

Aids im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2001

Wissen, Einstellungen und Verhalten
zum Schutz vor Aids

Eine Wiederholungsbefragung der
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

Kurzfassung

Mai 2002



Aids im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2001

Wissen, Einstellungen und Verhalten
zum Schutz vor Aids

Eine Wiederholungsbefragung der
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

Kurzfassung

Mai 2002

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
Referat 2-25, Ostmerheimer Straße 220, 51109 Köln,
Tel.: 0221 8992 341, Fax: 0221 8992 300, www.bzga.de/studien

Vorbemerkung

Seit Beginn der Aids-Aufklärungskampagne im Jahr 1987 überprüft die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), wie sich die Aids-Prävention auf Wissen, Einstellungen und Verhalten der Bevölkerung zu HIV und Aids auswirkt. Sie führt zu diesem Zweck in jährlichen Abständen die repräsentative Befragung „Aids im öffentlichen Bewusstsein“ bei der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland durch. Im Einzelnen wird untersucht, in welchem Ausmaß

- die Bevölkerung mit Aufklärungsmaßnahmen erreicht wird,
- sich das für den Schutz vor einer HIV – Infektion erforderliche Wissen verbreitet,
- sich die Menschen vor einer sexuellen Übertragung des Virus durch die Verwendung von Kondomen schützen,
- Aids-Kranke und HIV-Infizierte als Menschen angesehen werden, die der Zuwendung und Hilfe bedürfen und nicht von der Gesellschaft ausgegrenzt werden sollten.

Der vorliegende Kurzbericht enthält die wichtigsten Ergebnisse der aktuellen, Ende 2001 abgeschlossenen Umfrage. Sie werden dargestellt zusammen mit ihren längerfristigen Trends, entweder für die gesamte Allgemeinbevölkerung oder für Teilgruppen, die für die Prävention von besonderer Bedeutung sind, wie vor allem die 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden.

Ein ausführlicher Ergebnisbericht kann bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung angefordert oder aus dem Internet heruntergeladen werden.

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 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: | Random-Stichprobe (Computergenerierte Zufallstelefonnummern, Zufallsauswahl von Personen im Haushalt); altersmäßig disproportional geschichteter Stichprobenplan (16- bis 44-Jährige: 2.374 Fälle) |
| Stichprobengröße: | Insgesamt: 3600 Westdeutschland: 2920 Ostdeutschland: 680 16-bis 65-Jährige: 3153 Westdeutschland: 2554 Ostdeutschland: 599 Alleinlebende unter 45 Jahre: 1036 Westdeutschland: 841 Ostdeutschland: 195 |
| Befragungszeitraum: | September 2001 bis Januar 2002 |
| Datenerhebung und statistische Auswertung: | forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH, Berlin/Dortmund |
| Konzeptentwicklung, Analyse, Berichterstattung: | Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln, Referat 2-25, Gerhard Christiansen und Jürgen Töppich |

Informationsverhalten

Die seit 1987 in der Bundesrepublik Deutschland unter dem Motto „Gib Aids keine Chance“ durchgeführte Aids-Aufklärungskampagne ist als multimedialer Kommunikationsprozess angelegt, in dem die verschiedenen Medien und Informationsangebote unterschiedliche Aufgaben übernehmen. So haben die von Anfang an eingesetzten TV-Spots und Zeitungsanzeigen mit Aids-Aufklärung die Aufgabe von kontinuierlich wirkenden „Impulsgebern“, die die Allgemeinbevölkerung regelmäßig in nicht allzu großen Abständen auf HIV und den Schutz davor aufmerksam machen sollen. Im Jahr 2001 haben in den letzten drei Monaten 43 Prozent der Allgemeinbevölkerung einen Aids-Spot gesehen, 39 Prozent ist in diesem Zeitraum eine der Aids-Anzeigen mit dem bekannten Kampagnen-Logo aufgefallen.

Die ebenfalls seit Beginn der Aufklärungskampagne eingesetzten Broschüren und vor allem die Informationsveranstaltungen sind zur intensiven Information mit längerfristiger Wirkung gedacht. 2001 haben 23 Prozent in den letzten 12 Monaten eine Broschüre zum Thema Aids gelesen, 6 Prozent haben in diesem Zeitraum eine Informationsveranstaltung mit Aids-Aufklärung besucht.

KONTAKT MIT MEDIEN DER AIDS-AUFKLÄRUNG

Allgemeinbevölkerung

Es hatten Kontakt mit TV-Spots

| | in den letzten 3 Monaten | in den letzten 12 Monaten | überhaupt schon einmal |
|------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1994 | 69 | 85 | 94 |
| 1999 | 40 | 66 | 89 |
| 2000 | 30 | 60 | 87 |
| 2001 | 43 | 64 | 89 |

Es hatten Kontakt mit Zeitungsanzeigen

| | in den letzten 3 Monaten | in den letzten 12 Monaten | überhaupt schon einmal |
|------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1994 | 52 | 72 | 89 |
| 1999 | 37 | 59 | 81 |
| 2000 | 33 | 57 | 81 |
| 2001 | 39 | 57 | 81 |

Es hatten Kontakt mit Broschüren der Aids-Aufklärung

| | in den letzten 3 Monaten | in den letzten 12 Monaten | überhaupt schon einmal |
|------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1994 | 12 | 27 | 42 |
| 1999 | 8 | 22 | 48 |
| 2000 | 7 | 22 | 50 |
| 2001 | 7 | 23 | 54 |

Es haben an Vorträgen, Informations- oder Unterrichtsveranstaltungen teilgenommen

| | in den letzten 3 Monaten | in den letzten 12 Monaten | überhaupt schon einmal |
|------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1994 | 2 | 6 | 14 |
| 1999 | 2 | 6 | 17 |
| 2000 | 2 | 5 | 18 |
| 2001 | 2 | 6 | 21 |

Angaben in Prozent

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

forsa. P1805/10268.11 2/02 Bü

Mitte der 90er Jahre ließen die Ergebnisse der Studie „Aids im öffentlichen Bewusstsein“ erkennen, dass die Reichweiten der bis dahin verwendeten Medien zurückgingen. Als Reaktion darauf schuf die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung eine Reihe zusätzlicher Medien.

Zu einem wichtigen neuen Impulsgeber der Aids-Aufklärungskampagne ist die „mach’s mit“-Plakatkampagne geworden. Die Hälfte (50%) der Bevölkerung hat die „mach’s mit“-Plakate mit den bunten Kondom-Motiven in den letzten drei Monaten wahrgenommen. 81 Prozent kennen die Plakat-Kampagne.

Hörfunk- und Kino-Spots zur Aids-Aufklärung haben ebenfalls die Aufgabe, mehr Menschen regelmäßig zum Schutz vor HIV zu motivieren. Hörfunk-Spots haben 2001 in den letzten drei Monaten 17 Prozent gehört, einen Kino-Spot gesehen haben 12 Prozent.

Von den neu eingeführten Medien bietet das Internet die Möglichkeit, sich intensiver über Aids zu informieren. Davon haben im Jahr 2001 (im Zeitraum von 12 Monaten) 3 Prozent der Allgemeinbevölkerung und 7 Prozent der 16- bis 20-jährigen Jugendlichen Gebrauch gemacht.

KONTAKT MIT NEUEN MEDIENANGEBOTEN

Allgemeinbevölkerung

Es hatten Kontakt mit Plakaten der „mach’s mit“-Kampagne

| | in den letzten 3 Monaten | in den letzten 12 Monaten | überhaupt schon einmal |
|------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1999 | 47 | 66 | 75 |
| 2000 | 44 | 69 | 81 |
| 2001 | 50 | 68 | 81 |

Es hatten Kontakt mit Kino-Spots zur Aids-Aufklärung

| | in den letzten 3 Monaten | in den letzten 12 Monaten | überhaupt schon einmal |
|------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1999 | 10 | 20 | 41 |
| 2000 | 8 | 19 | 42 |
| 2001 | 12 | 22 | 45 |

Es hatten Kontakt mit Hörfunk-Spots zur Aids-Aufklärung

| | in den letzten 3 Monaten | in den letzten 12 Monaten | überhaupt schon einmal |
|------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1999 | 20 | 33 | 38 |
| 2000 | 18 | 31 | 39 |
| 2001 | 17 | 28 | 36 |

Es haben sich im Internet über Aids informiert

| | in den letzten 3 Monaten | in den letzten 12 Monaten | überhaupt schon einmal |
|------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1999 | 1 | 2 | 3 |
| 2000 | 1 | 2 | 3 |
| 2001 | 1 | 3 | 5 |

Angaben in Prozent

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

forsa. P1805/10268.12 2/02 Bü

Alle Medien der Aids-Aufklärungskampagne zusammen erreichten im Jahr 2001 77 Prozent der Allgemeinbevölkerung, 92 Prozent der unter 45-jährigen Alleinlebenden und 98 Prozent der 16- bis 20-jährigen Jugendlichen. Gegenüber dem Vorjahr ist die Gesamtreichweite bei allen Gruppen gestiegen; wie auch die Reichweite der massenmedialen Aufklärungsmedien. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die TV-Spots mit Aidsaufklärung in der letzten Zeit wieder häufiger geschaltet wurden.

Bei den Möglichkeiten zur intensiven Information gab es keinen Anstieg; sie wurden in demselben Maße genutzt wie in den vorangegangenen Jahren.

Außerhalb der Aids-Aufklärungskampagne informieren sich 2001 wieder mehr Menschen durch redaktionelle Beiträge des Fernsehens und der Zeitungen über Aids. Die generell stärkere Nutzung massenmedialer Informationsmöglichkeiten über Aids hat zur Folge, dass auch die Kommunikation zu diesem Thema in Gesprächen mit Familienmitgliedern und Freunden wieder zunimmt.

GESAMTREICHWEITE VON MEDIEN DER AIDS-AUFKLÄRUNG

Gesamtreichweite:

Es hatten Kontakt mit mindestens einem der Medien zur Aids-Aufklärung

| | Allgemeinbevölkerung | 16- bis 44-jährige Alleinlebende | 16- bis 20-Jährige |
|------|----------------------|-------------------------------------|--------------------|
| 1999 | 75 | 87 | 92 |
| 2000 | 69 | 83 | 91 |
| 2001 | 77 | 92 | 98 |

Reichweite der massenmedialen Aufklärungsmedien:

Es hatten in den letzten 3 Monaten Kontakt mit „mach's mit“-Plakaten, TV-Spots, Kino-Spots, Hörfunk-Spots oder Zeitungsanzeigen

| | Allgemeinbevölkerung | 16- bis 44-jährige Alleinlebende | 16- bis 20-Jährige |
|------|----------------------|-------------------------------------|--------------------|
| 1999 | 72 | 84 | 90 |
| 2000 | 64 | 79 | 86 |
| 2001 | 73 | 89 | 95 |

Reichweite von intensiven Informationsmöglichkeiten:

Es hatten in den letzten 12 Monaten Kontakt mit Broschüren, Informationsveranstaltungen oder im Internet

| | Allgemeinbevölkerung | 16- bis 44-jährige Alleinlebende | 16- bis 20-Jährige |
|------|----------------------|-------------------------------------|--------------------|
| 1999 | 26 | 33 | 48 |
| 2000 | 24 | 34 | 53 |
| 2001 | 26 | 34 | 53 |

Angaben in Prozent

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

BZgA' 2-25/05.02

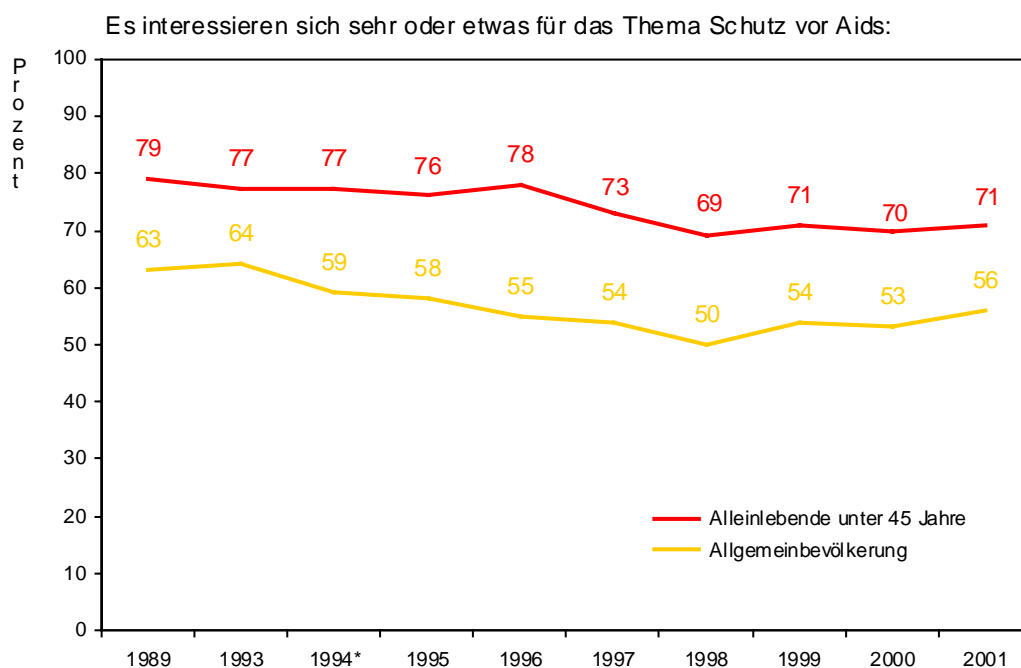
Interesse an Informationen zu Aids

Das Interesse an Aids-Aufklärung ist nach wie vor weit verbreitet. Von den jüngeren Alleinlebenden erwarten 71 Prozent Informationen darüber, wie man sich vor HIV-Infektionen schützen kann. Von der gesamten Bevölkerung (ab 16 Jahren) möchte mehr als die Hälfte (56%) weiterhin über Schutzmöglichkeiten und Schutzverhalten informiert werden.

Über einen längeren Zeitraum betrachtet, hat sich das Interesse an Aids-Aufklärung nicht wesentlich geändert. Nur Mitte der 90er Jahre ist es etwas zurückgegangen, um seit 1998 bei den jüngeren Alleinlebenden mit durchschnittlich 70 Prozent weitgehend konstant zu bleiben; bei der gesamten Allgemeinbevölkerung stieg das Interesse an Aids-Aufklärung in den letzten Jahren wieder leicht an.

Auch an anderen Aids-Themen ist der überwiegende Teil der Allgemeinbevölkerung weiterhin interessiert: Über die medizinische Erforschung der Krankheit möchten 87 Prozent etwas wissen und über die Lebenssituation von Menschen mit HIV und Aids 65 Prozent.

INTERESSE AN INFORMATIONEN ZUM SCHUTZ VOR AIDS



* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

forsa P1805/10268.24/2/02 Bü

Informationsstand

Nahezu die gesamte Bevölkerung besitzt das zum Schutz vor Aids notwendige Basiswissen. So sehen 99 Prozent in ungeschützten Sexualkontakten eine mögliche Infektionsgefahr. Ebenso viele (98%) kennen das Infektionsrisiko beim intravenösen Drogengebrauch. Das Wissen, das Voraussetzung ist für das Zusammenleben mit HIV-Infizierten und Aids-Kranken ist ebenso weit verbreitet: 95 Prozent sehen keine Infektionsgefahr, wenn man mit HIV-Infizierten am selben Arbeitsplatz zusammen arbeitet.

Dieses sehr hohe Wissens-Niveau wurde bald nach dem Beginn der Aids-Aufklärungskampagne erreicht und ist bis heute unverändert geblieben.

Zu einigen Wissensbereichen mit Bedeutung für die HIV-Prävention gibt es weiterhin Informationsbedarf. Etwa ein Viertel der Jugendlichen weiß beispielsweise nicht, dass HIV auch vor Ausbruch des Aids-Vollbilds übertragbar ist; etwa ein Fünftel der jüngeren Alleinlebenden meint, man könne eine HIV-Infektion an äußerlich sichtbaren Merkmalen erkennen.

INFORMIERTHEIT ÜBER ÜBERTRAGUNGSWEGE

Allgemeinbevölkerung

| | 1987 | 1988 | 1995 | 2000 | 2001 |
|---|------|------|------|------|------|
| Es sagen, Ansteckungsgefahr besteht, wenn... | | | | | |
| man mit unbekanntem PartnerInnen ungeschützten Geschlechtsverkehr hat | 96 | 98 | 98 | 99 | 99 |
| man in eine offene Wunde Blut bekommt von jemandem, der HIV-Infiziert ist | 97 | 96 | 98 | 98 | 98 |
| sich jemand Heroin oder ähnliche Drogen spritzt - mit einer Nadel, die vorher andere Drogenabhängige benutzt haben | - | - | 98 | 98 | 98 |
| Es sagen, <u>keine</u> Ansteckungsgefahr besteht, wenn... | | | | | |
| man einem Aids-Kranken die Hand gibt | 95 | 96 | 97 | 95 | 97 |
| man mit HIV-Infizierten am selben Arbeitsplatz zusammenarbeitet | 94 | 94 | 96 | 95 | 95 |

Angaben in Prozent

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

BZgA'2-25/05.02

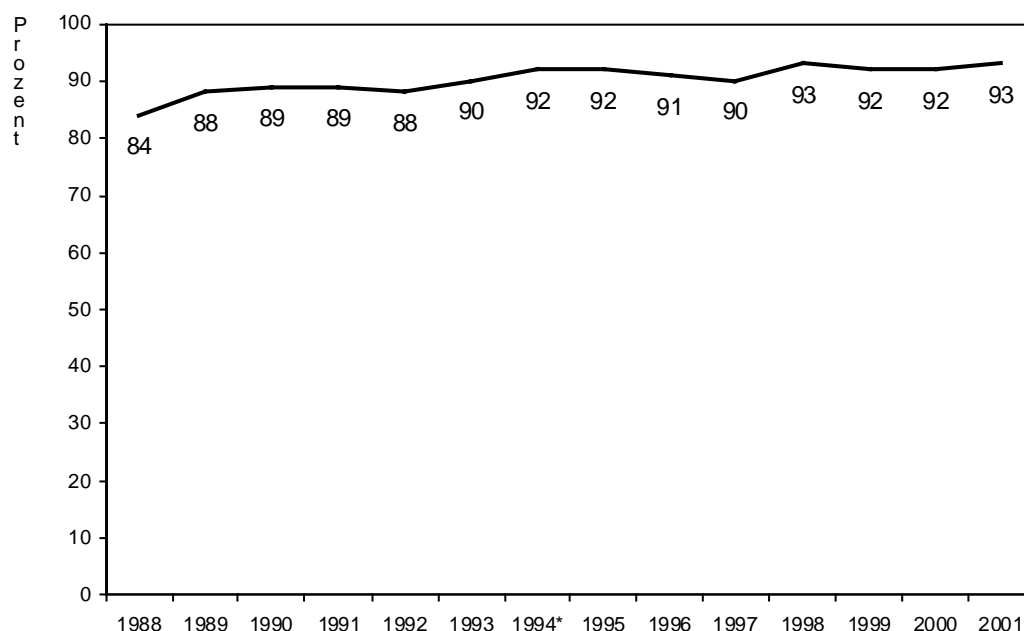
Schutz vor Aids

Die *Bereitschaft*, sich bei neuen Sexualkontakten mit Kondomen vor einer möglichen HIV-Infektion zu schützen ist sehr weit verbreitet. Dies kommt in dem Ergebnis zum Ausdruck, dass 93 Prozent der 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden bei Beginn einer neuen Sexualbeziehung dem Wunsch einer Partnerin oder eines Partners zustimmen würden, nur mit Kondom miteinander zu schlafen (Westdeutschland: 92 Prozent, Ostdeutschland: 97 Prozent).

Bereits 1988 akzeptierten die jüngeren Alleinlebenden zu 84 Prozent Kondome als Schutz vor Aids bei neuen Beziehungen. In den folgenden Jahren gab es einen leicht steigenden Trend bis über 90 Prozent in den Jahren 1995 und 1996. Seitdem blieb die Bereitschaft, bei neuen Sexualkontakten Kondome zu verwenden, konstant.

ZUSTIMMUNG ZU KONDOMEN BEI NEUEN BEZIEHUNGEN

Alleinlebende unter 45 Jahre



* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

forsa. P1805/10268.38 2/02 Bü

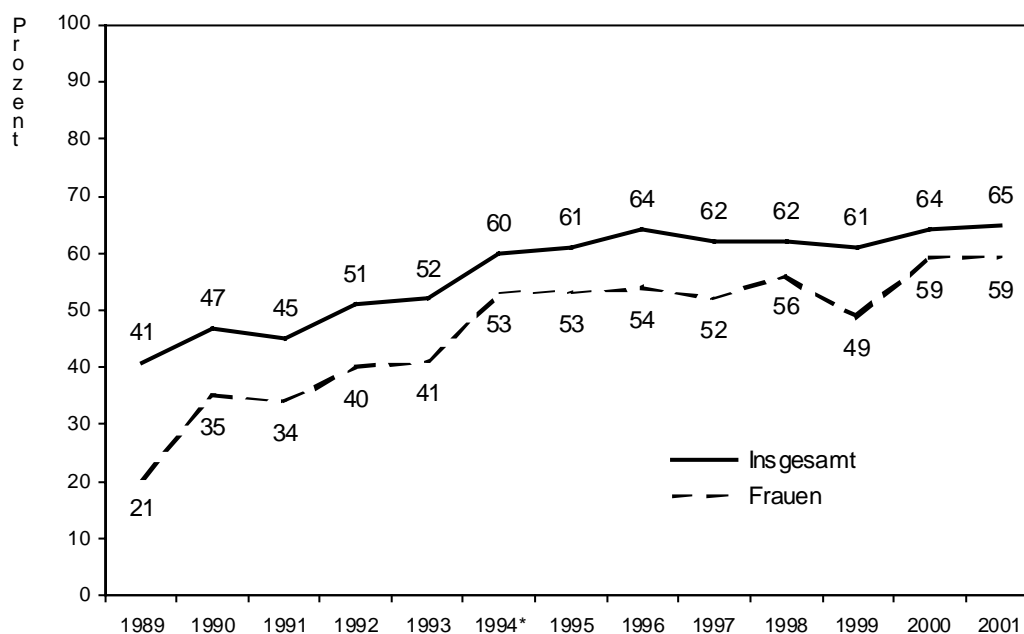
Ein großer Teil der jüngeren Alleinlebenden sorgt vor: 65 Prozent sagen, dass sie zur Zeit Kondome zu Hause haben oder bei sich tragen.

Langfristig betrachtet, lässt sich eine deutliche Zunahme des Kondombesitzes feststellen. 1989 hatten erst 41 Prozent der jüngeren Alleinlebenden Kondome bei sich oder zu Hause. Vor allem bis 1996 gab es einen deutlichen Anstieg von 23 Prozentpunkten. Dieser Trend hat sich seitdem jedoch nicht fortgesetzt.

Bemerkenswert ist, wie sich die Kondomverfügbarkeit bei den jüngeren alleinlebenden Frauen verändert hat: 1989 sagten 21 Prozent, sie hätten Kondome zu Hause oder bei sich, 2001 sind es 59 Prozent, ein Wert, der nicht mehr allzu weit vom Durchschnitt (65%) für alle jüngeren Alleinlebenden entfernt ist.

KONDOMBESITZ ALS SCHUTZINTENTION

Alleinlebende unter 45 Jahre



2001

Westdeutsl.: 64%
(n=628)

Ostdeutsl.: 67%
(n=145)

* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

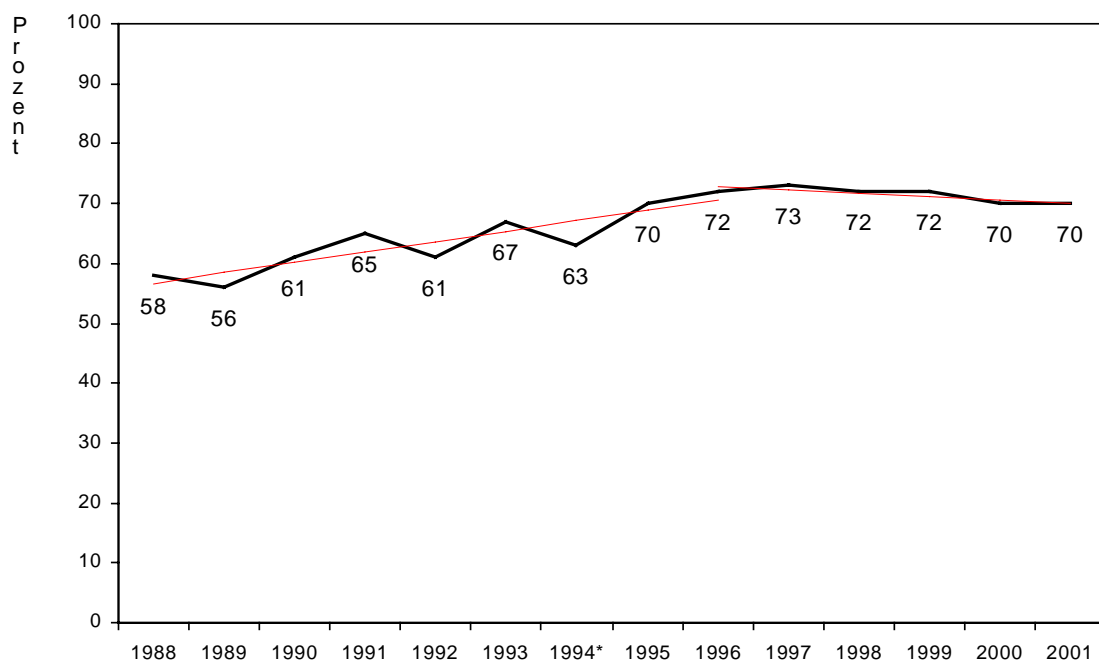
70 Prozent der unter 45-jährigen Alleinlebenden mit Sexualkontakten im letzten Jahr haben immer, häufig oder gelegentlich Kondome verwendet.

In der ersten Phase des Beobachtungszeitraums - von 1988 bis 1996 - gab es für die Kondomverwendung einen deutlich ansteigenden Trend: Der Anteil der jüngeren Alleinlebenden, die immer, häufig oder gelegentlich Kondome verwenden, stieg in diesem Zeitraum jährlich im Durchschnitt um 1,3 Prozentpunkte, von 58 Prozent im Jahr 1988 auf 73 Prozent im Jahr 1997. Danach brach die Aufwärtsentwicklung ab. Der Anteil der Kondomverwender ist seitdem sogar geringfügig zurückgegangen.

Knapp die Hälfte (48%) der jüngeren Alleinlebenden mit Sexualkontakten im letzten Jahr hat regelmäßig (immer, häufig) Kondome verwendet. Auch die regelmäßige Kondomverwendung war von 1988 bis 1996 kontinuierlich gestiegen. Seit 1996 stagniert jedoch auch der Verlauf dieses Indikators, und zwar bei knapp unter 50 Prozent.

KONDOMVERWENDUNG: IMMER, HÄUFIG ODER GELEGENTLICH

Alleinlebende unter 45 Jahre mit Sexualkontakten im letzten Jahr



Trend (1988-1996)

$y = 55,0 + 1,7x$
 $t = 5,14; p = 0,001$
 $n = 3746$
 signifikante Veränderung
 bei $\alpha=0,05$

Trend (1996-2001)

$y = 73,4 - 0,5x$
 $t = -2,97; p = 0,041$
 $n = 3301$
 signifikante Veränderung
 bei $\alpha=0,05$

2001

Westdeutshl.: 69%
 (n=470)
 Ostdeutshl.: 77%
 (n=104)

* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
 durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

forSa. P1805/10268.43 2/02 BÜ

Die leicht rückläufige oder stagnierende Entwicklung in der Kondomverwendung bedeutet nicht, dass das Risikobewusstsein nachlässt; denn beim Schutz vor Aids in riskanten Situationen lässt sich keine Stagnation erkennen. Es zeigt sich bei allen Indikatoren für riskante Situationen ein ständiger Aufwärtstrend, auch wenn die jährlichen Einzelwerte wegen der vergleichsweise geringen Fallzahlen manchmal stark variieren.

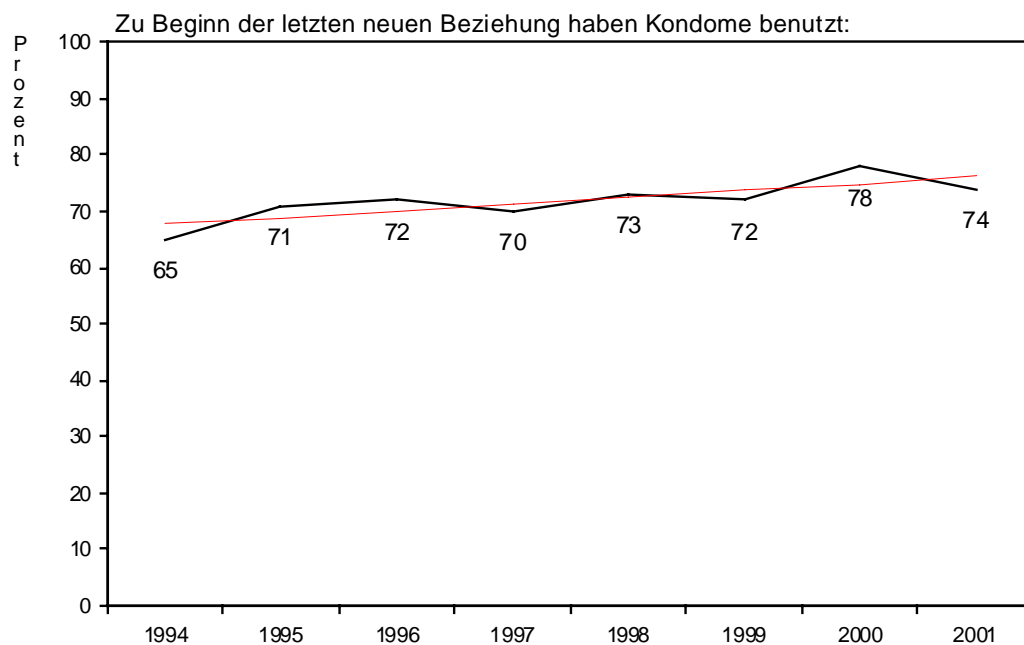
So sagen im Jahr 2001 von denjenigen, die in den vorangegangenen 12 Monaten eine neue sexuelle Partnerschaft begonnen hatten, 74 Prozent, sie hätten zu Beginn Kondome verwendet; 1994 waren es 65 Prozent.

Von denjenigen, die in den vergangenen zwölf Monaten spontane Sexualkontakte mit unbekanntem Partnern hatten, benutzen 48 Prozent dabei *immer* Kondome, während es 1989 etwa die Hälfte (23%) waren.

Bei Sexualkontakten mit unbekanntem Partnern im Urlaub stieg der Anteil derer, die dabei *immer* Kondome verwenden, von 40 Prozent in 1990 auf 79 Prozent im Jahr 2001.

KONDOMVERWENDUNG ZU BEGINN NEUER BEZIEHUNGEN

Befragte mit neuen Sexualbeziehungen in den letzten 12 Monaten



Trend (1994-2001)

$$y = 66,5 + 1,2x$$

$$t = 3,27; p = 0,017$$

$$n = 3596$$

signifikante Veränderung

bei $\alpha=0,05$

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

forsa. P1805/10268.49 2/02 Bü

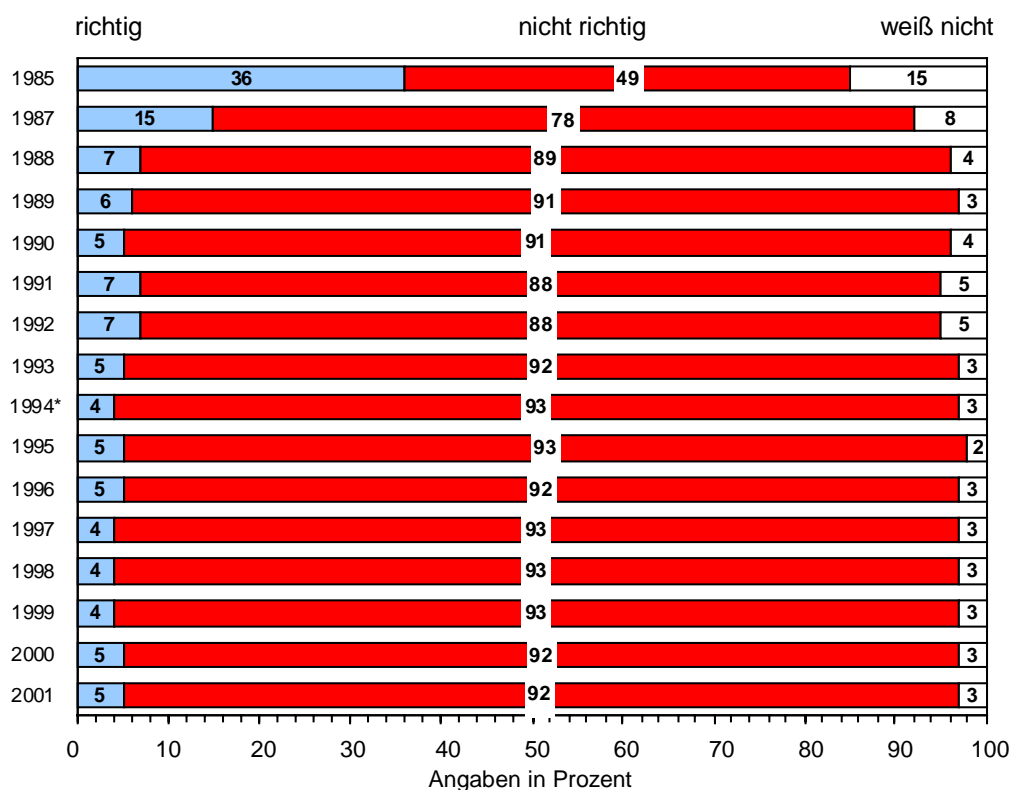
Einstellungen zu Menschen mit HIV und Aids

Fünf Prozent der Allgemeinbevölkerung sind 2001 der Meinung, dass alle Aids-Kranken mit niemandem in Berührung kommen sollten, außer mit medizinischem Personal oder mit ihren Angehörigen, wohingegen 93 Prozent die Isolierung von Aids-Kranken ablehnen. Dieses und weitere Ergebnisse der Studie belegen, dass das Einstellungsklima zu Menschen mit HIV und Aids zum einen gekennzeichnet ist durch ein geringes Ausmaß von stigmatisierenden und ausgrenzenden Einstellungen, zum anderen durch eine große Bereitschaft zu sozialer Unterstützung und Hilfe.

Bei der Entstehung dieses Einstellungsklimas hat die Aids-Aufklärungskampagne eine wichtige Rolle gespielt. 1985 - vor ihrem Beginn - war mehr als ein Drittel (36%) der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung in der damaligen Bundesrepublik für eine Isolierung von Aids-Kranken. Nach dem Beginn der Aids-Aufklärungskampagne änderte sich diese Einstellung sehr schnell: 1987 gab es noch 15 Prozent Isolierungsbefürworter und 1990 wurden die auch noch heute zutreffenden 5 Prozent erreicht.

EINSTELLUNG ZUR ISOLIERUNG VON AIDS-KRANKEN

Halten Sie es für richtig oder nicht richtig, wenn man dafür sorgt, dass alle Aids-Kranken mit niemandem sonst in Berührung kommen - mit Ausnahme des medizinischen Personals und der Angehörigen?



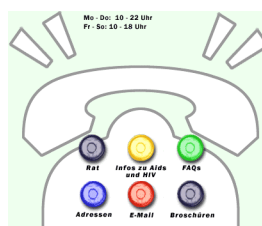
* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

Quelle: 1985: forsa - Repräsentativbefragung
 1987 - 2001: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein“
 durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

fora. P1805/10268.61 2/02 Bü



www.gib-aids-keine-chance.de



www.aidsberatung.de



www.machsmit.de

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung • Telefonberatung (02 21) 89 20 31