

Aids im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2007

Wissen, Einstellungen und Verhalten
zum Schutz vor Aids

Eine Wiederholungsbefragung der
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

Kurzfassung

Mai 2008

Aids im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2007

Wissen, Einstellungen und Verhalten
zum Schutz vor Aids

Eine Wiederholungsbefragung der
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

Kurzfassung

Mai 2008

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

Einleitung	3
Daten zur Untersuchung: Ziele und Methoden.....	4
Nutzung von Medien der Aids-Aufklärungskampagne	5
Einstellungen zu Menschen mit HIV und Aids	8
Informationsstand und Wissen	9
Schutz vor HIV.....	10
Zusammenfassung	14

Einleitung

Die Aids-Aufklärungskampagne „Gib Aids keine Chance“ informiert die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland seit Mitte der 80er Jahre über die Krankheit 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. Seit 1987 werden massen- und personalkommunikative Informationsangebote gezielt an unterschiedliche Gruppen der Bevölkerung gerichtet.

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.

Zentrale Ergebnisse der aktuellen, Ende 2007 abgeschlossenen Umfrage enthält der vorliegende Kurzbericht. Wichtige Indikatoren sind als mittel- oder langfristige Trends aufbereitet.

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: 5.978 Fälle)

Stichprobengröße:

	n	%	%
	ungewichtet	ungewichtet	gewichtet
Insgesamt	7.000	100	100
Westdeutschland	5.876	84	83
Ostdeutschland	1.124	16	17
Männer	3.112	45	48
Frauen	3.888	55	52
Alleinlebende	3.334	48	21
unter 45 Jahre			
Männer	1.704	55	24
Frauen	1.630	42	17
16- bis 20-Jährige	1.997	29	7

Befragungszeitraum: September 2007 bis Dezember 2007

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 Räden und Jürgen Töppich

Nutzung von Medien der Aids-Aufklärungskampagne

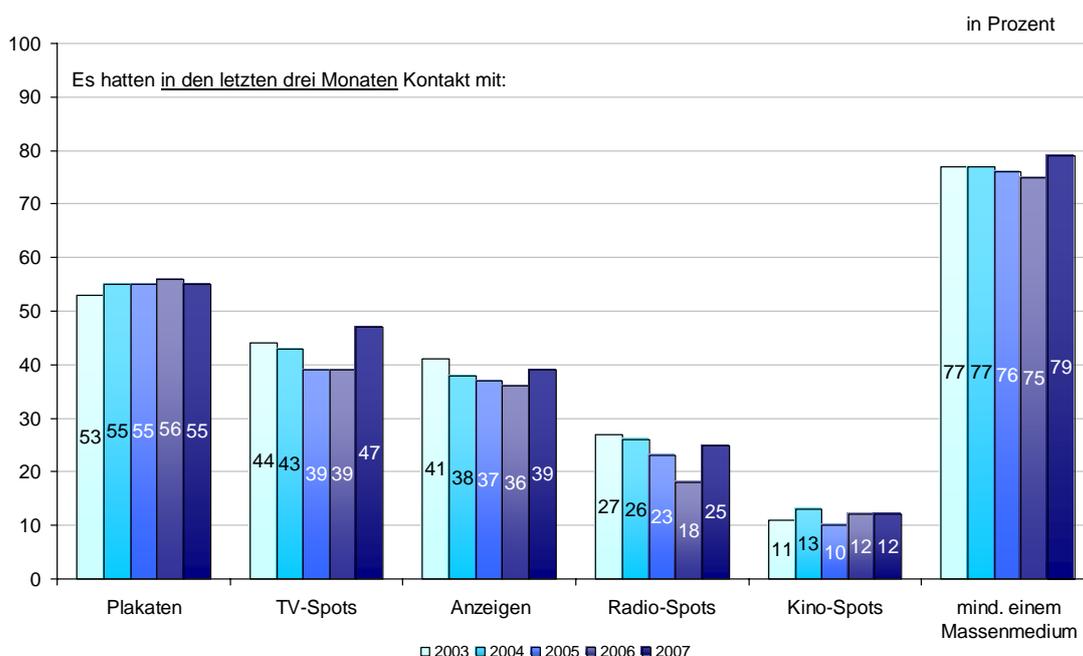
Eine zentrale Aufgabe der Studie „Aids im öffentlichen Bewusstsein“ ist es, zu untersuchen, in welchem Ausmaß die deutsche Bevölkerung mit den verschiedenen Medien der Aids-Prävention erreicht wird.

Die Reichweiten der massenmedialen Formen der Aids-Aufklärung bezogen auf die letzten drei Monate (Abbildung 1) und das letzte Jahr (Abbildung 2) werden in diesem Abschnitt betrachtet. Dies sind Plakate der „mach’s mit“-Kampagne, TV-, Kino- und Hörfunk-Spots sowie Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten.

Die größten Reichweiten haben die „mach’s mit“-Plakate. 55 Prozent der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung haben sie innerhalb der letzten drei Monate vor der Befragung wahrgenommen haben (70 Prozent in den letzten zwölf Monaten). TV-Spots wurden in den letzten drei Monaten von 47 Prozent gesehen und im Laufe des letzten Jahres von 67 Prozent. Mit Anzeigen konnten in den letzten drei Monaten 39 Prozent und im letzten Jahr 58 Prozent der Bevölkerung erreicht werden. 25 Prozent hörten innerhalb der letzten drei Monate Radio-Spots (35 Prozent im letzten Jahr) und 12 Prozent sahen Aufklärungsspots im Kino (25 Prozent im letzten Jahr).

Insgesamt konnten 91 Prozent der Bevölkerung in Deutschland im Laufe des letzten Jahres vor der Befragung mit mindestens einem dieser Aufklärungsmedien erreicht werden, in den letzten drei Monaten 79 Prozent. Dies macht deutlich, dass ein hoher Anteil der Bevölkerung auch aktuell erreicht wurde.

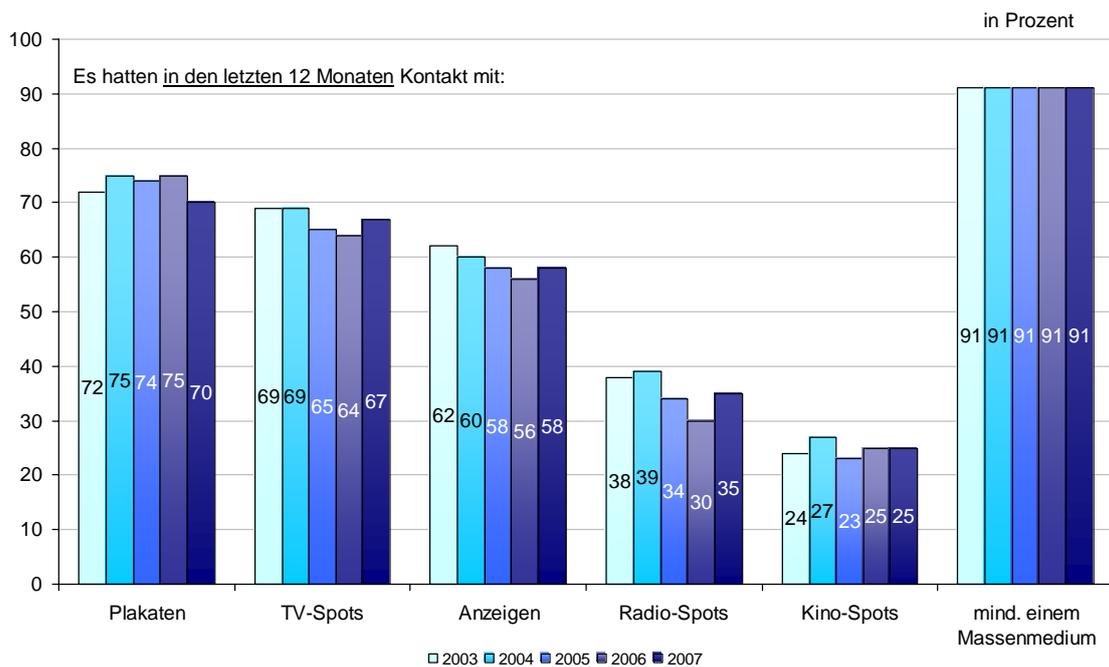
Abbildung 1: Reichweiten der massenmedialen Aids-Aufklärung
Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

Während der letzten fünf Jahre variieren die Reichweiten der einzelnen Aids-Aufklärungsmedien in der Allgemeinbevölkerung nur geringfügig, was dazu führt, dass die Gesamtreichweite der massenmedialen Aids-Aufklärung stabil bleibt. 91 Prozent der Bevölkerung nutzten in den letzten zwölf Monaten vor der Befragung mindestens eines der Aids-Aufklärungs-Medien, was aufzeigt, dass das Thema HIV/Aids weiterhin öffentlich präsent ist.

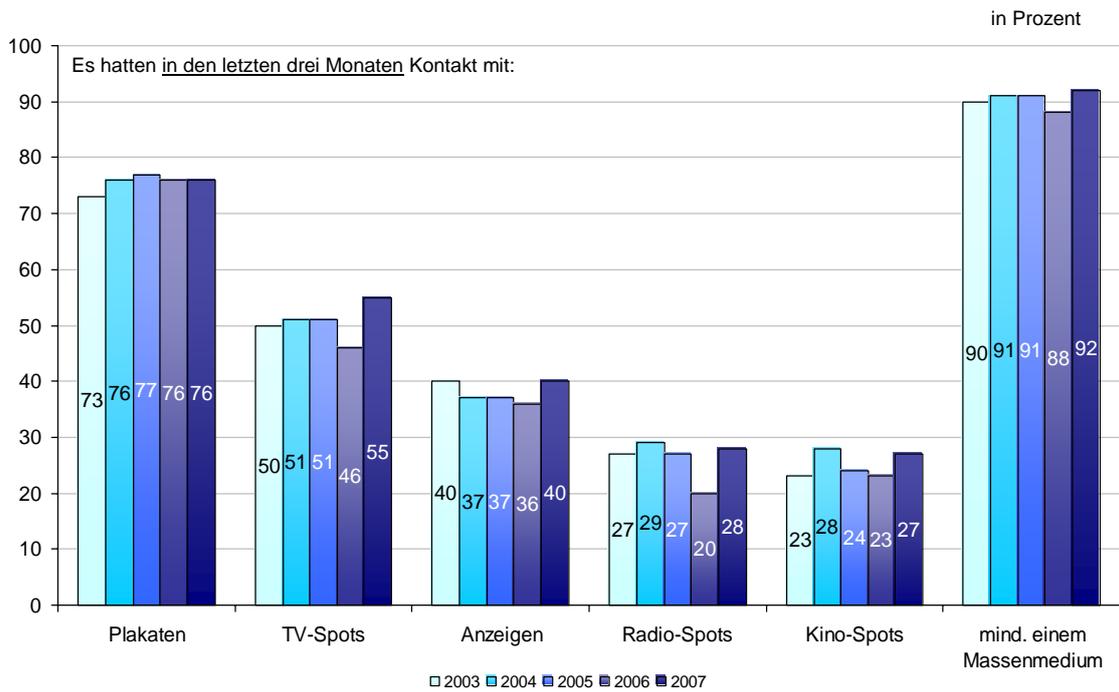
Abbildung 2: Reichweiten der massenmedialen Aids-Aufklärung
Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

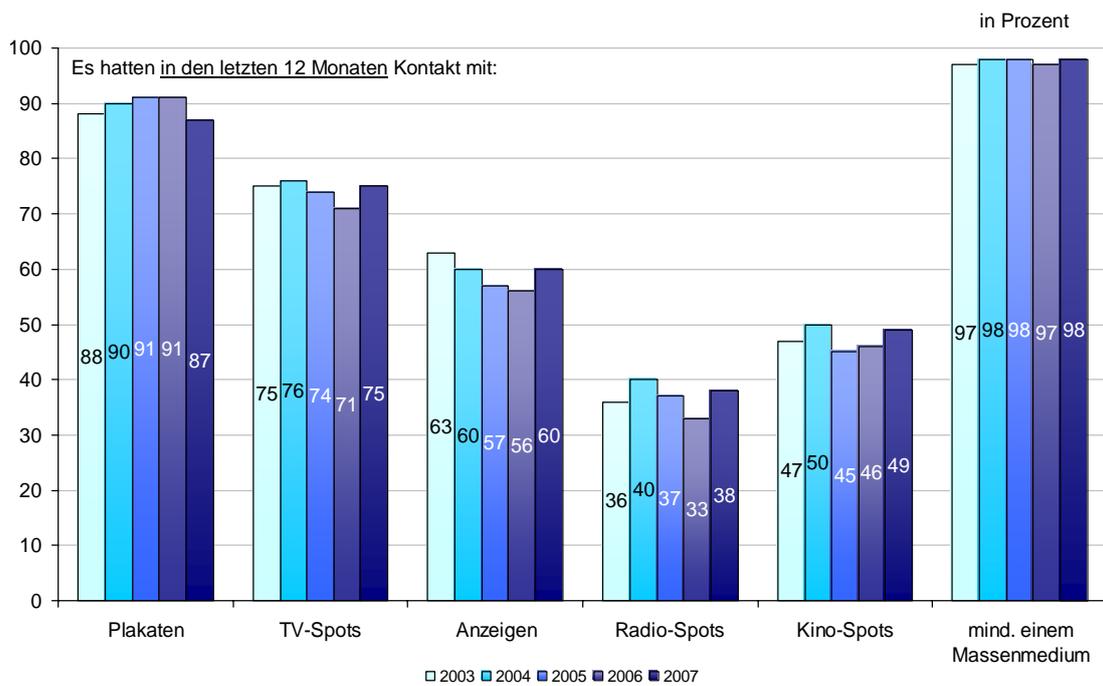
Noch höhere Reichweiten hat die massenmediale Aids-Aufklärung bei der für die Aids-Prävention besonders wichtigen Gruppe der sexuell aktiven 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden (Abbildungen 3 und 4). Insgesamt konnten fast alle (98 Prozent) der 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden in Deutschland im Laufe des letzten Jahres und neun Zehntel in den letzten drei Monaten vor der Befragung mit mindestens einem dieser Aufklärungsmedien erreicht werden.

Abbildung 3: Reichweiten der massenmedialen Aids-Aufklärung
16- bis 44-jährige Alleinlebende



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

Abbildung 4: Reichweiten der massenmedialen Aids-Aufklärung
16- bis 44-jährige Alleinlebende



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

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 (Abbildung 5).

Die Einstellungen in der Bevölkerung zu Menschen mit HIV und Aids sind weiterhin stabil geblieben. Auch 2007 lehnen 94 Prozent der Allgemeinbevölkerung die Isolierung von Aids-Kranken ab. Nur wenige sind bereit, Menschen mit HIV und Aids auszugrenzen.

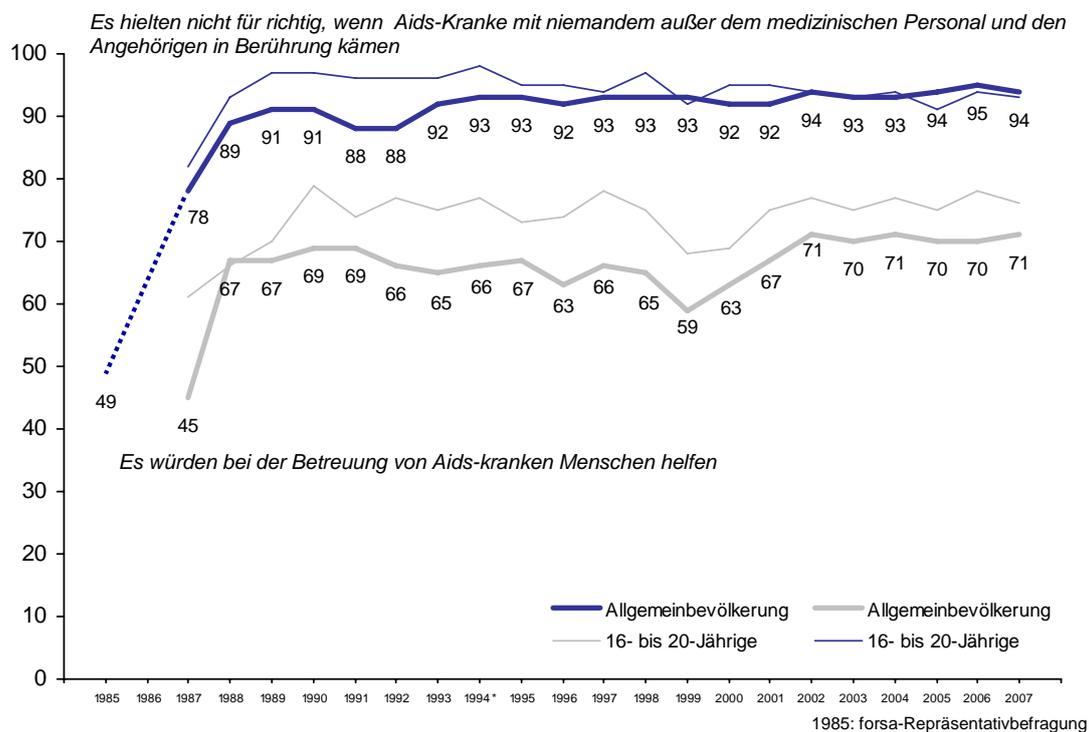
Ein hoher Anteil der Bevölkerung (71 Prozent), insbesondere auch der Jugendlichen, ist bereit, bei der Betreuung Aids-kranker Menschen zu helfen.

Dieses Einstellungsklima bestand nicht von Anfang an. 1985, vor Beginn der bevölkerungsweiten Aidsaufklärung, hielt nur knapp die Hälfte (49 Prozent) eine soziale Isolierung für nicht richtig (36 Prozent befürworteten sie sogar) und weniger als die Hälfte (45 Prozent) war bereit, bei der Betreuung aidskranker Menschen zu helfen.

Abbildung 5: Einstellung gegenüber Aids-Kranken

Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre (16- bis 20-Jährige)

in Prozent



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

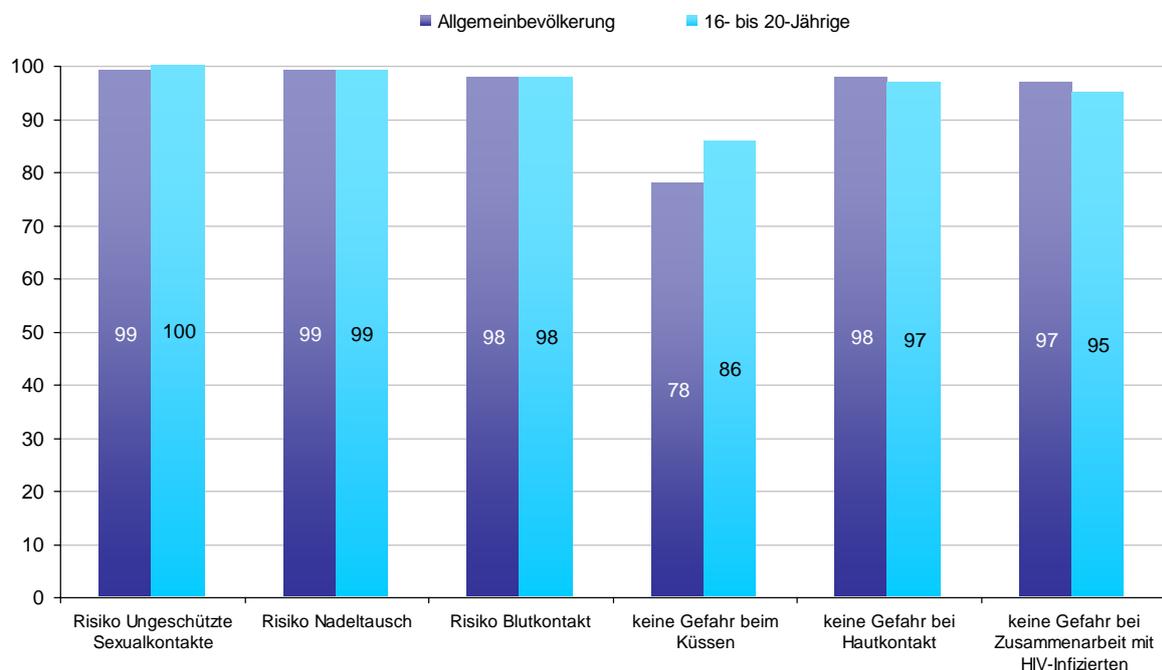
Informationsstand und Wissen

Der Kenntnisstand der Allgemeinbevölkerung zu den Übertragungsweegen von HIV hat seit Beginn der Aids-Aufklärungskampagne ein sehr hohes Niveau erreicht, das bis heute erhalten bleibt (Abbildung 6). Nahezu die gesamte Bevölkerung hat das zum Schutz vor Aids notwendige Basiswissen. 99 Prozent der Allgemeinbevölkerung wissen, dass bei ungeschützten Sexualkontakten und intravenösem Drogengebrauch Infektionsgefahr besteht. Das Infektionsrisiko bei Blut-zu-Blut-Kontakten kennen ebenfalls 98 Prozent.

Auch das Wissen darüber, wie das Virus nicht übertragen werden kann, ist weit verbreitet. Dieses Wissen ist eine wichtige Voraussetzung für ein gesellschaftliches Klima gegen Ausgrenzung von HIV-Infizierten und Aids-Kranken. 98 Prozent wissen, dass keine Infektionsgefahr bei Hautkontakten mit HIV-infizierten Menschen besteht und 97 Prozent sehen kein Risiko darin, mit HIV-Infizierten am selben Arbeitsplatz zusammen zu arbeiten. Dass Küssen als Übertragungsmöglichkeit praktisch ausgeschlossen wird, ist 78 Prozent der Allgemeinbevölkerung bekannt.

Das Wissen der 16- bis 20-jährigen Jugendlichen liegt insgesamt auf gleich hohem Niveau wie das der Allgemeinbevölkerung. Eine Ausnahme bildet das Küssen: mehr Jugendliche (86 Prozent) wissen, dass es nicht als Übertragungsrisiko einzuschätzen ist.

Abbildung 6: Informiertheit über Übertragungswege



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

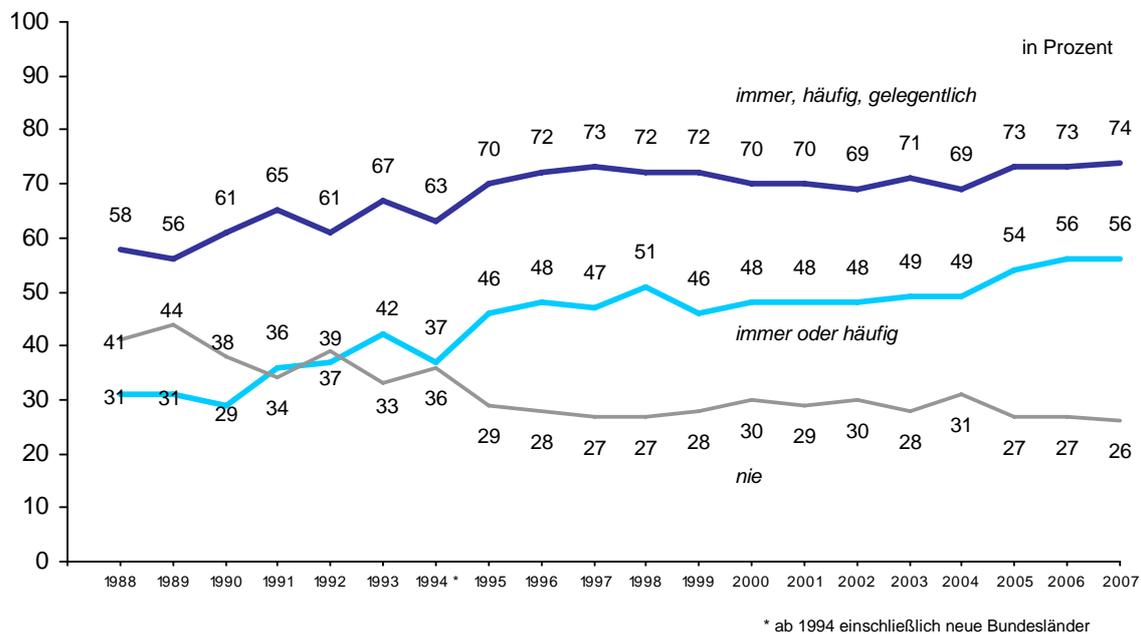
Schutz vor HIV

Die Benutzung von Kondomen hat sich in der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland seit Beginn der Aids-Aufklärungskampagne erheblich ausgebreitet. So wurden im Jahr 1988 in der sexuell aktiven Gruppe der alleinlebenden unter 45-Jährigen von 58 Prozent der Befragten Kondome benutzt, im Jahr 2007 sind es 74 Prozent (Abbildung 7).

Die regelmäßige Kondomnutzung (immer oder häufig) nahm nach einer längeren Phase der Stagnation seit 2004 deutlich zu: von 49 Prozent auf 56 Prozent im Jahr 2006 und 2007, dem höchsten Stand im gesamten Beobachtungszeitraum.

Im Jahr 2007 geben 26 Prozent der sexuell aktiven Befragten ohne feste Partnerin oder Partner an, in der letzten Zeit beim Geschlechtsverkehr nie Kondome verwendet zu haben. Nach anfänglichem Rückgang stagniert dieser Anteil seit mehr als zehn Jahren bei etwas mehr als einem Viertel dieser Gruppe.

Abbildung 7: Kondomverwendung von Alleinlebenden unter 45 Jahre
mit Sexualkontakten im letzten Jahr

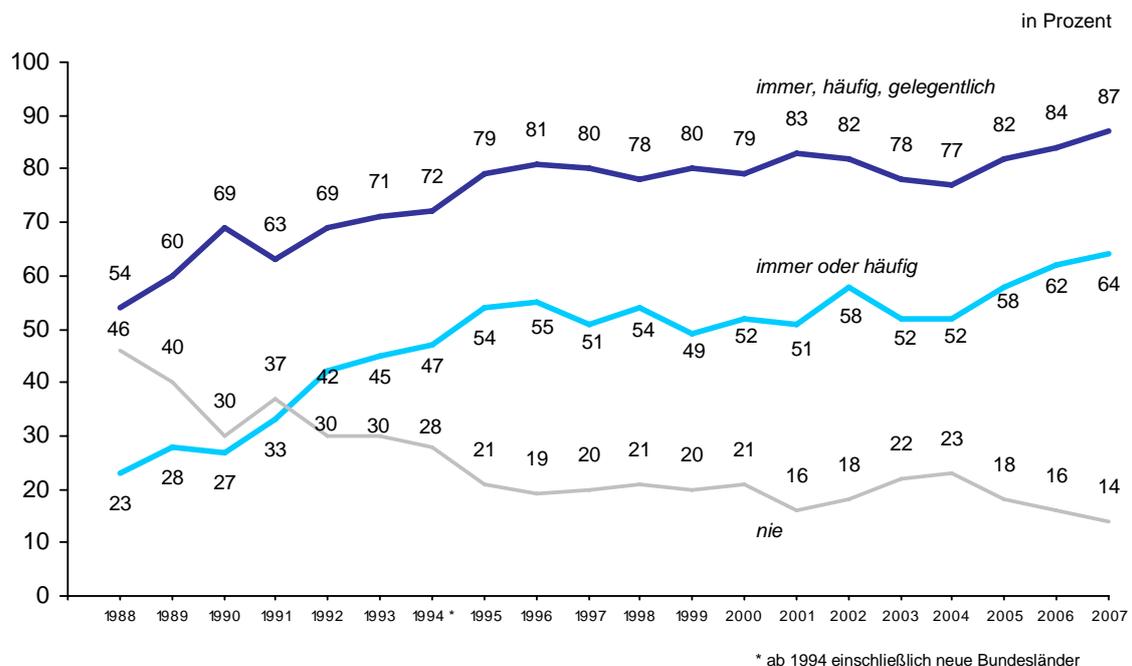


BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

Bei denjenigen, die in den letzten zwölf Monaten mehrere Sexualpartnerinnen und -partner hatten, stieg die Kondomnutzung nach einem Rückgang in den Jahren 2001 bis 2004 wieder stark an und erreicht den bislang höchsten Anteil von 87 Prozent im Jahr 2007 (Abbildung 8). Der Anteil derer, die Kondome regelmäßig (häufig oder immer) benutzen, stieg innerhalb der letzten vier Jahre noch stärker von 52 Prozent auf 64 Prozent an, dem ebenfalls bisher höchsten Wert.

In dieser Teilgruppe von Personen mit potenziell riskantem Sexualverhalten sank der Anteil derer, die in der letzten Zeit beim Geschlechtsverkehr nie Kondome verwendet haben, im gesamten Beobachtungszeitraum deutlich. Allerdings zeigte sich auch hier im Zeitraum 2001 bis 2004 ein Anstieg. Seit 2005 sank dann erneut der Anteil derjenigen, die in der letzten Zeit nie Kondome benutzen, auf 14 Prozent zurück, dem bislang niedrigsten Wert.

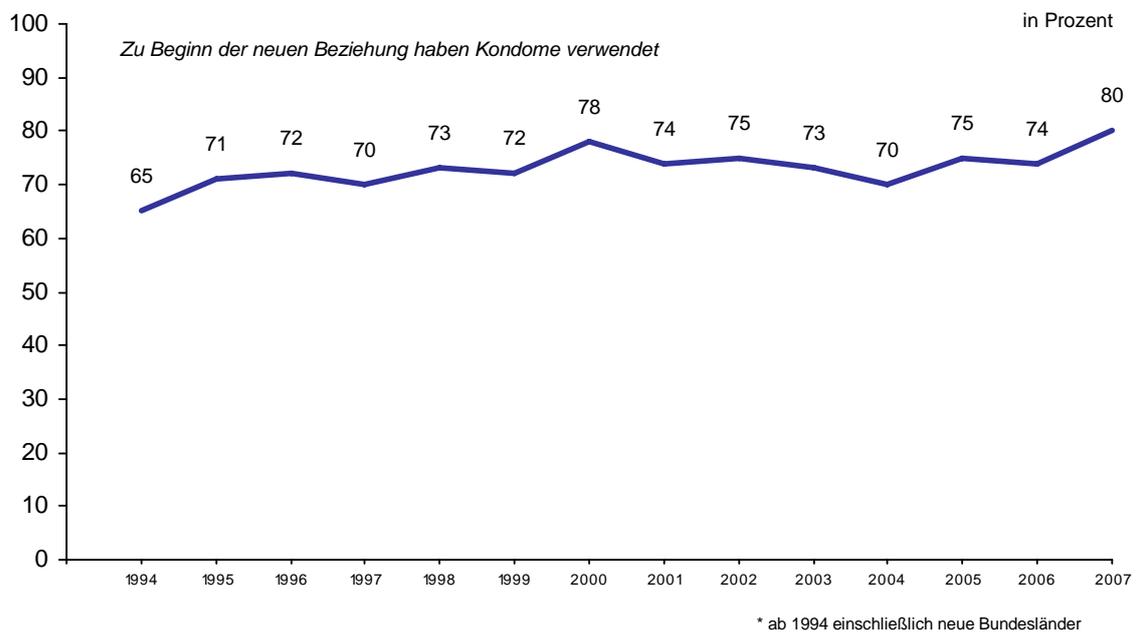
Abbildung 8: Kondomverwendung von Befragten mit mehreren Sexualpartnern im letzten Jahr



BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

Auch zu Beginn neuer Sexualbeziehungen zeigt sich nach einem Rückgang der Kondomnutzung im Zeitraum von 2000 bis 2004 in den letzten Jahren wieder ein deutlicher Zuwachs. So sagen im Jahr 2007 von denjenigen, die in den vorangegangenen zwölf Monaten eine neue sexuelle Partnerschaft begonnen hatten, 80 Prozent der Männer und der Frauen, sie hätten zu Beginn der neuen Beziehung Kondome verwendet (Abbildung 9).

Abbildung 9: Kondomverwendung zu Beginn neuer Sexualbeziehungen
Befragte mit neuen Sexualbeziehungen im letzten Jahr

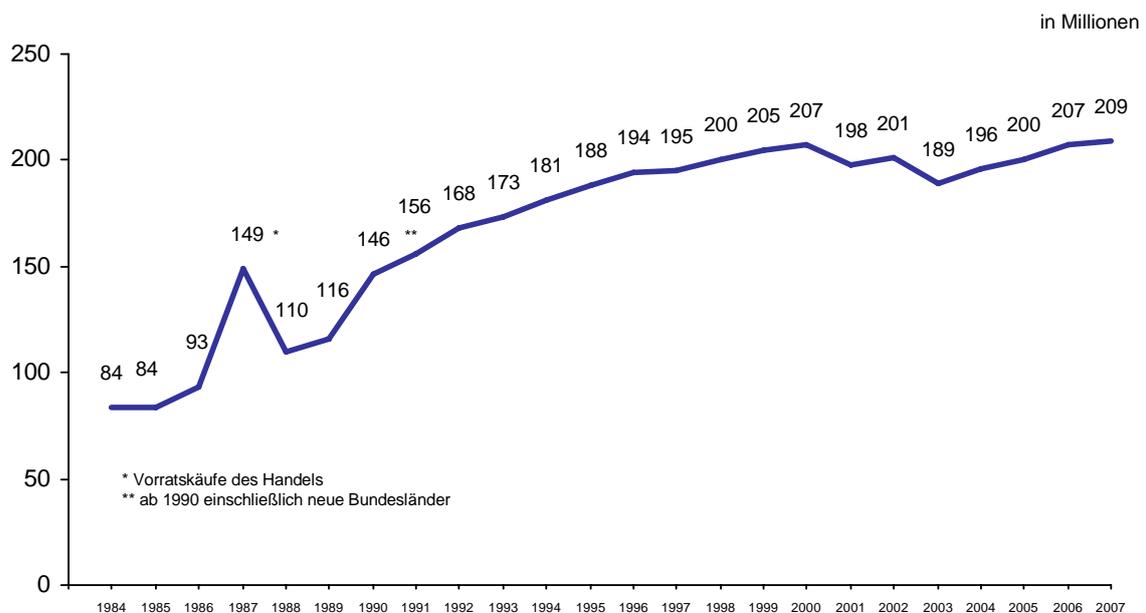


BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

Die Entwicklung der Kondomverwendung lässt sich auch an externen Daten, wie den Kondomabsatz-Zahlen, ablesen, die vom Informationszentrum der Deutschen Latexforschung erhoben und veröffentlicht werden (Abbildung 10). Die Kurve der Absatz-Zahlen stieg mit Beginn der Aids-Aufklärungskampagne stark an und erreichte 1987 mit 149 Millionen einen ersten Höhepunkt, als der Einzelhandel als Reaktion auf die damals entstandene Nachfragesteigerung seine Lager auffüllte.

Danach wuchs der Kondomabsatz bis zum Jahr 2000 kontinuierlich auf 207 Millionen weiter. Von 2001 bis 2003 gingen die Kondomabsatzzahlen auf 189 Millionen zurück. Im Jahr 2004 setzte sich der Rückgang jedoch nicht fort und der Kondomabsatz begann wieder zu steigen: Im Jahr 2007 liegt der Absatz bei 209 Millionen Kondomen, dem bisher höchsten Wert. Dies bedeutet, dass sich die in dieser Studie gemessene Kondomnutzung und der extern dokumentierte Kondomabsatz in die gleiche Richtung entwickeln.

Abbildung 10: Kondomabsatz



Quelle: Deutsche Latexforschungsgemeinschaft Kondome e.V.

BZgA - Repräsentativerhebung „Aids im öffentlichen Bewusstsein 2007“

Zusammenfassung

Nach wie vor erreicht die Aidsaufklärung nahezu die gesamte Bevölkerung. Während der letzten fünf Jahre blieben die Reichweiten der Plakate in der Allgemeinbevölkerung auf hohem Niveau konstant. Die Reichweiten der TV- und Radio-Spots sowie der Anzeigen in Zeitschriften haben 2007 im Vergleich zur Befragung des Vorjahres 2006 etwas zugenommen. Insgesamt wurden 79 Prozent der Bevölkerung in Deutschland in den letzten drei Monaten und 91 Prozent im Laufe der letzten 12 Monate vor der Befragung mit mindestens einem massenkommunikativen Aufklärungsmedium erreicht..

In der für die Prävention besonders wichtigen Zielgruppe, den sexuell aktiven 16- bis 44-jährigen Alleinlebenden erzielt die massenmediale Aids-Aufklärung noch höhere Reichweiten. Innerhalb des kurzen Zeitraums der letzten drei Monate wurden neun Zehntel (92 Prozent) mit mindestens einem Massenmedium der BZgA erreicht. Innerhalb der letzten 12 Monate war es nahezu die gesamte Zielgruppe (98 Prozent).

Die Einstellungen zu Menschen mit HIV und Aids sind auch im Jahr 2007 stabil. 94 Prozent der Bevölkerung lehnen es ab, Menschen mit HIV und Aids auszugrenzen.

Der Kenntnisstand der Allgemeinbevölkerung und insbesondere auch der 16- bis 20-jährigen Jugendlichen zu den Übertragungswegen von HIV hat seit Beginn der Aids-Aufklärungskampagne ein sehr hohes Niveau erreicht, das bis heute erhalten bleibt.

Auch die Benutzung von Kondomen hat sich in der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland erheblich ausgebreitet. 1988 benutzten in der sexuell aktiven Gruppe der alleinlebenden unter 45-Jährigen 58 Prozent Kondome, im Jahr 2007 sind es 74 Prozent. Die regelmäßige Kondomnutzung (immer oder häufig) nahm insbesondere seit 2004 deutlich zu: von 49 Prozent auf 56 Prozent im Jahr 2006 und 2007, dem höchsten Stand im gesamten Beobachtungszeitraum. Der Anteil der alleinlebenden unter 45-Jährigen, die nie Kondome verwenden, bleibt seit über zehn Jahren etwa gleich. 26 Prozent der Befragten ohne feste Partnerin oder Partner gaben im Jahr 2007 an, in der letzten Zeit beim Geschlechtsverkehr keine Kondome verwendet zu haben.

Bei denjenigen, die in den letzten zwölf Monaten mehrere Sexualpartnerinnen und -partner hatte, nahm die Kondomverwendung noch deutlicher zu. Nachdem der Anteil derer, die immer, häufig oder gelegentlich Kondome verwenden, von 83 Prozent im Jahr 2001 auf 77 Prozent im Jahr 2004 zurückgegangen war, stieg ihr Anteil seitdem um 10 Prozentpunkte auf den bislang höchsten Wert von 87 Prozent an. Der Anteil derjenigen, die regelmäßig (häufig oder immer) Kondome verwenden, stieg von 52 Prozent im Jahr 2004 auf 64 Prozent im Jahr 2007. Der Anteil derer, die in der letzten Zeit nie Kondome benutzten, ging in der gleichen Zeit von 23 Prozent auf 14 Prozent zurück, dem bislang niedrigsten Wert.

Die Verwendung von Kondomen am Beginn neuer Sexualbeziehungen nahm ebenfalls um zehn Prozentpunkte, von 70 Prozent im Jahr 2004 auf 80 Prozent im Jahr 2007, zu.

Diese Entwicklung zu einem stärkeren Schutzverhalten spiegelt sich auch im Kondomabsatz wider, der im Jahr 2007 auf die Rekordhöhe von 209 Millionen Exemplaren anstieg.