AIDS im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2010

Wissen, Einstellungen und Verhalten
zum Schutz vor AIDS

Eine Wiederholungsbefragung der
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

Kurzbericht

Juni 2011

BZgA
Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung

AIDS im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2010

Wissen, Einstellungen und Verhalten
zum Schutz vor AIDS

Eine Wiederholungsbefragung der
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

Kurzbericht

Juni 2011

Dieser Bericht wird von der BZgA kostenlos abgegeben.
Er ist nicht zum Weiterverkauf durch die Empfängerin/den Empfänger oder Dritte bestimmt.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
Referat 2-25, Ostmerheimer Straße 220, 51109 Köln,
Tel.: 0221 8992 307, Fax: 0221 8992 300, www.bzga.de/studien

Inhaltsverzeichnis

Daten zur Untersuchung: Ziele und Methoden 7

Einleitung 8

Aufklärungsangebote zu HIV und STI 9

- Nutzung von Medien der AIDS-Aufklärungskampagne 9
- Informationsbedarf zu sexuell übertragbaren Infektionen 11

Schutz vor HIV und STI 12

- Einstellungen zur Kondomnutzung 12
- Kondombesitz 13
- Kondomverwendung in neuen Partnerschaften 14
- Kondomverwendung bei wechselnden Partnerschaften 15
- Kondomabsatz 16

Einstellungen zu Menschen mit HIV und AIDS 17

Zusammenfassung 19

Daten zur Untersuchung: Ziele und Methoden

Ziele: Evaluation der AIDS-Aufklärungskampagne durch eine langfristig angelegte Untersuchung der Veränderungen des Informations- und Kommunikationsverhaltens sowie von Wissen, Einstellungen und Verhaltensweisen im Zusammenhang mit HIV und AIDS

Untersuchungsmethodik: Jährliche Repräsentativbefragungen bei der über 16-jährigen Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland seit 1987, seit 1994 einschließlich der neuen Bundesländer

Verfahren der Datenerhebung: Computergestützte Telefoninterviews (CATI)

Auswahlverfahren: Mehrstufige Zufallsstichprobe (nach ADM-Telefonstichproben-System, Zufallsauswahl von Personen im Haushalt); altersmäßig disproportional geschichteter Stichprobenplan (16- bis 44-Jährige: 5.978 Fälle)

Stichprobengröße:

	n ungewichtet	% ungewichtet	% gewichtet
Insgesamt	7.001	100	100
Westdeutschland	6.048	86	84
Ostdeutschland	953	14	16
Männer	3.112	45	49
Frauen	3.881	55	51
Alleinlebende unter 45 Jahre	3.245	46	20
Männer	1.674	52	55
Frauen	1.571	48	45
16- bis 20-Jährige	1.970	28	8

Befragungszeitraum: Oktober 2010 bis Dezember 2010

Datenerhebung: forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH, Berlin/Dortmund

Konzeptentwicklung, Analyse, Berichterstattung: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln, Referat 2-25, Dr. Ursula von Rüden und Jürgen Töppich

Einleitung

Die AIDS-Aufklärungskampagne „Gib AIDS keine Chance“ informiert die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland seit Mitte der 80er Jahre über HIV und AIDS und deren Infektionsrisiken. Sie klärt darüber auf, dass und wie man sich vor einer Infektion mit HIV und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten schützen kann. Sowohl massen- als auch personalkommunikative Informationsangebote werden gezielt für unterschiedliche Gruppen der Bevölkerung bereitgestellt.

Hauptziele der Kampagne sind die Verhinderung der weiteren Verbreitung von HIV sowie die Erzeugung und Stabilisierung eines gesellschaftlichen Klimas gegen Stigmatisierung und Ausgrenzung von Menschen mit HIV und AIDS.

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung untersucht seit 1987 mit der jährlich stattfindenden Studie „AIDS im öffentlichen Bewusstsein“,

- inwieweit die Bevölkerung von den verschiedenen Aufklärungsmaßnahmen der Kampagne erreicht wird und die Informationsangebote nutzt,
- ob gegenüber Menschen mit HIV und AIDS ein soziales Klima in der Bevölkerung herrscht oder ob Ausgrenzungstendenzen erkennbar sind,
- ob das für die AIDS-Prävention notwendige Wissensniveau weiterhin erhalten bleibt und
- in welchem Ausmaß sich die Menschen durch die Verwendung von Kondomen vor dem HI-Virus schützen; insbesondere auch Bevölkerungsgruppen mit riskanterem Sexualverhalten, wie beispielsweise die 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden mit wechselnden Partnerschaften

Der vorliegende Kurzbericht enthält zentrale Ergebnisse der aktuellen, Ende 2010 abgeschlossenen Umfrage.

Aufklärungsangebote zu HIV und STI

Nutzung von Medien der AIDS-Aufklärungskampagne

Eine zentrale Aufgabe der Studie „AIDS im öffentlichen Bewusstsein“ ist es, zu untersuchen, in welchem Ausmaß die deutsche Bevölkerung insgesamt und wichtige Teilzielgruppen mit den verschiednen Medien der AIDS-Prävention erreicht werden.

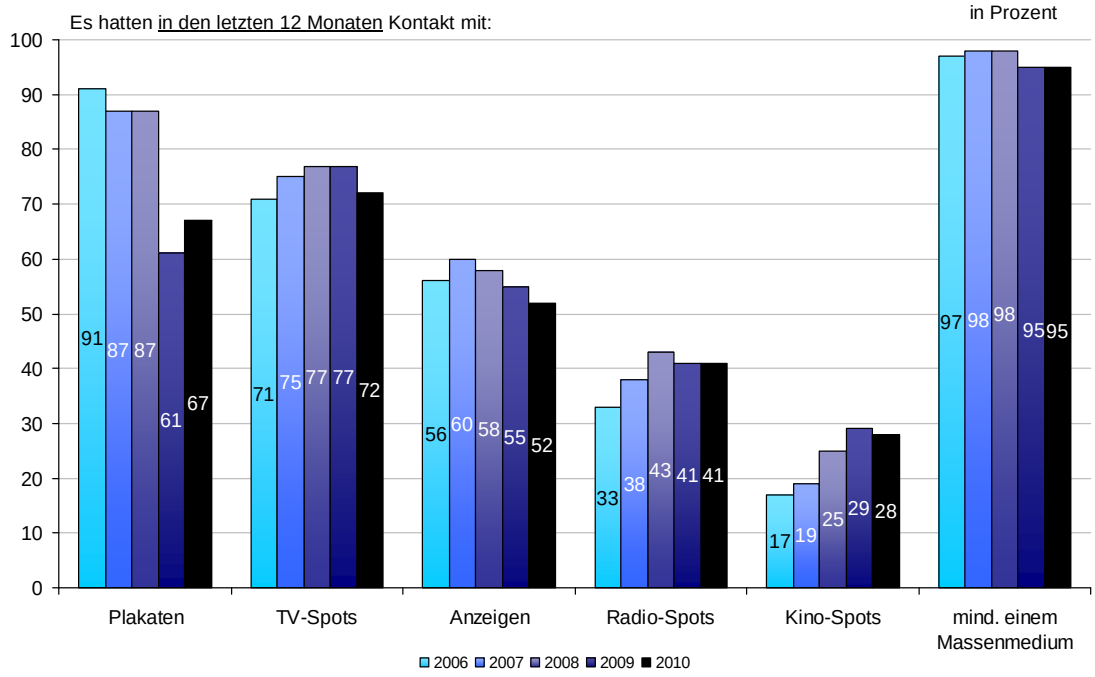
Die Reichweiten werden beispielhaft für die 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden bezogen auf die letzten 12 Monate dargestellt.

Die 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden sind deshalb eine wichtige Zielgruppe der HIV-Prävention, da bei ihnen ein potenziell riskanteres Sexualverhalten häufiger vorkommt als in der Allgemeinbevölkerung: 45 Prozent von ihnen haben in den letzten zwölf Monaten eine oder mehrere neue Sexualbeziehungen begonnen, 62 Prozent können sich für die nächste Zeit eine neue sexuelle Beziehung vorstellen und 23 Prozent hatten im letzten Jahr mehrere Sexualpartner (30 Prozent der Männer und 15 Prozent der Frauen). Darüber hinaus hatten 12 Prozent in den letzten 12 Monaten vor der Befragung Sexualkontakte mit ihnen zuvor unbekannten Partnern oder Partnerinnen (17 Prozent Männer und 5 Prozent Frauen) und 10 Prozent bei Urlaubsreisen (14 Prozent der Männer und 6 Prozent der Frauen). 16 Prozent halten es aufgrund des eigenen Sexualverhaltens für möglich, sich mit HIV zu infizieren (19 Prozent der Männer und 13 Prozent der Frauen).

Im Folgenden wird dargestellt, in welchem Ausmaß diese Gruppe mit den massenmedialen und den intensiveren Aufklärungsangeboten erreicht wird. Betrachtet wird zunächst die Reichweite von Plakaten der „mach’s mit“ Kampagne, TV-, Kino- und Hörfunk-Spots sowie Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten innerhalb der letzten 5 Jahre.

Abb. 1 Reichweiten der massenmedialen Aids-Aufklärung

16- bis 44-jährige Alleinlebende



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010“

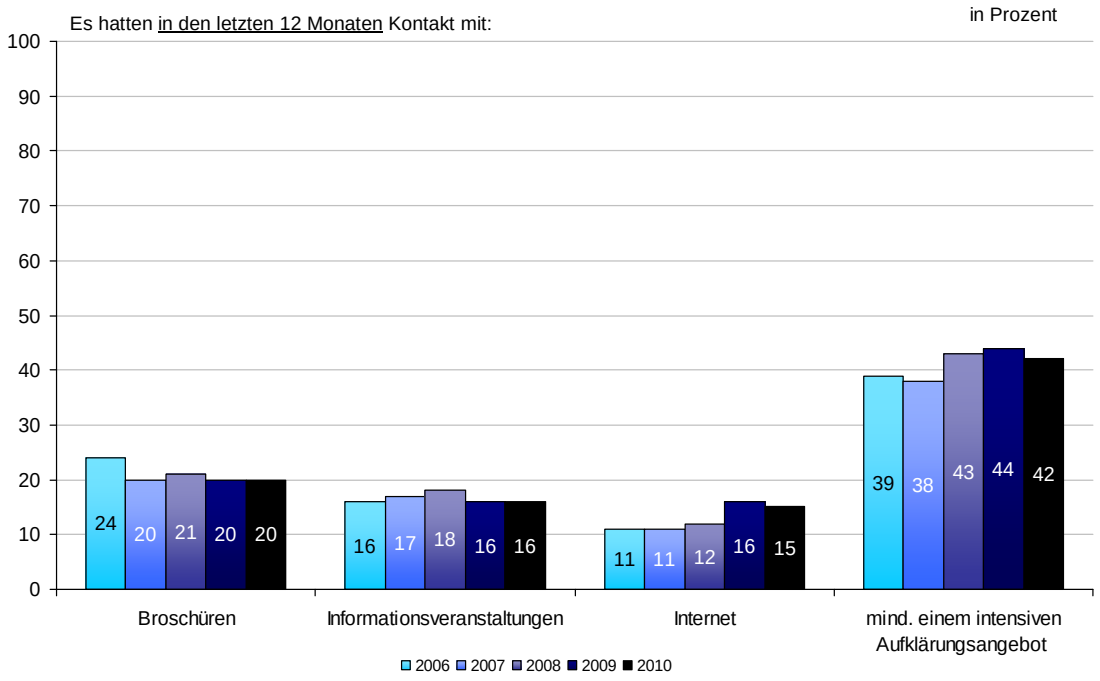
Die größten Reichweiten hatten bis 2008 die „mach's mit"-Plakate. 2010 erreichen sie auf die letzten 12 Monate bezogen 67 Prozent der 16 bis 44-jährigen Alleinlebenden. Dies zeigt, dass die neue Plakatlinie „Liebesorte" noch nicht so bekannt ist wie die zuvor präsentierten „Gemüsekondommotive". Den höchsten Bekanntheitsgrad haben im Jahr 2010 die TV-Spots (72 Prozent). Mit Anzeigen konnten in den letzten 12 Monaten 52 Prozent erreicht werden. 41 Prozent hörten innerhalb der letzten 12 Monate die Radio-Spots und 28 Prozent sahen Aufklärungsspots im Kino. Die Bekanntheit der Radio- und Kinospots hat sich in den letzten 5 Jahren deutlich erhöht.

Insgesamt konnten 95 Prozent dieser Zielgruppe in Deutschland im Laufe des letzten Jahres vor der Befragung mit mindestens einem dieser Aufklärungsmedien erreicht werden,

Intensivere AIDS-Aufklärungsangebote sind Broschüren, Informationsveranstaltungen oder Informationen aus dem Internet. Anhand dieser Medien ist es möglich, sich eingehender und umfassender über AIDS zu informieren. Da die Beschäftigung mit diesen Medien einen aktiven und zeitaufwändigeren Zugang erfordert, sind die Reichweiten dieser Medien deutlich geringer als die der massenmedialen AIDS-Aufklärungsmaßnahmen. Die Nutzung von Broschüren zur Information über HIV und AIDS liegt seit mehreren Jahren bei etwa 20 Prozent. Die Nutzung von Informationsveranstaltungen zur intensiveren AIDS-Aufklärung ist ebenfalls konstant und liegt 2010 bei 16 Prozent. Die Nutzung von HIV-Aufklärung durch das Internet hatte sich von 2006 bis 2009 von 11 Prozent auf 16 Prozent im Jahr erhöht, ist im Jahr 2010 mit 15 Prozent aber nicht weiter angestiegen. Insgesamt hatten im Jahr 2010 somit 42 Prozent der 16-bis 44-jährigen Alleinlebenden Kontakt mit mindestens einem Angebot intensiver AIDS-Aufklärung.

Abb. 2 Reichweiten der intensiven Aids-Aufklärung

16- bis 44-jährige Alleinlebende



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010"

Informationsbedarf zu sexuell übertragbaren Infektionen

HIV/AIDS-Prävention und die Aufklärung über Infektionsrisiken und Schutzmöglichkeiten bei anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) stehen in einem engen Zusammenhang. So können sexuell übertragbare Infektionen wie Syphilis oder Tripper das Risiko für eine Ansteckung mit HIV erhöhen.

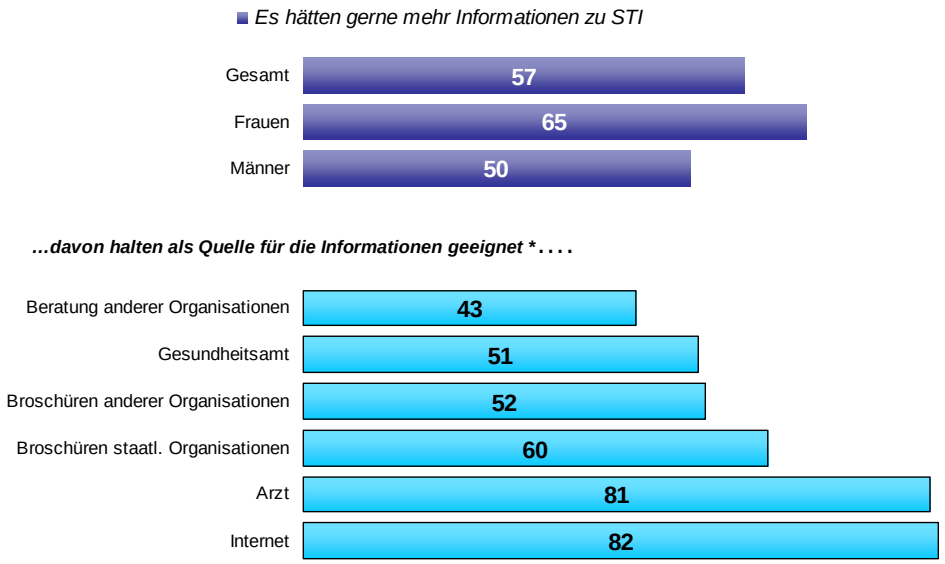
Im Rahmen der Kampagne „Gib AIDS keine Chance“ wird das Thema STI bereits verstärkt aufgegriffen und es wird gezielt über Ansteckungswege, Symptome und Schutzmöglichkeiten informiert. In den Wiederholungsbefragungen werden seit einigen Jahren Fragen gestellt, die Aufschluss über den Informationsbedarf der Bevölkerung zu STI geben. Aktuell äußern 65 Prozent der Frauen und 50 Prozent der Männer zusätzlichen Informationsbedarf zu STI.

Bei der Frage, welche Informationsquellen persönlich für geeignet zur Information über STI gehalten werden, wird von mehr als vier Fünftel das persönliche Arztgespräch (81 Prozent) und das Internet (82 Prozent) genannt. Broschüren staatlicher Organisationen werden von 60 Prozent als geeignetes Medium für die Aufklärung zu STI gesehen. Aber auch Broschüren anderer Organisationen (52 Prozent) und die Beratung bei Gesundheitsämtern (51 Prozent) werden von etwa der Hälfte der 16-bis 44-jährige Alleinlebenden als geeignete Informationsquellen eingeschätzt, die Beratung anderer Organisationen von 43 Prozent.

Die Ergebnisse zeigen auf, dass bei der Weiterentwicklung der STI-Prävention - ähnlich wie bereits in der HIV/AIDS-Prävention - verschiedene Medien und personalkommunikative Zugangswege genutzt werden können.

Abb. 3 Informationsbedarf zu STI

16- bis 44-jährige Alleinlebende



* Mehrfachnennungen möglich

in Prozent

BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010“

Schutz vor HIV und STI

Einstellungen zur Kondomnutzung

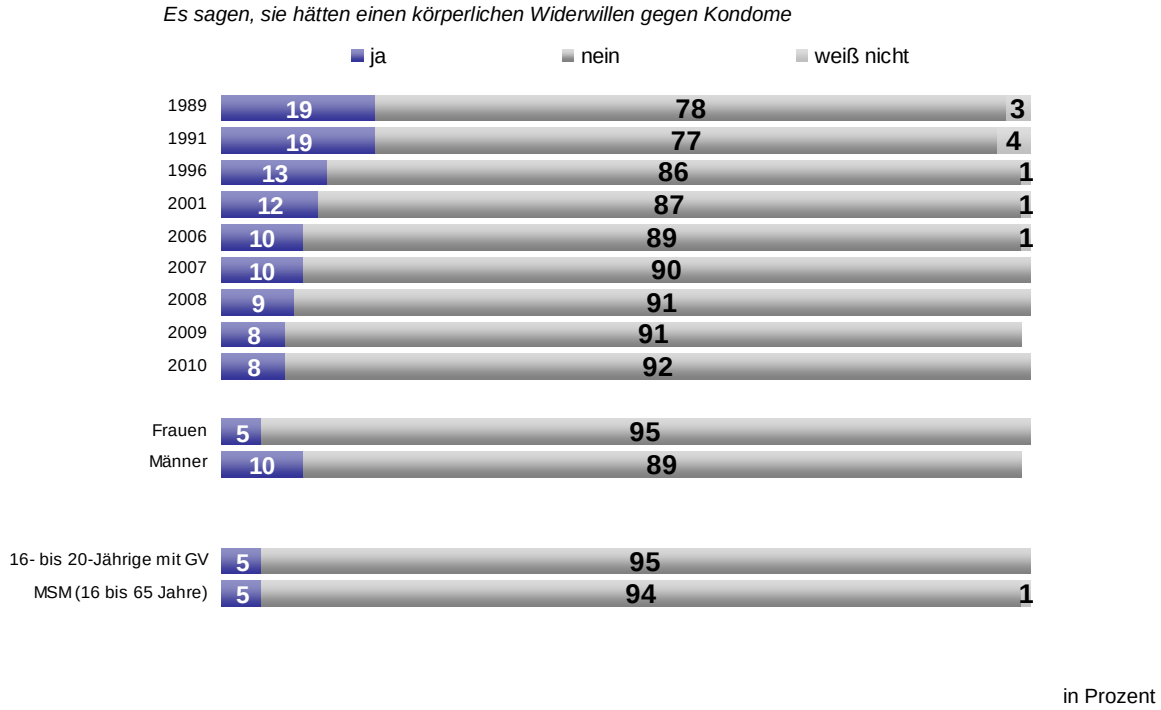
Eine wichtige Zielgruppe der Prävention von HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) sind Menschen mit häufiger wechselnden sexuellen Partnern oder Partnerinnen. Egal ob in Phasen der Partnersuche, bei flüchtigen Sexualkontakten oder bei Reisebekanntschaften: jede neue sexuelle Beziehung birgt das Risiko, sich mit HIV oder einer anderen sexuell übertragbaren Infektion (STI) anzustecken. Deshalb werden Einstellungen und Verhalten hier explizit für die 16-bis 44-jährigen Alleinlebenden aufbereitet.

Die Aufklärungsangebote der BZgA zielen seit Beginn der AIDS-Aufklärung darauf ab, Kondomnutzung zu enttabuisieren und zu erleichtern. So wurden in humorvoller Weise in TV- und Kinospots Vorbehalte und Ängste aufgegriffen oder auf Plakaten an die Nutzung von Kondomen zum Schutz vor HIV-Infektionen erinnert.

Die emotionalen Vorbehalte gegenüber Kondomen nahmen im Verlauf der bundesweiten AIDS-Aufklärungskampagne langsam, aber kontinuierlich ab, insbesondere auch bei den 16- bis 44-jährigen sexuell aktiven Alleinlebenden. Der Anteil derjenigen, der angibt, einen „körperlichen Widerwillen“ gegen Kondome zu haben, sank von 19 Prozent im Jahr 1989 auf 8 Prozent im Jahr 2009. Dieser Anteil bleibt im Jahr 2010 der Gleiche. 2010 äußern 5 Prozent der Frauen diese Vorbehalte, bei den Männern sind es 10 Prozent. 16- bis 20-Jährige, die bereits Geschlechtsverkehr hatten, äußern mit 5 Prozent genauso selten einen körperlichen Widerwillen wie Männer, die Sex mit Männern haben (MSM).

Durch diese positive Entwicklung steigt die Wahrscheinlichkeit des tatsächlichen Gebrauchs von Kondomen.

Abb. 4 Einstellung: Körperlicher Widerwille gegen Kondome
16- bis 44-jährige Alleinlebende mit Geschlechtsverkehr in den letzten 12 Monaten



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010“

Kondombesitz

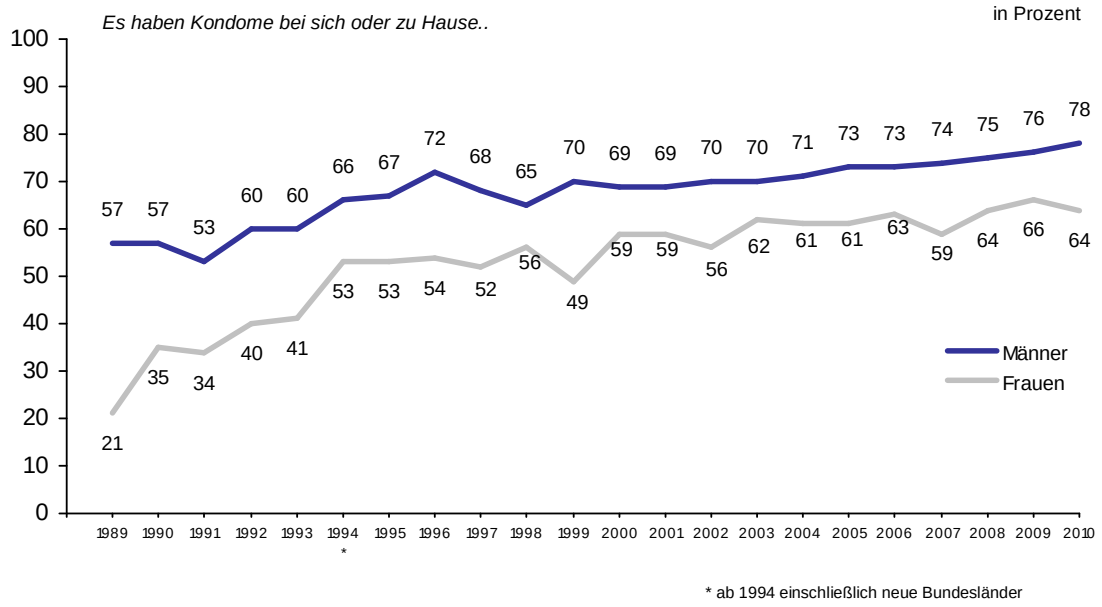
Mit dem Rückgang emotionaler Vorbehalte gegen Kondome, nahm die Bereitschaft, sich mit Kondomen zu schützen, zu. Ein Indikator für die Absicht, Kondome in einer intimen Situation tatsächlich zu benutzen, ist der Kondombesitz, da er die aktive Beschaffung von Kondomen voraussetzt. Erhoben wird der Kondombesitz durch die Frage, ob man zurzeit Kondome zu Hause hat oder bei sich trägt.

In der Gruppe der 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden ist langfristig betrachtet eine deutliche Zunahme des Kondombesitzes festzustellen. Mehr als drei Viertel (78 Prozent) der jüngeren alleinlebenden Männer haben Kondome zu Hause oder bei sich und damit die Absicht, sich und den Partner oder die Partnerin zu schützen. Der größte Anstieg erfolgte bei den 16- bis 44-jährigen alleinlebenden Männern zwischen 1989 und 1996 von 57 Prozent auf 72 Prozent. In den folgenden 10 Jahren lag der Wert meist um etwa 70 Prozent. Seitdem steigt er langsam aber kontinuierlich weiter an.

Bemerkenswert ist, wie sich die Kondomverfügbarkeit bei den 16-44 jährigen allein lebenden Frauen verändert hat: 1989 hatten 21 Prozent Kondome zu Hause oder bei sich. 2010 hat sich der Anteil fast verdreifacht. Fast zwei Drittel (64%) der Frauen haben Kondome verfügbar.

Abb. 5 Kondombesitz als Schutzintention

16- bis 44-jährige Alleinlebende



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010“

Kondomverwendung in neuen Partnerschaften

Ein wichtiger Indikator für das Schutzverhalten in Situationen mit potenziellem Risiko für eine HIV oder STI Übertragung ist die Kondomnutzung zu Beginn neuer Beziehungen.

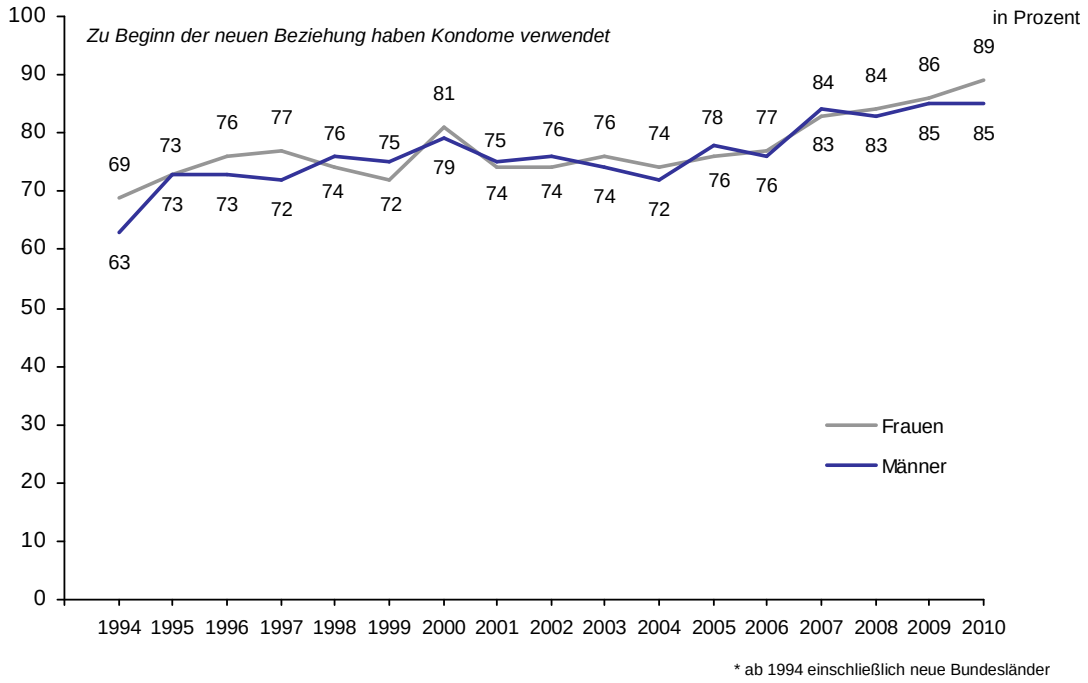
Im Jahr 1994 – in diesem Jahr wurde die Frage zum ersten Mal gestellt - gaben in der Gruppe der 16- bis 44-Jährigen, die in den letzten 12 Monaten eine neue sexuelle Partnerschaft begonnen hatten, 63 Prozent der Männer und 69 Prozent der Frauen an, sie hätten zu Beginn der neuen sexuellen Beziehung Kondome verwendet. Bis zum Jahr 2000 stiegen die Anteile auf 81 Prozent bei den Frauen und auf 79 Prozent bei den Männern.

Im Zeitraum von 2000 bis 2004 zeigte sich ein deutlicher Rückgang der Kondomnutzung am Beginn neuer Beziehungen. Diese Entwicklung folgte einem deutlichen Rückgang von Reichweiten der HIV-Aufklärung und damit von Erinnerungsimpulsen der öffentlichen Kommunikation über HIV und AIDS.

Seit 2004 ist das Schutzverhalten in dieser Teilgruppe allerdings wieder deutlich angestiegen: von 72 Prozent auf 85 Prozent bei den Männern und von 74 Prozent auf 89 Prozent bei den Frauen im Jahr 2010. In beiden Gruppen sind dies die bislang höchsten Anteile, die zu Beginn neuer sexueller Beziehungen Kondome verwendet haben.

Abb. 6 Kondomverwendung zu Beginn neuer Beziehungen

16- bis 44-jährige mit neuen Sexualbeziehungen im letzten Jahr



* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010“

Kondomverwendung bei wechselnden Partnerschaften

Die „mach's mit“-Präventionskampagne spricht auch gezielt nicht-monogam lebende Erwachsene an. Mit der Kampagne sollen Risikosituationen bewusst gemacht und konkrete Handlungsoptionen vorgestellt werden, z.B. für den Kauf und die Aufbewahrung von Kondomen oder die bewusste Äußerung von Schutzinteressen in einer intimen Situation.

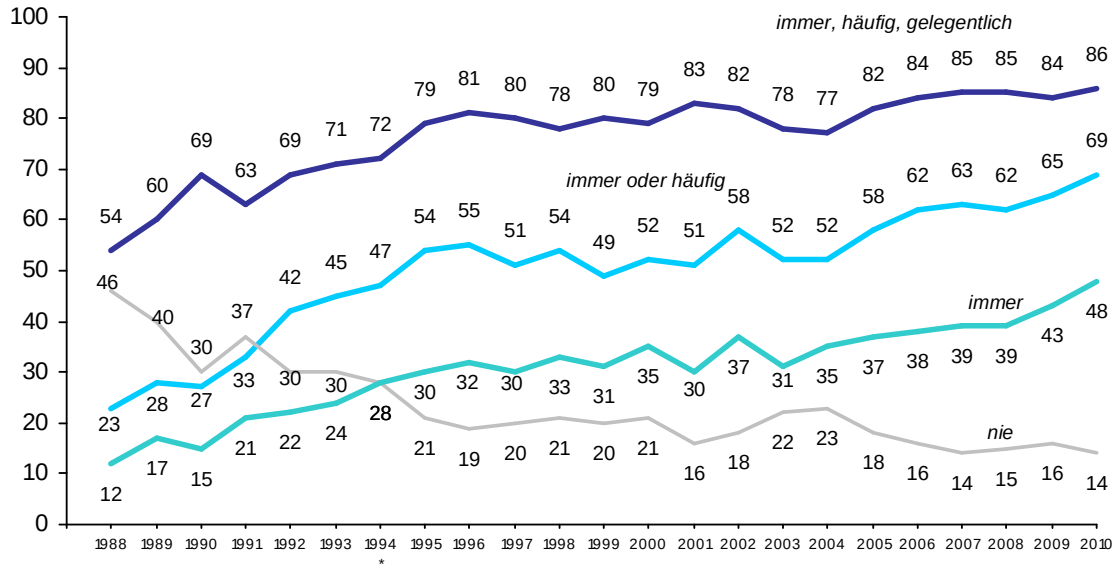
Die Kondomnutzung nahm bei Befragten, die in den letzten 12 Monaten vor der Befragung mehrere Sexualpartner oder –partnerinnen hatten, seit 1988, als die Frage zum ersten Mal gestellt wurde, erheblich zu. Der Anteil derer in dieser Gruppe, die in der letzten Zeit zumindest gelegentlich Kondome verwendeten, war in den Jahren von 1988 bis 1996 von 54 Prozent auf 81 Prozent angestiegen und nach einigen Schwankungen in den Folgejahren auf 77 Prozent im Jahr 2004 zurückgegangen. Seitdem stieg der Anteil der Kondomnutzer und -nutzerinnen (immer, häufig, gelegentlich) wieder an und liegt im Jahr 2010 bei 86 Prozent.

Besonders stark angestiegen aber ist der Anteil derer, die Kondome regelmäßig (häufig oder immer) benutzen: und zwar verdreifachte er sich von 23 Prozent im Jahr 1988 auf 69 Prozent im Jahr 2010, dem bisher höchsten Wert. Bemerkenswert ist auch der Anteil derer, die immer Kondome verwenden. Er hat sich im Beobachtungszeitraum von 12 auf 48 Prozent vervierfacht. Gleichzeitig sank der Anteil derer, die nie Kondome verwenden, deutlich. Dieser lag 1988 bei 46 Prozent, im Jahr 2000 bei 21 Prozent und bei der Befragung im Jahr 2010 bei 14 Prozent.

Abb. 7 Kondomverwendung bei wechselnden Partnerschaften

16- bis 65-Jährige mit mehreren Sexualpartnern im letzten Jahr

in Prozent



* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

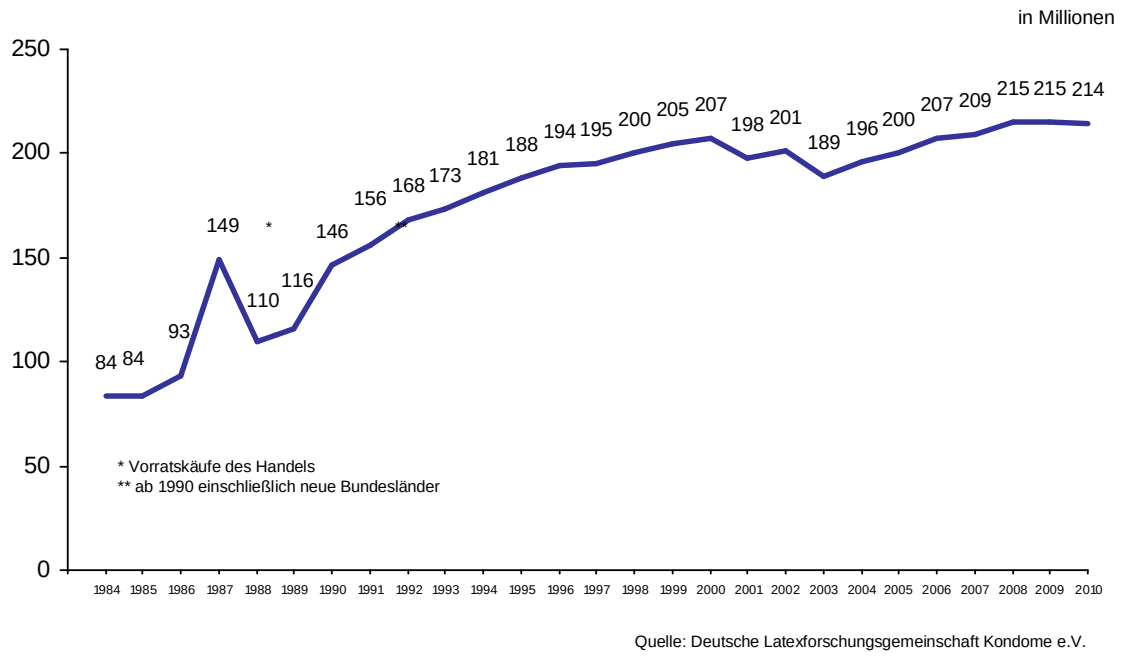
BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010“

Kondomabsatz

Die Entwicklung der Kondomverwendung lässt sich auch an Daten ablesen, die nicht mit Hilfe von Befragungen gewonnen werden. Hierzu gehören die Kondomabsatz-Zahlen, die vom Informationszentrum der Deutschen Latexforschung erhoben und veröffentlicht werden. Die Kurve der Absatz-Zahlen stieg mit Beginn der AIDS-Aufklärungskampagne stark an und erreichte 1987 einen Umsatzrekord von 149 Millionen. Dieser Anstieg lässt sich als Reaktion des Einzelhandels interpretieren, der aufgrund der damals entstandenen Nachfragesteigerung seine Lager auffüllte.

Danach sank der Kondomabsatz zunächst wieder auf 110 Millionen ab und wuchs dann bis zum Jahr 2000 kontinuierlich auf 207 Millionen weiter. Von 2001 bis 2003 gingen die Kondomabsatzzahlen auf 189 Millionen zurück, nahezu übereinstimmend mit den in dieser Studie gemessenen Rückgängen der Kondomnutzung (siehe vorherige Kapitel). Im Jahr 2004 setzte sich der Rückgang jedoch nicht fort und der Kondomabsatz begann wieder zu steigen, bis auf 215 Millionen Stück im Jahr 2008. Im Jahr 2010 liegt der Absatz bei 214 Millionen Kondomen. Es wird deutlich, dass die in dieser Studie gemessene Kondomnutzung und der extern dokumentierte Kondomabsatz parallele Veränderungen zeigen.

Abb. 8 Kondomabsatz



Quelle: Deutsche Latexforschungsgemeinschaft Kondome e.V.

BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010“

Einstellungen zu Menschen mit HIV und AIDS

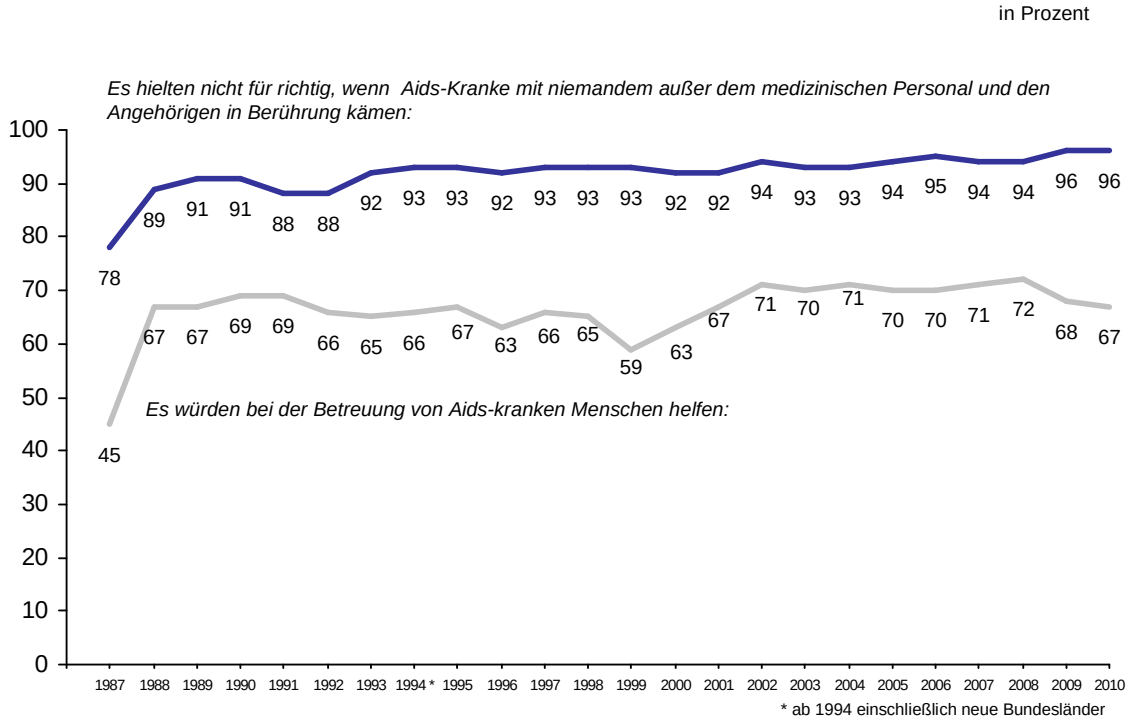
Ein wesentliches Anliegen der nationalen Aufklärungskampagne „Gib AIDS keine Chance“ ist die Erzeugung und Stabilisierung eines gesellschaftlichen Einstellungsklimas gegen Stigmatisierung und Ausgrenzung von Menschen mit HIV und AIDS und die Förderung der Bereitschaft zu sozialer Unterstützung und Hilfe.

Die Einstellungen in der Bevölkerung zu Menschen mit HIV und AIDS sind weiterhin stabil geblieben. Auch 2010 lehnen 96 Prozent der Allgemeinbevölkerung die Isolierung von AIDS-Kranken ab. Nur wenige sind bereit, Menschen mit HIV und AIDS auszugrenzen.

Ein hoher Anteil der Bevölkerung (67 Prozent), ist weiterhin bereit, bei der Betreuung AIDS-kranker Menschen zu helfen. Der leichte Rückgang dieses Wertes ist möglicherweise dadurch zu erklären, dass die verbesserte medikamentöse Behandlung es HIV Infizierten mehr und mehr möglich macht, ein weitgehend normales Leben ohne besondere Betreuung zu führen.

Abb. 9 Einstellung gegenüber HIV-Infizierten

Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2010“

Zusammenfassung

Die HIV/AIDS- Präventionsangebote in Deutschland erreichen die Bevölkerung weiterhin. Im Jahr 2010 haben in der Zielgruppe der 16-bis 44-jährigen Alleinlebenden 95 Prozent mindestens ein massenkommunikatives AIDS-Aufklärungsmedium wahrgenommen. Den höchsten Bekanntheitsgrad haben die TV-Spots (72 Prozent). Die Bekanntheit der Radio- und Kinospots hat sich in den letzten 5 Jahren weiter erhöht. Angebote der intensiven HIV/AIDS-Aufklärung erreichen 42 Prozent der 16-bis 44-jährigen Alleinlebenden. Die Nutzung von Broschüren liegt seit mehreren Jahren bei etwa 20 Prozent. Informationsveranstaltungen werden von 16 Prozent dieser Zielgruppe wahrgenommen. Die HIV-Aufklärung durch das Internet, die sich von 2006 bis 2009 von 11 Prozent auf 16 Prozent erhöhte, ist im Jahr 2010 mit 15 Prozent aber nicht weiter angestiegen.

57 Prozent der 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden wünschen sich zusätzliche Information zu sexuell übertragbaren Infektionen (STI). Als wichtigste Informationsquellen werden der Arzt oder die Ärztin (81 Prozent) und das Internet (82 Prozent) genannt sowie Broschüren staatlicher Organisationen (60 Prozent).

Wesentliche Voraussetzungen für den Schutz vor HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) haben sich im Verlauf der AIDS-Aufklärung verbessert. So nahmen z.B. emotionale Vorbehalte gegenüber Kondomen langsam, aber kontinuierlich ab. Die Anteile der 16- bis 44-jährigen sexuell aktiven Alleinlebenden, die sagen, sie hätten einen „körperlichen Widerwillen“ gegen Kondome, sanken von 19 Prozent im Jahr 1989 auf 8 Prozent im Jahr 2009 und 2010, auf 5 Prozent bei den Frauen und auf 10 Prozent bei den Männern.

Parallel zum Rückgang emotionaler Vorbehalte gegenüber Kondomen nahm auch die Bereitschaft zu, sich mit Kondomen zu schützen. Dies zeigt die Entwicklung des Kondombesitzes, als Indikator für die Absicht, sie in einer intimen Situation tatsächlich zu benutzen. Mehr als drei Viertel (78 Prozent) der jüngeren alleinlebenden Männer haben inzwischen Kondome zu Hause oder bei sich. 1989 waren es noch 57 Prozent. Bei den 16-bis 44-jährigen alleinlebenden Frauen hat sich die Kondomverfügbarkeit von 21 Prozent im Jahr 1989 auf 64 Prozent im Jahr 2010 fast verdreifacht.

Die Kondomnutzung am Beginn neuer Beziehungen hat seit 1994 insgesamt ebenfalls deutlich zugenommen. Nach einem zwischenzeitlichen Rückgang von 2000 bis 2004 ist sie seitdem auf 85 Prozent bei den Männern und auf 89 Prozent bei den Frauen im Jahr 2010 angestiegen, den bislang höchsten Werten seit Beginn der Studie.

Bei 16-bis 65-Jährigen mit mehreren Sexualpartnerinnen und –partnern im letzten Jahr, stieg die Kondomnutzung seit 1988 ebenfalls stark an. Vor allem haben sich die Anteile derer, die Kondome regelmäßig (häufig oder immer) benutzen, von 23 Prozent im Jahr 1988 auf 69 Prozent im Jahr 2010 verdreifacht, dem bisher höchsten Wert. Der Anteil derer, die immer Kondome verwenden, vervierfachte sich sogar von 12 auf 48 Prozent.

Die Entwicklung der Kondomverwendung lässt sich auch an den Kondomabsatz-Zahlen des Informationszentrums der Deutschen Latexforschung ablesen. Im Jahr 2010 liegt der Absatz bei 214 Millionen Kondomen. Die in dieser Studie gemessene Kondomnutzung und der extern dokumentierte Kondomabsatz zeigen weitgehend parallele Veränderungen.

Die Einstellungen zu Menschen mit HIV und AIDS sind auch im Jahr 2010 stabil. 96 Prozent der Bevölkerung lehnen es ab, Menschen mit HIV und AIDS auszugrenzen.