



**Bundeszentrale  
für  
gesundheitliche  
Aufklärung**

# Aids im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2005

Wissen, Einstellungen und Verhalten  
zum Schutz vor Aids

Eine Wiederholungsbefragung der  
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

## Kurzfassung

Mai 2006

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



**Bundeszentrale  
für  
gesundheitliche  
Aufklärung**

# Aids im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2005

Wissen, Einstellungen und Verhalten  
zum Schutz vor Aids

Eine Wiederholungsbefragung der  
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

## Kurzfassung

Mai 2006

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

## **Vorbemerkung**

Seit Mitte der 80er Jahre informiert die Aids-Aufklärungskampagne die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland über die Krankheit Aids und deren Infektionsrisiken. Vor allem klärt sie auf, dass und wie man sich vor einer Infektion mit HIV schützen kann.

Wie sich diese Kampagne zur Aids-Prävention auf Wissen, Einstellungen und Verhalten zu HIV und Aids auswirkt, untersucht die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung seit 1987 mit der langfristig angelegten Studie „Aids im öffentlichen Bewusstsein“, die aus jährlich stattfindenden bundesweiten Umfragen bei der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland besteht.

In diesen Repräsentativbefragungen wird untersucht,

- inwieweit die Bevölkerung von den verschiedenen Aufklärungsmaßnahmen der Kampagne erreicht wird,
- ob das für die Aids-Prävention notwendige Wissensniveau weiterhin erhalten bleibt,
- in welchem Ausmaß sich die Menschen durch die Verwendung von Kondomen vor einer sexuellen Übertragung des Virus schützen, besonders diejenigen, die für die Aids-Prävention von besonderer Bedeutung sind, wie beispielsweise die 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden,
- ob Menschen mit HIV und Aids in den Einstellungen der Bevölkerung als Menschen angesehen werden, die Zuwendung und Hilfe benötigen und nicht ausgegrenzt werden.

Zentrale Ergebnisse der aktuellen, Ende 2005 abgeschlossenen Umfrage enthält der vorliegende Kurzbericht. Wichtige Indikatoren sind als mittel- oder langfristige Trends aufbereitet, so zur Reichweite der Kampagnenmedien, zum Wissen über Risiken und Nichtrisiken von HIV-Infektionen, zu Schutzintentionen und Schutzverhalten sowie zur Hilfsbereitschaft gegenüber Menschen mit HIV und Aids.

Ein ausführlicher Ergebnisbericht kann ab Ende Mai bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung angefordert oder aus dem Internet herunter geladen 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:	Mehrstufige Zufallsstichprobe (nach ADM-Telefonstichproben-System, Zufallsauswahl von Personen im Haushalt); altersmäßig disproportional geschichteter Stichprobenplan (16- bis 44-Jährige: 2276 Fälle)																								
Stichprobengröße:	<table><tr><td>Insgesamt:</td><td>3600</td></tr><tr><td>Westdeutschland:</td><td>2993</td></tr><tr><td>Ostdeutschland:</td><td>607</td></tr><tr><td>Männer:</td><td>1766</td></tr><tr><td>Frauen:</td><td>1834</td></tr><tr><td>Alleinlebende unter 45 Jahre:</td><td>1026</td></tr><tr><td>    Männer:</td><td>588</td></tr><tr><td>    Frauen:</td><td>438</td></tr><tr><td>16- bis 29-Jährige:</td><td>915</td></tr><tr><td>    Männer:</td><td>467</td></tr><tr><td>    Frauen:</td><td>448</td></tr><tr><td>16- bis 20-Jährige:</td><td>311</td></tr></table>	Insgesamt:	3600	Westdeutschland:	2993	Ostdeutschland:	607	Männer:	1766	Frauen:	1834	Alleinlebende unter 45 Jahre:	1026	Männer:	588	Frauen:	438	16- bis 29-Jährige:	915	Männer:	467	Frauen:	448	16- bis 20-Jährige:	311
Insgesamt:	3600																								
Westdeutschland:	2993																								
Ostdeutschland:	607																								
Männer:	1766																								
Frauen:	1834																								
Alleinlebende unter 45 Jahre:	1026																								
Männer:	588																								
Frauen:	438																								
16- bis 29-Jährige:	915																								
Männer:	467																								
Frauen:	448																								
16- bis 20-Jährige:	311																								
Befragungszeitraum:	September 2005 bis Dezember 2005																								
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 Wiederholungsbefragungen der Studie „Aids im öffentlichen Bewusstsein“ erfragen regelmäßig das Informationsverhalten zu Aids. So lässt sich im Zeitverlauf beobachten, inwieweit die verschiedenen Medien der Aids-Prävention die deutsche Bevölkerung erreichen. Zum einen wird untersucht, wie viele Menschen in den letzten zwölf Monaten erreicht wurden, zum anderen werden die auf den aktuelleren Zeitraum von drei Monaten bezogenen Reichweitenwerte erhoben.

Die Reichweiten der massenmedialen Formen der Aids-Aufklärung sind in Tabelle 1 zusammengestellt: Das sind die Plakate der „mach’s mit“ Kampagne mit den bunten Kondom-Motiven und die TV-Spots, weiter Kino-Spots, Hörfunk-Spots und Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten.

Die größten Reichweiten haben die „mach’s mit“-Plakate, die 74 Prozent der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung innerhalb des letzten Jahres vor der Befragung wahrgenommen haben. Einen oder mehrere TV-Spots haben 65 Prozent gesehen.

**Tab. 1 Massenmediale Aids-Aufklärung: Aktuelle Reichweiten** in Prozent  
Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre

Es hatten Kontakt mit:		in den letzten 3 Monaten	in den letzten 12 Monaten	überhaupt schon einmal
„mach’s mit“-Plakaten	2002	51	71	82
	2003	53	72	84
	2004	55	75	85
	2005	55	74	85
TV-Spots	2002	44	70	90
	2003	44	69	91
	2004	43	69	89
	2005	39	65	89
Anzeigen in Zeitungen und Illustrierten	2002	40	61	83
	2003	41	62	84
	2004	38	60	83
	2005	37	58	82
Hörfunk-Spots zur Aids-Aufklärung	2002	21	32	39
	2003	27	38	45
	2004	26	39	44
	2005	23	34	42
Kino-Spots zur Aids-Aufklärung	2002	11	24	51
	2003	11	24	51
	2004	13	27	54
	2005	10	23	53
mindestens einem der massenmedialen Angebote zur Aids-Aufklärung	2002	75	90	98
	2003	77	91	98
	2004	77	91	98
	2005	76	91	98

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“  
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

Die Reichweite der "mach’s mit" Plakate ist im Jahr 2005 gegenüber 2004 praktisch unverändert geblieben. Bei den Anzeigen ist ein leichter Rückgang zu erkennen. Die Reichweiten der übrigen Medien sind bei der Allgemeinbevölkerung etwas stärker zurückgegangen. So hatten 2004 im Zeitraum von 12 Monaten 69 Prozent TV-Spots mit Aids-Aufklärung gesehen, 2005 sind es 65 Prozent. Ähnlich ist der Rückgang bei den Hörfunk-Spots, von 39 Prozent in 2004 auf 34 Prozent in 2005; und auch bei den Kino-Spots, dort von 27 Prozent auf 23 Prozent.

Die Gesamtreichweite der fünf in Tabelle 1 aufgeführten Massenmedien zur Aids-Aufklärung ist jedoch zwischen 2004 und 2005 unverändert geblieben. So haben 91 Prozent im Zeitraum von 12 Monaten mindestens eines dieser Aids-Aufklärungs-Medien genutzt, ebenso viele wie 2004. Im Zeitraum von drei Monaten wurden insgesamt 76 Prozent erreicht, 2004 waren es 77 Prozent.

Die Tatsache, dass trotz rückläufiger Reichweite einzelner Medien die Gesamtreichweite unverändert geblieben ist, weist auf einen besonderen Vorteil der in der Aids-Aufklärung eingesetzten multimedialen Strategie hin: Der Rückgang in der Nutzung einer der Aufklärungsmöglichkeiten kann durch andere Medien ausgeglichen werden. In jüngster Zeit haben diesen Ausgleich vor allem die besonders reichweitenstarken "mach' s mit" Plakate übernommen.

In Tabelle 2 finden sich die Reichweiten von Medien und Informationsangeboten, mit denen man sich intensiver über HIV und Aids informieren kann: Broschüren mit Aids-Aufklärung, Informationsveranstaltungen und die Nutzung des Internets. Es zeigt sich, dass die Nutzung von Broschüren in den letzten Jahren bei der Allgemeinbevölkerung ebenfalls etwas zurückgegangen ist. Das Internet dagegen wird zunehmend, wenn auch nur langsam steigend, als Informationsquelle zu HIV und Aids genutzt: Mittlerweile haben sich 12 Prozent der Allgemeinbevölkerung schon einmal über das Thema Aids im Internet informiert.

**Tab. 2 Angebote intensiver Aids-Aufklärung** in Prozent  
Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre

		in den letzten 3 Monaten	in den letzten 12 Monaten	überhaupt schon einmal
Es hatten Kontakt Broschüren der Aids-Aufklärung	2002	8	21	52
	2003	7	22	56
	2004	7	20	53
	2005	6	18	52
Es haben an Vorträgen oder Informationsveranstaltungen teilgenommen	2002	3	6	24
	2003	2	6	27
	2004	2	6	25
	2005	2	6	26
Es haben sich im Internet über Aids informiert	2002	3	5	7
	2003	2	4	7
	2004	3	6	10
	2005	3	6	12
Es hatten Kontakt mit mindestens einem der Angebote zur intensiven Aids-Aufklärung	2002	11	25	60
	2003	9	26	63
	2004	10	25	62
	2005	9	24	62

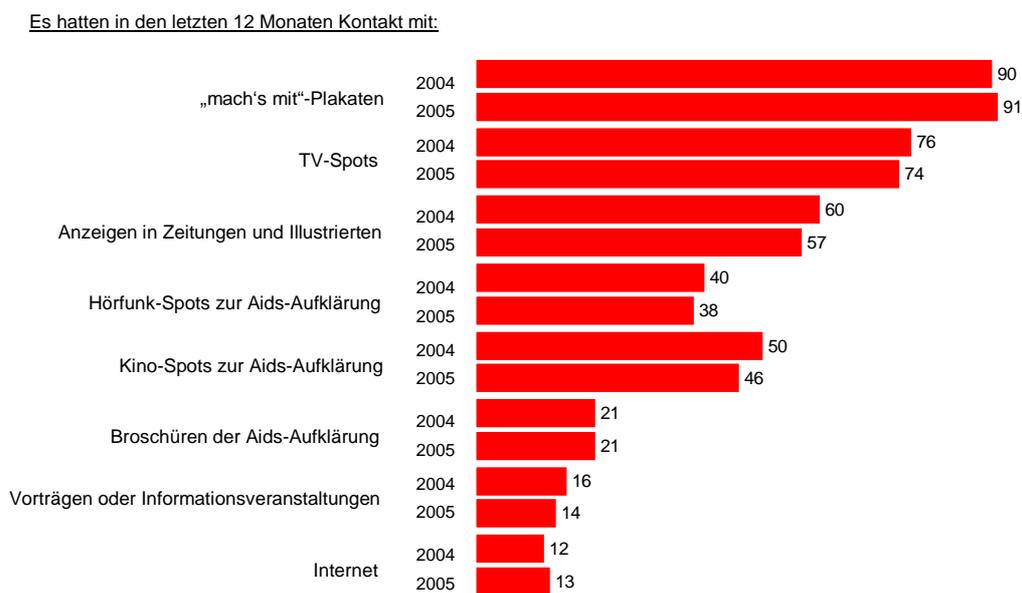
Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“  
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

Bei den jüngeren Bevölkerungsgruppen haben die meisten Medien der Aids-Aufklärung größere Reichweiten als bei der gesamten Allgemeinbevölkerung. Die für die Aids-Prävention besonders wichtige Gruppe der jüngeren Alleinlebenden im Alter von 16 bis 44 Jahren beispielsweise hat zu 91 Prozent "mach's mit" Plakate gesehen im Vergleich zu 74 Prozent der Allgemeinbevölkerung. Auch TV-Spots und Kino-Spots haben bei den jüngeren Alleinlebenden deutlich höhere Reichweitenwerte. Bei der personalkommunikativen Aids-Prävention durch Vorträge und Informationsveranstaltungen ist die Reichweite mehr als doppelt so hoch. Ebenso beim Internet. So hat sich bisher ein Viertel (25%) der jüngeren Alleinlebenden schon einmal im Internet über HIV und Aids informiert.

**Abb. 1 Nutzung von Medien der Aids-Aufklärung**

in Prozent

Alleinlebende unter 45 Jahre



Quelle: BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“ durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

Darüber hinaus sind die Reichweiten der Aids-Aufklärungs-Medien bei den jüngeren Altersgruppen stabiler. Die jüngeren Alleinlebenden beispielsweise werden 2005 nicht nur von den "mach's mit" Plakaten in gleichem Maße wie 2004 erreicht, sondern auch von den TV-Spots und Broschüren mit Aids-Aufklärung. Die Nutzung von Informationsveranstaltungen und Vorträgen sowie des Internets zur Information über Aids sind ebenfalls weitgehend stabil. Stärker zurückgegangen ist die Reichweite von Hörfunk-Spots. Auch wurden von den jüngeren Alleinlebenden weniger Kino-Spots gesehen. Dies lässt sich in erster Linie als Folge des generell zurückgegangenen Kinobesuchs erklären.

## Wahrnehmung der Krankheit Aids

Die Durchsetzungsfähigkeit der Aids-Aufklärung lässt sich vor dem Hintergrund einer starken Veränderung der Bedeutung von Aids im Bewusstsein der Bevölkerung betrachten.

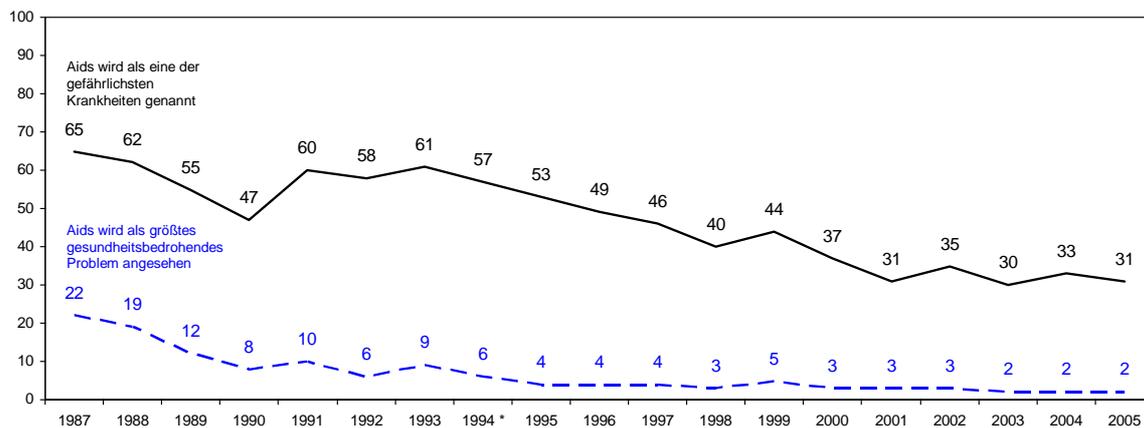
Ende der 80er Jahre gehörte Aids für zwei Drittel der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung zu den gefährlichsten Krankheiten. Ab 1993 hatten Jahr für Jahr immer weniger Menschen diese Vorstellung. Seit dem Jahr 2000 hält ein Drittel Aids für eine der gefährlichsten Krankheiten (zum Vergleich: Krebs nennen 59 Prozent).

Weiter gehört Aids nur noch für wenige Menschen (2%) zu den größten Problemen, die die Gesundheit der deutschen Bevölkerung besonders bedrohen. Auch diese Vorstellung von einer Bedrohung durch Aids war Ende der 80er Jahre sehr viel weiter verbreitet als heute. Damals wurde sie von fast einem Viertel der Bevölkerung (22%) vertreten.

**Abb. 2 Wahrnehmung der Krankheit Aids**

in Prozent

Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre



Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“  
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

\* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

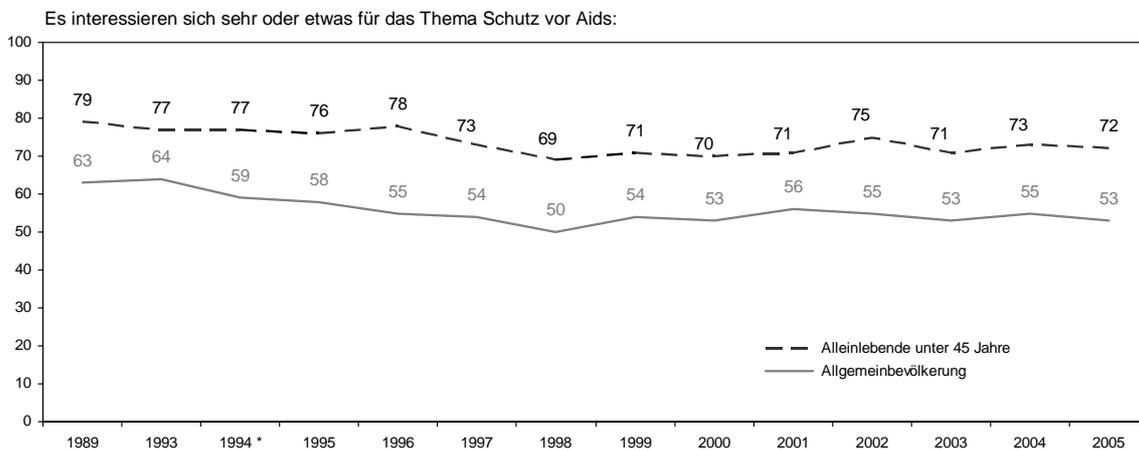
## Interesse an Informationen zu Aids

Das Interesse an Informationen zu Aids ist in der Bevölkerung auch gegenwärtig immer noch erheblich. Das gilt auch für Informationen über die Möglichkeiten, sich vor HIV-Infektionen zu schützen. Vor allem diejenigen Bevölkerungsgruppen haben nach wie vor daran relativ großes Interesse, die für die Prävention von HIV-Infektionen von besonderer Bedeutung sind: So wollen gegenwärtig 72 Prozent der 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden auch in Zukunft darüber aufgeklärt werden, wie man sich vor dem HI-Virus schützen kann. Bei der Allgemeinbevölkerung ist ungefähr die Hälfte (53%) an Informationen über den Schutz vor Aids interessiert.

Auch an anderen Aids-Themen besteht Interesse. Über die medizinische Erforschung der Krankheit möchten 83 Prozent der Allgemeinbevölkerung etwas wissen und über die Lebenssituation von Menschen mit HIV und Aids 61 Prozent.

**Abb. 3 Interesse an Informationen zum Schutz vor Aids**

in Prozent



Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“ durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

\* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

## Einstellungen zu Menschen mit HIV und Aids

Das Einstellungsklima zu Menschen mit HIV und Aids ist auch 2005 stabil geblieben. Es ist zum einen gekennzeichnet durch ein geringes Ausmaß stigmatisierender und ausgrenzender Einstellungen und zum anderen durch eine große Bereitschaft zu sozialer Unterstützung und Hilfe.

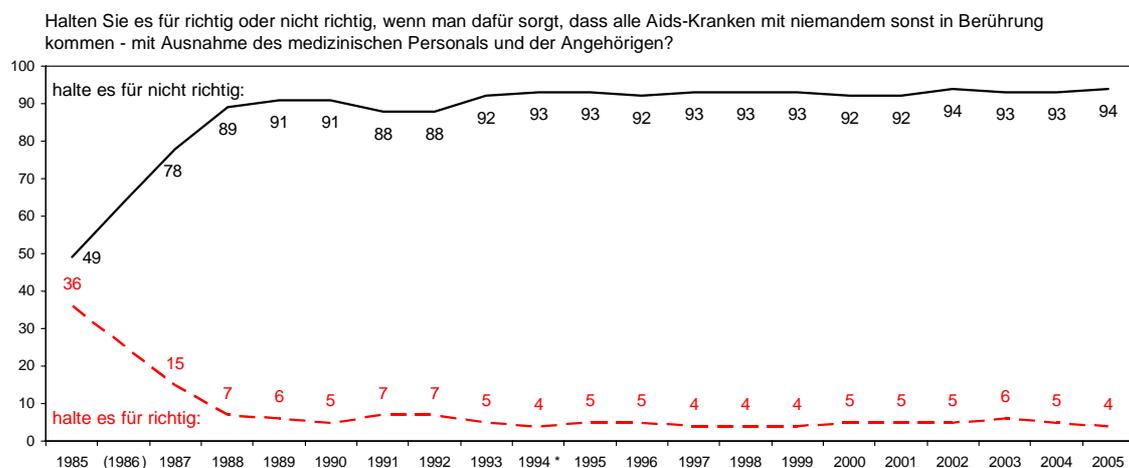
Die Entwicklung dieses Einstellungsklimas lässt sich an einem Indikator für die Ablehnung oder Befürwortung der sozialen Isolierung von Menschen mit HIV und Aids aufzeigen, der seit Mitte der 80er Jahre (als dieses noch ein Thema der öffentlichen Diskussion war) erhoben wurde. Nach diesem Indikator sind nur wenige bereit, Menschen mit HIV und Aids auszugrenzen. 2005 sind 4 Prozent der Allgemeinbevölkerung der Meinung, dass alle Aids-Kranken mit niemandem in Berührung kommen sollten, außer mit medizinischem Personal oder mit ihren Angehörigen, wohingegen 94 Prozent die Isolierung von Aids-Kranken ablehnen.

Im Jahr 1985, vor Beginn der Aids-Aufklärungskampagne, war mehr als ein Drittel (36 %) der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung in der damaligen Bundesrepublik der Meinung, Menschen mit HIV und Aids sollten isoliert werden.

**Abb. 4 Einstellung zur Isolierung von Aids-Kranken**

in Prozent

Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre



Quelle: 1985: forsa - Repräsentativbefragung  
 1987 - 2005: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“  
 durch forsa, Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

\* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

## Informationsstand

Ebenfalls nach dem Beginn der Aids-Aufklärungskampagne hatte auch der Kenntnisstand der Allgemeinbevölkerung zu Aids ein sehr hohes Niveau erreicht, das in der Folgezeit bis heute erhalten blieb. Nahezu die gesamte Bevölkerung besitzt das zum Schutz vor Aids notwendige Basiswissen. So sehen 99 Prozent in ungeschützten Sexualkontakten eine mögliche Infektionsgefahr. Das Infektionsrisiko beim intravenösen Drogengebrauch kennen ebenfalls 99 Prozent und 98 Prozent kennen das generelle Risiko von Blut zu Blut Kontakten. Ebenso weit verbreitet ist das Wissen, das Voraussetzung für das Zusammenleben mit HIV-Infizierten und Aids-Kranken ist: 98 Prozent sehen keine Infektionsgefahr, wenn man Aids-Kranken die Hand gibt; 96 Prozent sehen kein Risiko darin, mit HIV-Infizierten am selben Arbeitsplatz zusammen zu arbeiten.

Diese Ergebnisse bedeuten jedoch nicht, dass alle Möglichkeiten zur Verbreitung präventiven Wissens ausgeschöpft sind; denn das Informationsniveau bei spezifischen Wissensinhalten zur HIV-Infektion ist vergleichsweise niedrig, breitet sich jedoch langsam weiter in der Allgemeinbevölkerung aus. Dass HIV auch vor Ausbruch des Aids-Vollbilds übertragbar ist, wussten 75 Prozent im Jahr 2000, 2005 sind es 79 Prozent. Was ein positives Ergebnis des HIV-Antikörpertests bedeutet, wussten 70 Prozent im Jahr 2000, 2004 wissen dies 73 Prozent. Der Anteil derer, die sagen, man könne Menschen, die mit HIV infiziert sind, *nicht* an äußerlich sichtbaren Merkmalen erkennen, ist von 67 Prozent in 2000 auf 78 Prozent in 2005 gestiegen.

**Tab. 3 Informiertheit über Übertragungswege** in Prozent  
Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre

	1987	1988	2002	2003	2004	2005
<b>Es sagen, Ansteckungsgefahr besteht, wenn ...</b>						
man mit unbekanntem PartnerInnen ungeschützten Geschlechtsverkehr hat	96	98	100	99	100	99
man in eine offene Wunde Blut bekommt von jemandem, der HIV-infiziert ist	97	98	99	99	99	98
sich jemand Heroin oder ähnliche Drogen spritzt - mit einer Nadel, die vorher andere Drogenabhängige benutzt haben	-	-	99	99	99	99
<b>Es sagen, <u>keine</u> Ansteckungsgefahr besteht, wenn ...</b>						
man einem Aids-Kranken die Hand gibt	95	96	97	97	98	98
man mit HIV-Infizierten am selben Arbeitsplatz zusammenarbeitet	94	94	96	96	97	96

Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“ durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

## Schutz vor Aids

Die Bereitschaft, sich bei Sexualkontakten durch die Anwendung von Kondomen vor einer HIV-Infektion zu schützen, ist bei den Teilgruppen mit potenziell riskanten Lebensweisen immer noch weit verbreitet. Dies lässt sich beispielsweise daran erkennen, dass mehr als zwei Drittel (68 %) der jüngeren Alleinlebenden Kondome zu Hause oder bei sich haben und so erkennen lassen, dass sie beabsichtigen, sich zu schützen.

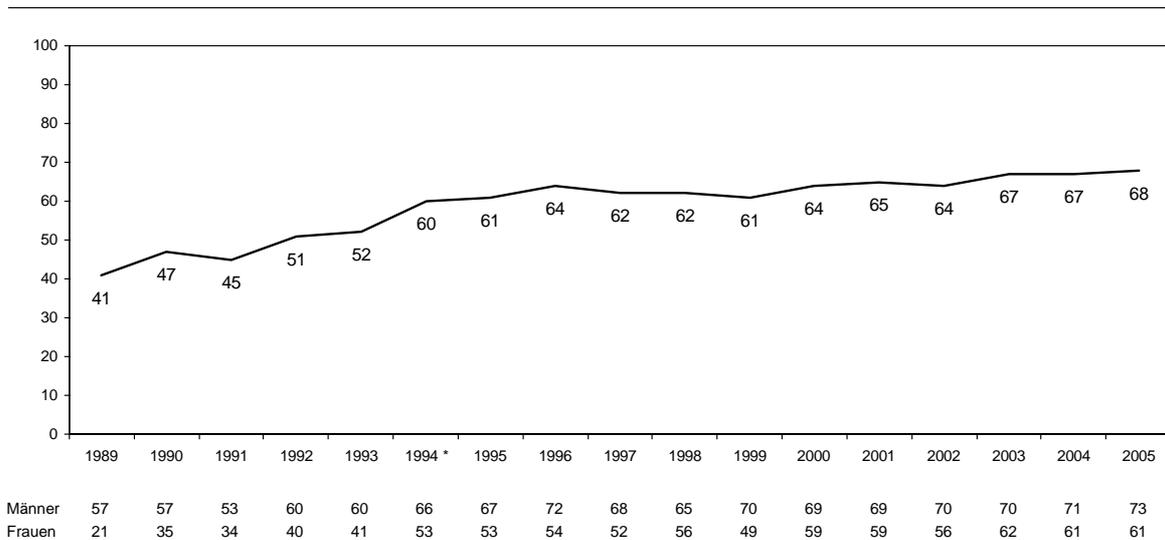
Langfristig betrachtet lässt sich seit 1989 eine deutliche Zunahme des Kondombesitzes von insgesamt 27 Prozentpunkten feststellen. Der größte Teil dieses Anstiegs hat jedoch bereits zwischen 1989 und Mitte der 90er Jahre stattgefunden. Seitdem nimmt dieser Indikatorwert weiter zu, allerdings sehr langsam.

Bemerkenswert ist, wie sich die Kondomverfügbarkeit bei den jüngeren allein lebenden Frauen verändert hat: 1989 sagten 21 Prozent, sie hätten Kondome zu Hause oder bei sich. Der entsprechende Anteil bei den Männern betrug 57 Prozent, was also eine Differenz zwischen Männern und Frauen von 36 Prozentpunkten bedeutete. 2005 hat mehr als die Hälfte (61%) der jüngeren allein lebenden Frauen Kondome verfügbar.

**Abb. 5 Kondombesitz als Schutzintention**

in Prozent

Alleinlebende unter 45 Jahre



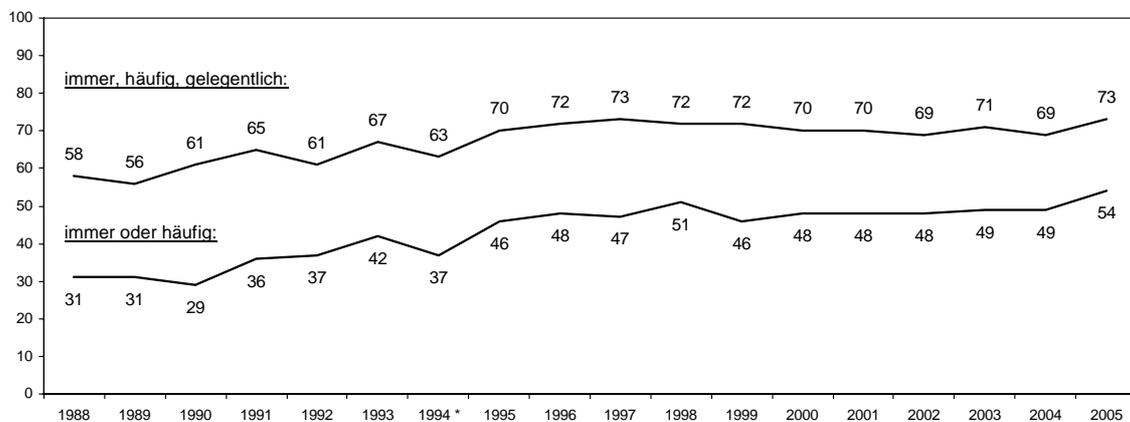
Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“  
durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

\* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

Die tatsächliche Kondomverwendung ist 2005 gegenüber 2004 gestiegen. Bei den unter 45-jährigen Alleinlebenden stieg der Anteil derjenigen, die immer, häufig oder gelegentlich bei Sexualkontakten Kondome verwenden, von 69 Prozent in 2004 auf 73 Prozent in 2005. Der Anteil für eine regelmäßige Kondomverwendung (immer oder häufig) stieg sogar noch etwas stärker: von 49 Prozent in 2004 auf 54 Prozent in 2005.

Dieses Ergebnis ist deshalb bemerkenswert, weil die verschiedenen Indikatoren der Kondomverwendung seit Jahren eine stagnierende Tendenz, teilweise sogar eine rückläufige Entwicklung, in der Verwendung von Kondomen und damit im Schutz vor Aids anzeigten.

**Abb. 6 Kondomverwendung von Alleinlebenden unter 45 Jahre** in Prozent  
mit Sexualkontakten im letzten Jahr



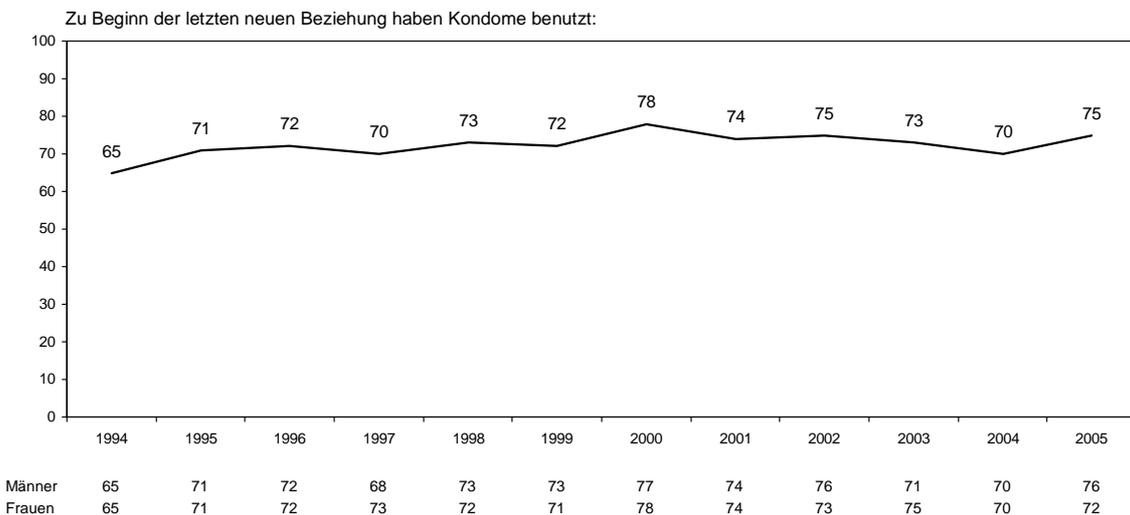
Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“ durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

\* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

Zurückgegangen war der Anteil der Kondomverwender vor allem bei den Teilgruppen mit potenziell riskanten Verhaltensweisen, beispielsweise bei Personen mit Partnerwechseln. So war bei denjenigen mit mehreren Sexualpartnern im letzten Jahr der Anteil derer, die immer, häufig oder gelegentlich Kondome verwenden, von 83 Prozent im Jahr 2001 auf 77 Prozent im Jahr 2004 zurückgegangen. Im Jahr 2005 war der Anteil der Kondomverwender bei Personen mit mehreren Sexualpartnern wieder fünf Prozentpunkte höher und betrug 82 Prozent.

Noch deutlicher war der Rückgang der Kondomverwendung bei neuen Sexualbeziehungen. Bei denen, die im Zeitraum von 12 Monaten einen neuen Partner oder eine neue Partnerin kennen gelernt hatten, war der Anteil der Kondomverwender am Beginn dieser neuen Sexualbeziehungen im Jahr 2000 von 78 Prozent auf 70 Prozent im Jahr 2004 gesunken. Im Jahr 2005 stieg der Anteil der Kondomverwender wieder auf 75 Prozent an.

**Abb. 7 Kondomverwendung zu Beginn neuer Beziehungen** in Prozent  
Befragte mit neuen Sexualbeziehungen in den letzten 12 Monaten



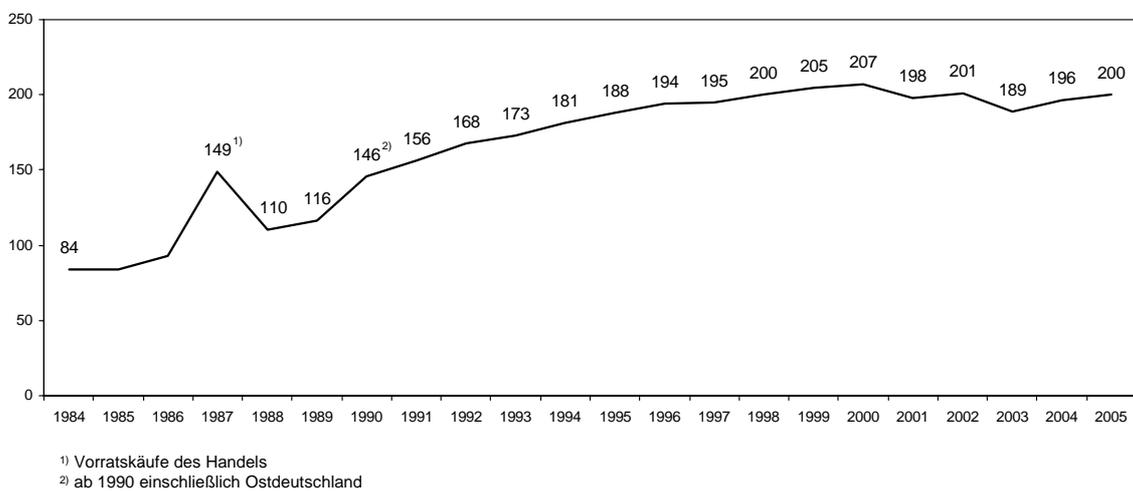
Quelle: BZgA - Repräsentativerhebungen „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2005“ durch forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Berlin/Dortmund

Die Entwicklung der Kondomverwendung in den letzten Jahren lässt sich auch an externen Daten ablesen, wie an den Kondomabsatz-Zahlen, die von der Deutschen Latexforschungsgemeinschaft Kondome e.V. gesammelt werden.

Auch dort hatte sich ab 2000 ein rückläufiger Trend gezeigt: Die Kondomverkäufe sanken von 207 Millionen auf 189 Millionen im Jahr 2003. Seitdem gibt es wieder steigende Absatzzahlen bei den Kondomen. Im Jahr 2005 betrug der Kondomabsatz nach den von der deutschen Kondomindustrie ermittelten Zahlen wieder 200 Millionen. Dem in der Umfrage gemessenen neuerlichen Anstieg der Kondomverwendung entspricht also eine Ausweitung des Kondomabsatzes, wobei der Anstieg der Verkäufe offenbar etwas früher einsetzte als die tatsächliche Verwendung.

**Abb. 8 Kondomabsatz**  
Kondomabsatz-Zahlen

in Millionen



Quelle: Deutsche Latexforschungsgemeinschaft Kondome e.V.

## **Zusammenfassung**

Die Aids-Aufklärung erreicht nach wie vor den überwiegenden Teil der Bevölkerung. Das ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass mehrere Medien mit unterschiedlichen Kommunikationskanälen und Reichweitenpotentialen eingesetzt werden. Darunter so reichweitenstarke wie beispielsweise die "mach's mit" Plakate, die drei Viertel der über 16-jährigen Bevölkerung erreichen (in den letzten 12 Monaten).

Die Reichweiten einzelner Medien, und zwar der TV-Spots, Hörfunk-Spots, Kino-Spots und von Broschüren mit Aids-Aufklärung, sind 2005 im Vergleich zu 2004 etwas gesunken. Dieser Rückgang hat offenbar hauptsächlich bei den älteren Bevölkerungsgruppen stattgefunden. Bei den jüngeren Altersgruppen mit potenziell riskanteren Lebensweisen, wie bei den jüngeren (16- bis 44-jährigen) Alleinlebenden sind die Reichweiten der Aids-Aufklärungsmedien weitgehend stabil. Eine Ausnahme bilden die Kino-Spots, die offenbar wegen des zurzeit rückläufigen Kinobesuchs weniger gesehen werden können.

Die Wahrnehmung von Aids hat sich seit den 80er Jahren teilweise erheblich geändert. So wird die Bedrohlichkeit der Krankheit Aids als deutlich geringer eingeschätzt. Gehörte Aids 1987 noch für zwei Drittel der über 16-jährigen Bevölkerung zu den gefährlichsten Krankheiten, so sagt dies derzeit weniger als ein Drittel (31 %).

Das Interesse der Bevölkerung an Informationen der Aids-Aufklärung dagegen ist nach wie vor stark ausgeprägt. Vor allem die jüngeren Alleinlebenden wollen auch in Zukunft darüber aufgeklärt werden, wie man sich vor einer HIV-Infektion schützen kann.

Das Einstellungsklima zu Menschen mit HIV und Aids ist auch 2005 stabil. Es ist weiterhin dadurch gekennzeichnet, dass fast alle (94 %) es ablehnen, Menschen mit HIV und Aids auszugrenzen.

Präventives Wissen zu HIV und Aids ist ebenfalls weiterhin fast vollständig in der Bevölkerung verbreitet. Nahezu die gesamte Bevölkerung besitzt das zum Schutz vor Aids notwendige Basiswissen: Deutlich mehr als neun Zehntel sind darüber informiert, wie man sich mit HIV infizieren kann. Ebenso viele wissen, in welchen Situationen kein Infektionsrisiko besteht.

Die Bereitschaft, sich bei Sexualkontakten mit Kondomen vor einer HIV-Infektion zu schützen, ist in den letzten Jahren langsam weiter angestiegen. So sagen beispielsweise 68 Prozent der jüngeren Alleinlebenden, sie hätten Kondome zu Hause oder bei sich.

In der tatsächlichen Kondomverwendung zeigt sich 2005 ein Anstieg. So ist der Anteil derer, die zu Beginn neuer Sexualkontakte Kondome benutzten, von 70 Prozent im Jahr 2004 auf 75 Prozent im Jahr 2005 gestiegen. Die wieder angestiegene Kondomverwendung ist deshalb besonders bemerkenswert, weil sie in den Jahren zuvor stagniert und bei den Teilgruppen mit potenziell riskanten Verhaltensweisen sogar zurückgegangen war.

Der erneute Anstieg der Kondomverwendung ist bei unterschiedlichen Umfrage-Indikatoren der Wiederholungsbefragung "Aids im öffentlichen Bewusstsein" zu erkennen. Auch externe Daten, wie die Kondomabsatz-Zahlen, zeigen in den letzten beiden Jahren eine steigende Tendenz.