt-aids-tag.de

clip & klar Spotwettbewerb

> www.clipundklar-bzga.de

Der *Mitmach-Parcours*

> www.gib-aids-keine-chance.de/aktionen/mp-aids

JugendFilmTage

> www.jugend-film-tage.de

Ausstellung *LIEBESLEBEN*

> www.gib-aids-keine-chance.de/aktionen/LIEBESLEBEN

Bundeswettbewerb Aidsprävention

> www.wettbewerb-aids.de

Website der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

> www.bzga.de

Andere Organisationen

Deutsche AIDS-Hilfe (DAH)

> www.aidshilfe.de

Deutsche AIDS-Stiftung (DAS)

> www.aidsstiftung.de

Robert Koch-Institut

> www.rki.de

UNAIDS: Das HIV/Aids-Programm der Vereinten Nationen

> www.unaids.org

WHO-Konferenz „How do we know what works? Strengthening quality assurance in HIV prevention in Europe“ und Plattform zum Know-how-Transfer in diesem Themenfeld

> www.rki.de

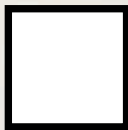
Website zur WHO-Konferenz

„How do we know what works? Strengthening quality assurance in HIV prevention in Europe“ und Plattform zum Know-how-Transfer in diesem Themenfeld

> www.bzga.de/who-conference



Rock 'n' rollen



Aids riskieren



**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

Telefonberatung: 01805 555 444 (0,14 €/min. a. d. Festnetz, andere Mobilfunkpreise möglich)

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

Motiv der aktuellen
mach's mit – „Liebesorte“-
Kampagne

mach's mit.

Konzept und Inhalt

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)
Redaktionsschluss: Juni 2009

Redaktionsleitung

Dr. Dr. Wolfgang Müller

Gestaltung

kakoi Berlin

Bildnachweis

Motive der *mach's mit* – „Liebesorte“-Kampagne: Idee: Dörte Matzke, Foto: Jan von Holleben, Kreativagentur: kakoi Berlin. Das Titelbild zeigt einen Ausschnitt des Liebesorte-Motivs „rumtreiben“

Druck

Druckhaus Gummersbach

Auflage

1.20.06.09

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

Die Dokumentation ist erhältlich unter der Bestellnummer:
70910000

Bestelladresse: BZgA, 51 101 Köln oder order@BZgA.de

Herausgeberin

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)
im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit
Ostmerheimer Str. 220
51109 Köln

Tel. 0049(0)221 – 89 92-0

Fax 0049(0)221 – 89 92-300

www.bzga.de

Gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland
Alle Rechte vorbehalten.

