

# **AIDS - Aufklärung im Fernsehen**

Analyse von TV-Spots zur AIDS-Aufklärung  
im Umfeld aktueller TV - Werbung

( Düsseldorf, Neuss )

Februar 1991

14 0034 A

**Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung**



TREIBER + PARTNER

TV COMMERCIAL CHECK:

---

ANALYSE VON TV-SPOTS  
ZUR AIDS-AUFKLÄRUNG  
IM UMFELD  
AKTUELLER TV-WERBUNG:

"URLAUB"

"BLAUMANN"

"STELLUNGNAHME"

"WISSENSCHAFTLER"

DURCHGEFÜHRT IM AUFTRAG VON:

BUNDESZENTRALE FÜR  
GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG,  
KÖLN

Februar 1991

I N H A L T

- 1 Projektbeschreibung
- 5 Stichprobenstruktur,  
AIDS-Fragebogen
- 11 Zusammenfassung

E r g e b n i s s e

- 19 Quantitative Ergebnisse im Quervergleich  
zum übrigen TV-Werbeumfeld
- 25 Skalierte Filmbeurteilung  
der vier AIDS-Informationenfilme,  
Likes:Dislikes, Erinnernte Hauptaussagen
- 39 Einzelergebnisse der Filmbeurteilung:  
Spontanerleben, Likes + Dislikes,  
Erinnerte Handlung, Hauptaussage,  
Nachbesprechung in der Testgruppe
- 39 "Urlaub" (+ Zusatz)
- 51 "Urlaub" (ohne Zusatz)
- 70 "Wissenschaftler
- 85 "Stellungnahme"
- 100 "Blaumann"
- 115

A n h a n g: A1-A2o  
Profilkurven der Spontanbeurteilung  
für das übrige TV-Werbe-Umfeld

## PROJEKTBE SCHREIBUNG

TestMaterial	<p>4 AIDS-TV-Informationenfilme</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• "Stellungnahme"</li><li>• "Wissenschaftler"</li><li>• "Urlaub" (in zwei Versionen)</li><li>• "Blaumann"</li></ul> <p>im Umfeld aktueller TV-Werbung (vgl. nächste Seite)</p>
TestZiel	<p>Vergleichende Beurteilung der kommunikativen Leistungsfähigkeit der Testfilme:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Verbale Filmbeurteilung durch offene und geschlossene Fragen</li><li>• Emotionale Spontanbeurteilung im Zeitverlauf während des Werbekontaktes</li><li>• Exploratives Nachbesprechen kritischer Profilstellen der Spontanbeurteilung</li></ul>
TestDesign	<p>monadischer Studiotest unter realistischen TV-Zuschauerbedingungen mit dem video- und computergestützten COMMERCIAL-CHECK-System in Testgruppen à 10-15 Teilnehmern (Für die Testversion "Blaumann" wurden eigens n=30 männliche Befragte rekrutiert, die als Arbeiter, Fach- oder Hilfsarbeiter in Betrieben des produzierenden Gewerbes tätig sind.)</p>
Stichprobe	<p>4 x 60 zufällig ausgewählte Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahren</p> <p>(Der Testfilm "Blaumann" wurde bei n=60 Probanden untersucht, darunter n=30 Männer, die als Arbeiter, Fach- oder Hilfsarbeiter in Betrieben des produzierenden Gewerbes tätig sind.)</p>
Durchführungsort	Tele-Studio Neuss-City
Durchführungs Verlauf	s.VerlaufsScript (vgl. Seite 3)

Durchführungs Dauer	pro Testgruppe ca. 90-100 Minuten
Durchführungs Termine	8.-16.11.1990
Ergebnisse	liegen in Form eines Video- und Print- Reports vor

T E S T A B L A U F :

- 0 - 30      Zunächst wird eine aktuelle Vorabend-Programm-Serie ("Herzblatt") vorgeführt, darin eingebettet der Werbeblock mit dem Testfilm.
- 30 - 40      Im anschließenden Selbstausfüller-Interview wird der ungestützte Recall der zuvor gezeigten Werbefilme abgefragt.
- 40 - 50      Danach wird der ganze Werbeblock nochmals gezeigt, zeitgleich dazu werden die einzelnen Werbefilme über die Tastatur des computergestützten CC-Systems spontan und nonverbal im Zeitverlauf beurteilt.
- Das resultierende Profil dieser Spontanbeurteilung wird auf Video-Band aufgezeichnet.
- 50 - 65      Als nächstes beantworten die Testpersonen:
- . offene Fragen (nach der Hauptaussage und den Likes und Dislikes für die Testfilme)
  - . mehrere geschlossene Fragen zur Film- und Image- Beurteilung (wiederum über die CC-Tastatur).
- 65 - 90      Jetzt sieht die Testgruppe die Aufzeichnung ihrer Spontanbeurteilung am Video-Monitor und wird danach ausführlich zu einzelnen Filmsequenzen exploriert, aus welchen Gründen diese beim Publikum mehr oder minder gut ankommen.

## MODIFIZIERTER TESTABLAUF bei der Variante "URLAUB"

Die Version "Urlaub" lag in zwei Versionen vor. Diese unterscheiden sich dadurch (vgl. dazu auch die Episodenstruktur S.41-42 sowie S. 52-53), daß in der 'Lang-Version' der Dialog zwischen der jungen Frau und dem älteren Mann den Zusatz enthält: (ab sec 58):

Er: "Kondome ? Im Dschungel ?"

Sie: "Der Dschungel ist überall!"

Dieser Gesprächsausschnitt fehlt in der 'Kurz-Version', die dafür im Abspann (ab sec 69) die Kontaktadresse der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung zeigt, mit der Off-Stimme "Wenn Sei Fragen zu AIDS haben, rufen Sie uns an...".

Jede dieser beiden Versionen wurde getrennt: einer (von insgesamt zwei) Testgruppe (mit jeweils n=30 Testpersonen) vorgeführt und danach im einzelnen beurteilt.

Zusätzlich wurde jeder Testgruppe die jeweils andere Filmvariante aber auch im Verlauf der Gruppenbefragung gezeigt mit der Bitte, den Hauptunterschied zwischen beiden Varianten (s.o.) zu kommentieren.

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100	
	93: URLAUB+
	83: URLAUB
	75: WISSENSCHAFTLER
	73: STELLUNGNAHME
<hr/>	
	59: SKIP
	45: AMERICAN EXPRESS
	42: HENKELL Sekt
30:	MATTELL
30:	CORSA
30:	NIKON
30:	BIOVITAL
30:	KNACK+BACK
30:	TOGAL
30:	MERCEDES BENZ
30:	GRUNDIG
30:	LU Kekse
30:	BIT
20:	DUJARDIN
20:	FRUCHTZWERGE
20:	BLAUPUNKT
20:	VOLVO
20:	IBM
20:	DEUTSCHER RING
15:	CALGON
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100	

WERBEUMFELD: nach Länge der Testfilme  
(in sec) angeordnet

## STICHPROBENSTRUKTUR :

Angaben in % von n=240

		Anteile in %
Geschlecht:	weiblich	51
	männlich	49
Alter:	16-20 Jahre	32
	21-35 Jahre	33
	36-50 Jahre	29
	über 50 J.	6
Schulbildung:	Hauptschule ohne Lehre	4
	Hauptschule mit Lehre	27
	Realschule, (Be- rufs-)Fachschule	35
	Abitur	28
	abgeschlossenes Studium	7

		Anteile in %
Paarbeziehung:	mit (Ehe-)Partner zusammenle- bend	45
	alleinlebend mit festem Partner	28
	alleinlebend ohne festen Partner	27
Religiösität:	sehr	20
	nicht so sehr	44
	überhaupt nicht	36

TV-Konsum:	täglich	48
	mehrmals i.d. Woche	27
	1mal wöchentlich	12
	weniger als 1mal wöchentlich	12
	nie	2

## FRAGEBOGEN :

Angaben in % von n=240

"Regelmäßige Aids-Aufklärung finde ich wichtig"

Zustimmung	94
------------	----

"Bei Aids-Aufklärung schalte ich gleich ab"

Zustimmung	7
------------	---

"Was würden Sie sagen, wie gut Sie über Aids informiert sind ?"

sehr gut	30
eher gut	60
eher schlecht	7
gar nicht	2
weiß nicht	2

"Würden Sie sagen, daß Sie wissen, wie man sich vor Aids schützen kann, oder fühlen Sie sich da noch unsicher ?"

weiß Bescheid	94
fühle mich unsicher	3
weiß nicht	2

"Informieren Sie sich regelmäßig über Aids, tun Sie das gelegentlich, oder sind Sie an dem Thema nicht weiter interessiert ?"

regelmäßig	16
gelegentlich	65
nicht interessiert	7
weiß nicht	10

"Haben Sie selbst Erfahrung im Umgang mit Kondomen ?"

Ja	66
Nein	34

"Könnten Sie sich vorstellen, in den nächsten Monaten jemanden kennenzulernen, mit dem Sie intim werden ?"

Ja	36
weiß nicht	17
Nein	46

"Hatten Sie in den letzten 12 Monaten wechselnde  
Intimpartner ?"

Ja	24
Nein	76

"Haben Sie da Kondome verwendet ?"

Ja, immer	25
Ja, gelegentlich	58
Nein	16

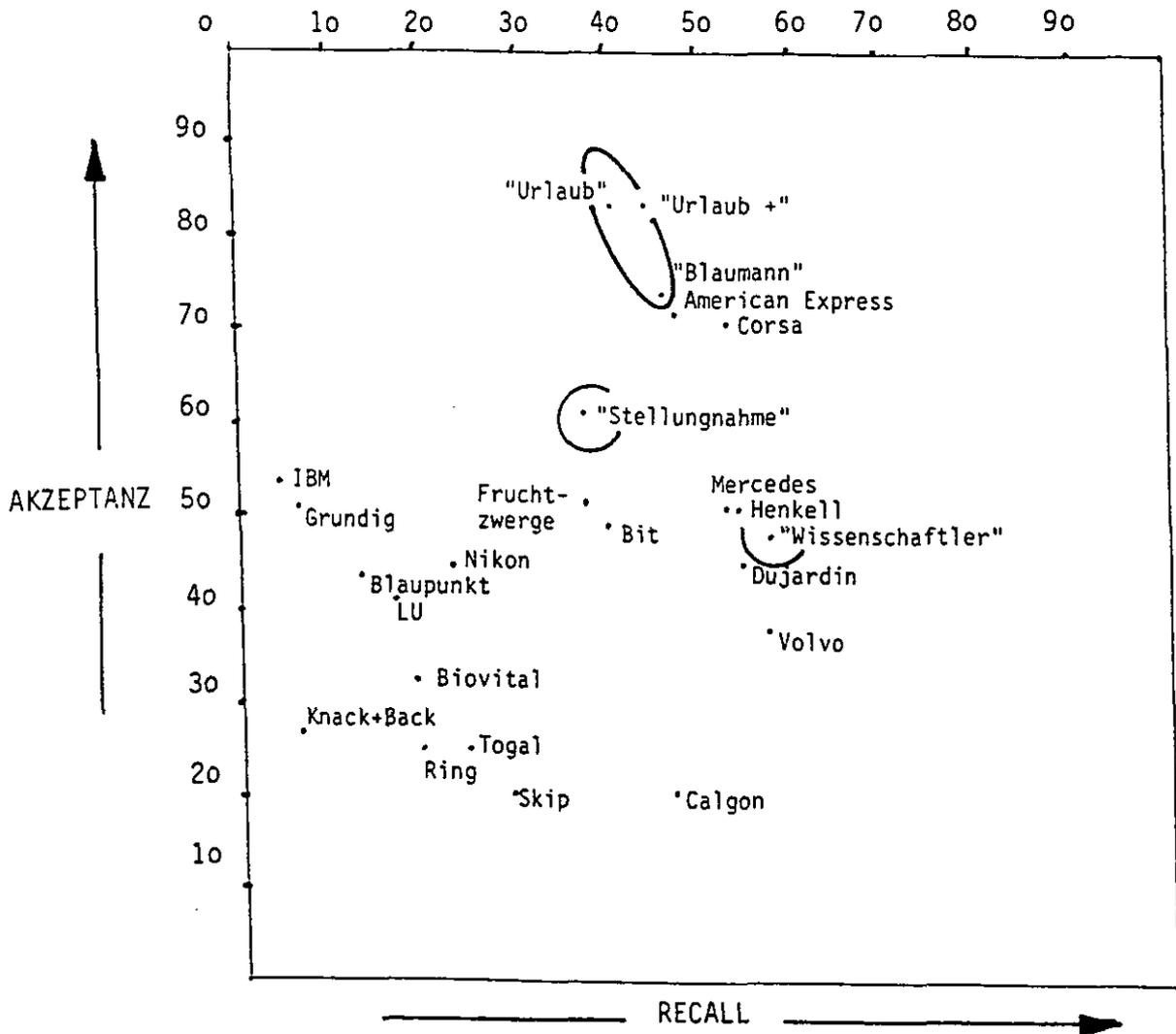
## ZUSAMMENFASSUNG

1. Die vier hier untersuchten AIDS-TV-Spots unterscheiden sich wesentlich in Form und Inhalt. Dies führt erwartungsgemäß dazu, daß sie auch bei ihrem Publikum eine ganz unterschiedliche Akzeptanz und Resonanz finden, wenn sie sich dabei im Umfeld aktueller TV-Werbung (ca. 20 TV-Spots) behaupten sollen.

Besonders gut gelingt dies den beiden Filmen  
. "Urlaub" (in der Kurz- und Langfassung)  
. und "Blaumann",  
wobei sie sich auf Anhieb an die Spitze des Test-Umfeldes plazieren.

Der Film "Stellungnahme" hingegen wird zwar mehrheitlich positiv plaziert, aber weniger gut erinnert.

Genau umgekehrt verhält es sich bei dem Film "Wissenschaftler", der am besten behalten wird, aber nur einer Minderheit auch gefällt.



KOMMUNIKATIVE POSITIONIERUNG DER 4 TV-SPOTS\*  
IM KONTEXT AKTUELLER TV-WERBUNG

\* jeweils n=60 für die Aids-TV-Spots "Stellungnahme"  
"Wissenschaftler"  
"Blaumann"  
jeweils n=30 für die beiden Test-Varianten des Aids-TV-Spots "Urlaub"

Weil jede Sekunde zählt.

	N=60 "STELLUNG- NAHME"	N=60 "WISSEN- SCHAFTLER"	N=30 oZ "URLAUB"	N=30 mZ	N=60 "BLAUMANN"
RECALL	37	57	41	44	46
AKZEPTANZ	61	47	83	83	74
SPONTAN- BEURTEILUNG	65	49	70	73	69
FILM- BEURTEILUNG *	61	50	74	74	66
LIKES: DISLIKES	1,5	1,1	1,3	1,4	1,7

DIE TESTERGEBNISSE AUF EINEN BLICK:  
STANDARDINDIZES IM VERGLEICH

\* vgl. Seite 26

2. Trotz dieser Effektunterschiede finden alle vier TV-Filme ihren angemessenen und wirkungsvollen Platz im Gesamtkonzert dieser Aufklärungskampagne. Sie decken jeweils wechselnde Grundvoraussetzungen einer solchen Kampagne ab, die sich gleichzeitig nur schwer vereinigen lassen, und ergänzen sich so in der Aktualisierung, Aufarbeitung, Vertiefung und Emotionalisierung dieses Themas (was einem Film für sich nur schwer gelingen wird).

Zusammen empfehlen sich mithin alle vier Filme uneingeschränkt zur gemeinsamen Verwendung im Rahmen einer AIDS-Kampagne im Medium TV.

Auch erfüllen alle vier Testfilme Minimal Kriterien wie

"Verletzt nicht mein moralisches Empfinden"  
(über 95%)

" Kann jederzeit im Fernsehen gezeigt werden"  
(über 80%).

3. Die vier Filme erreichen dabei nicht alle Zielgruppen ihres Aufklärungsmotivs im Fernsehen gleichermaßen gut, wie die nachfolgende Übersicht zeigt (vgl. nächste Seite).

Die Kenntnis dieses 'Effektprofils' dient einmal einer optimalen Mediastreuung dieser vier TV-Filme (z.B. nach Sendeanstalt und Sendezeiten),

	"STELLUNG- NAHME"	"WISSEN- SCHAFTLER"	"URLAUB"	"BLAU- MANN"
GESCHLECHT	-	F	F	-
ALTER	-	ÜBER 36	UNTER 20 J	UNTER 20 J
PARTNER- SITUATION	MIT PARTNER	MIT PARTNER	ALLEIN LEBEND	
SCHUL- ABSCHLUSS	HAUPT- SCHULE	HAUPT- SCHULE	HAUPT- SCHULE	HAUPT- SCHULE
KONDOM- ERFAHRUNG	OHNE	OHNE	-	-
RELIGIOSITÄT	SEHR	NICHT SO SEHR	NICHT SO SEHR	

AKZEPTANZ-SCHWERPUNKTE  
DER VIER TESTFILME

(Ergibt sich aufgrund überzufällig hoher Zustimmungswerte einzelner Vergleichsgruppen auf die Frage: "Dieser Informationsfilm gefällt mir gut / sehr gut" (5er-Skala))

um so die jeweiligen Kernzielgruppen dieser TV-Spots auch erfolgreich erreichen und ansprechen zu können.

Zum andern wird deutlich, daß Zielgruppen

- . mit höherem Bildungsabschluß
- . mit expliziter Religiösität (nach Selbstauskunft)

durch alle vier der hier untersuchten Filme nicht ausreichend angesprochen wurden. Damit ist eine kommunikative Ziellücke angedeutet, die durch neue Informationskonzepte besser als bisher zu schließen sein wird.

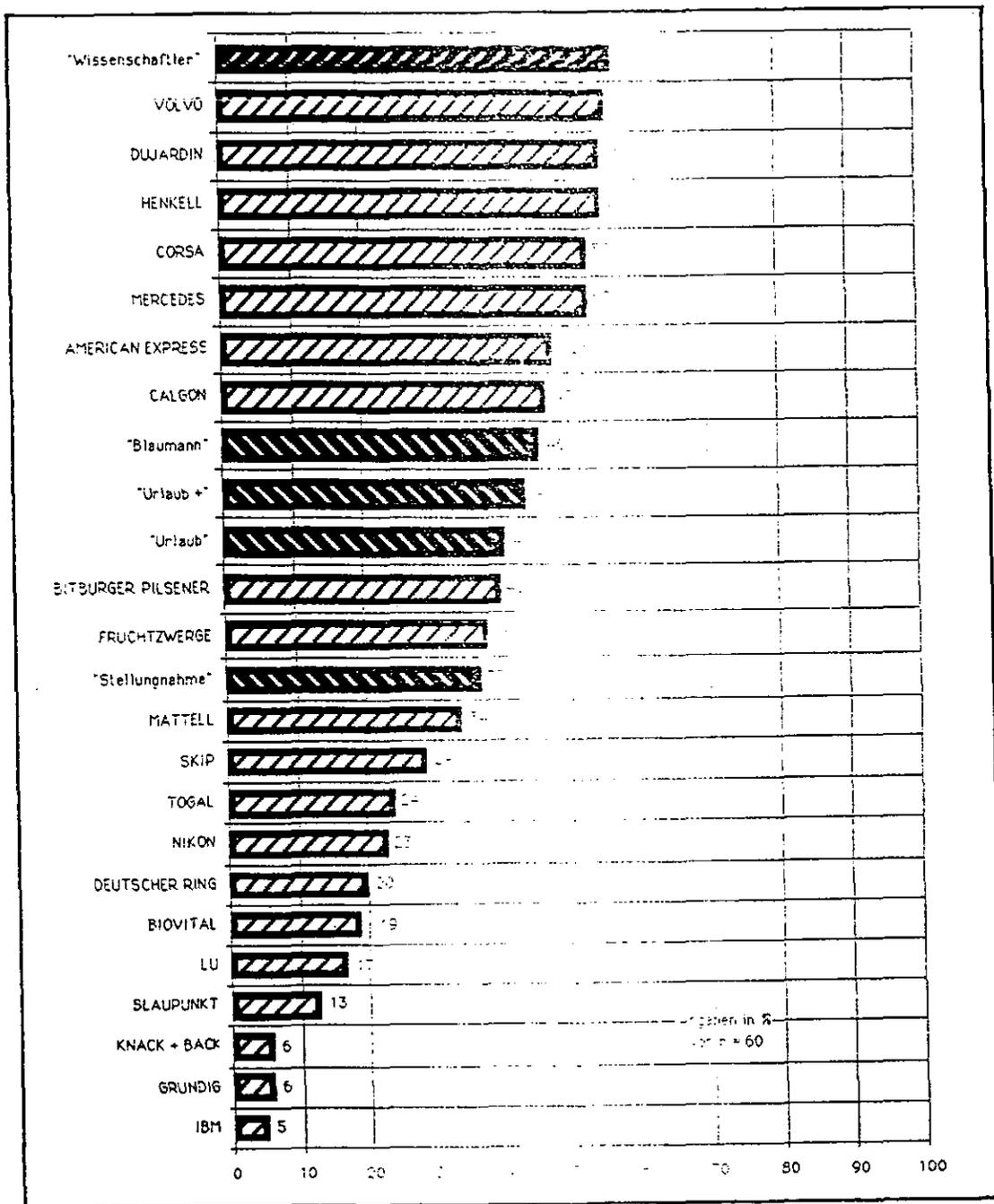
4. Vor allem die Kommentare unserer Befragungsgruppen helfen dabei, einige der Grundvoraussetzungen für die erfolgreiche Ansprache eines möglichst breiten TV-Publikums herauszuarbeiten.

Dazu gehören mindestens die folgenden Elemente:

- . Das Aufklärungsmotiv verzichtet auf einen schulmeisterlich-belehrenden Gestus.
- . Die Vermittlung von AIDS-Informationen bedient sich vorzugsweise unterhältlich-gefälliger, überraschend-witziger Mini-Episoden und -Handlungen.
- . Die aufklärenden Aussagen dieser Filme sind dennoch ausreichend eindringlich, um für persönliches Interesse und Involvement zu sorgen.
- . Trotz der Ernsthaftigkeit des AIDS-Themas kommen AIDS-Filme ohne anstößige, schockierende oder aggressive Kommunikationselemente aus.

Diese Bedingungen sind offensichtlich nicht gleich gut zu erfüllen. Ihre Realisierung stößt vielmehr an wechselnde Zielkonflikte. Es ist deshalb nur angemessen, AIDS-Aufklärungsmotive in einen Kommunikationsmix zu übersetzen, in dem unterschiedliche Informationsansätze und Aufklärungslinien ihren komplementären Platz finden.

# Recall

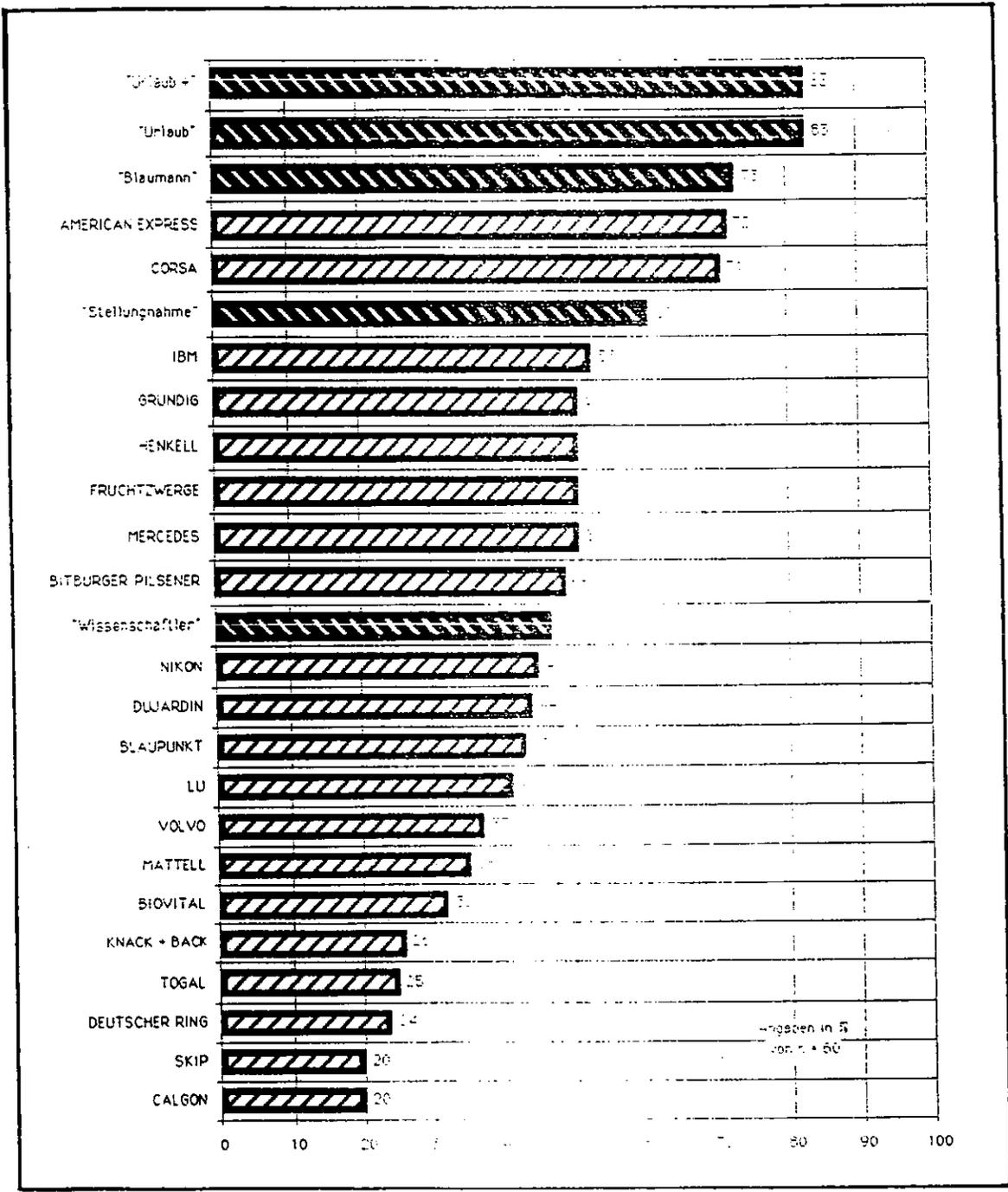


erfaßt ca. 20min nach dem Werbekontakt (nach der Einblende der Vorabend-Programm-Serie "Herzblatt")

"Sie haben zuvor auch einige Werbe- und Informationsfilme gesehen. An welche dieser Filme können Sie sich jetzt noch erinnern?"

# Akzeptanzbeurteilung

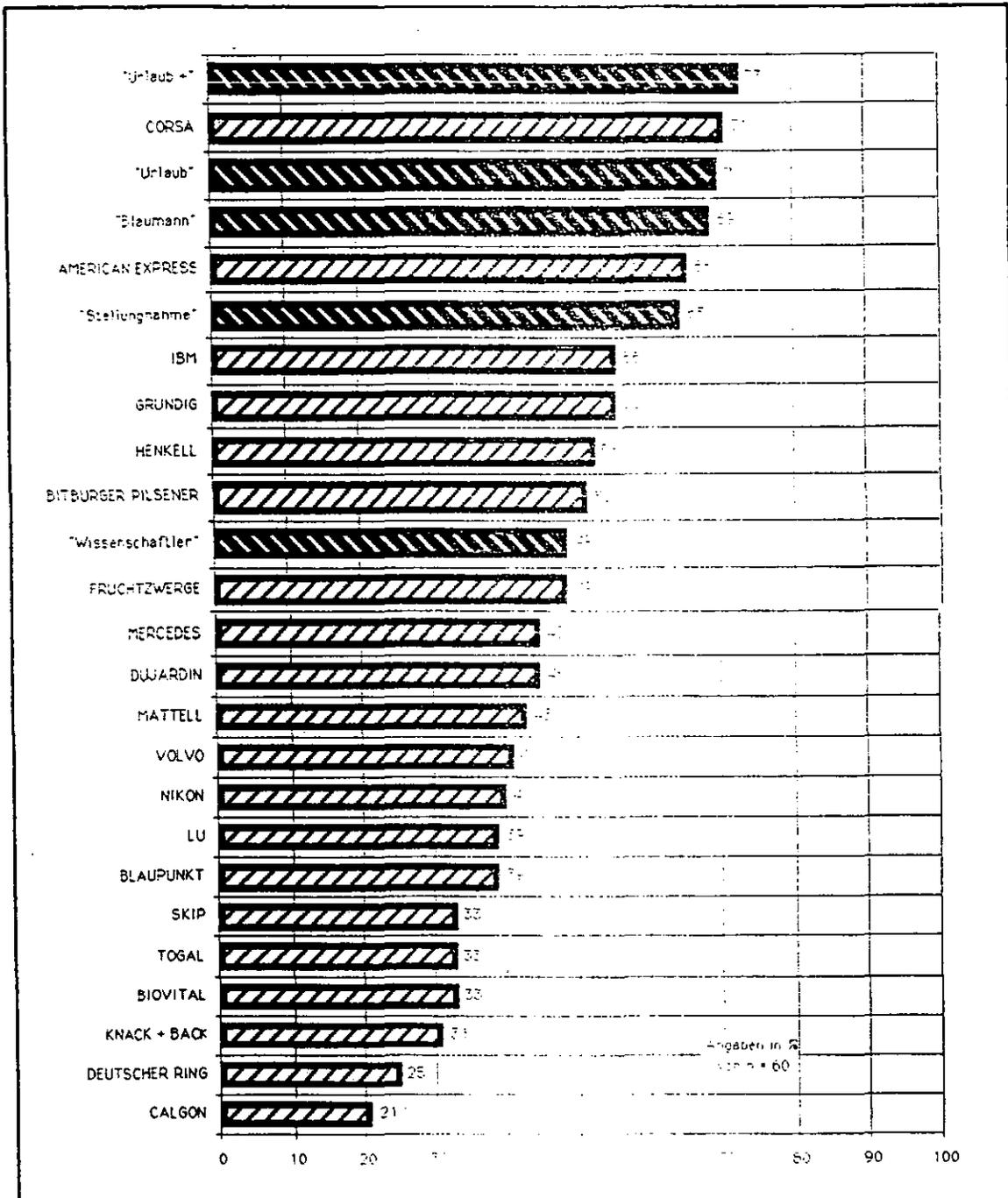
Top-Box-Werte: ++ und + zusammengefasst



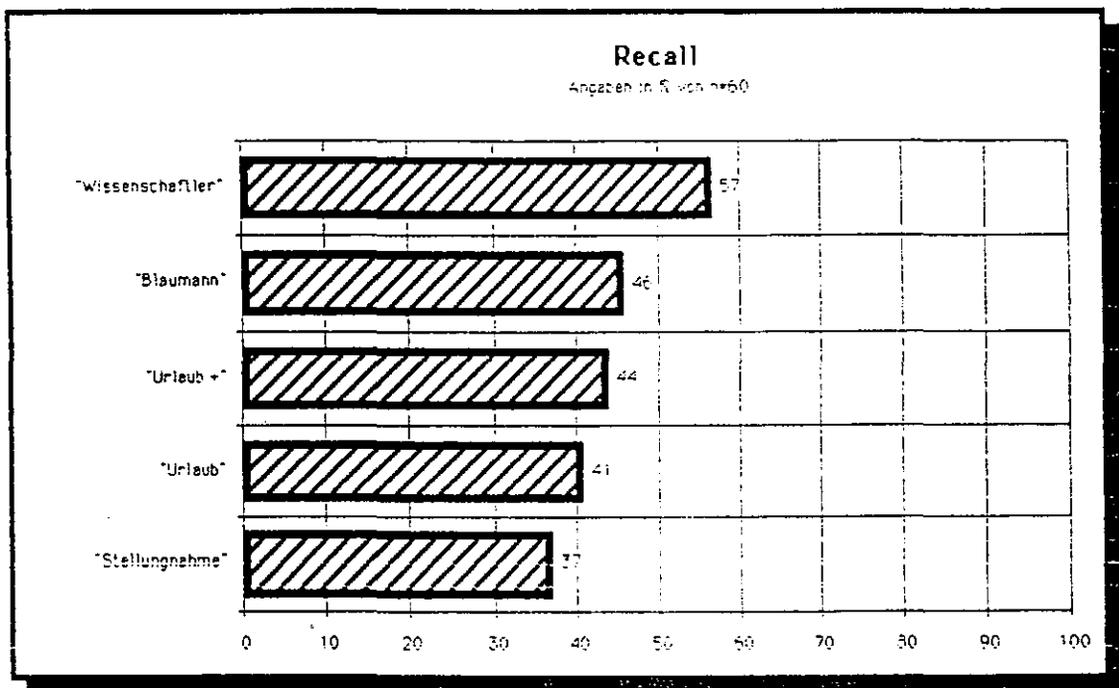
"Wie hat Ihnen der Werbefilm von.....  
der AIDS-Informationen gefallen?"  
Beurteilung auf 5er-Skala (zwischen ++ und --)

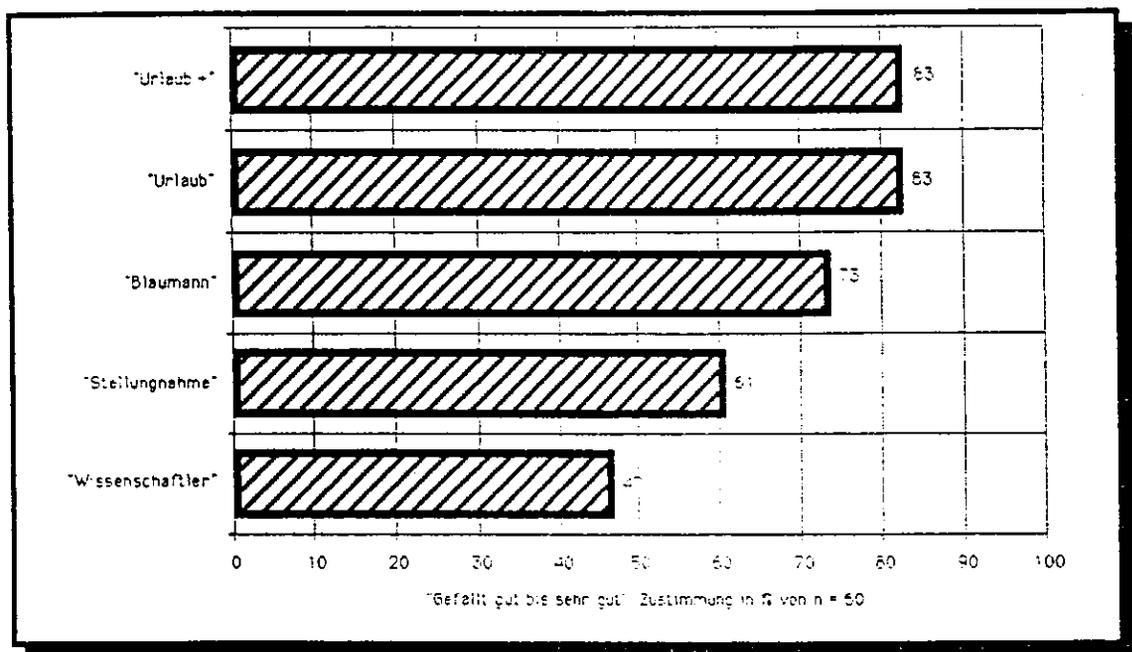
# Spontanbeurteilung

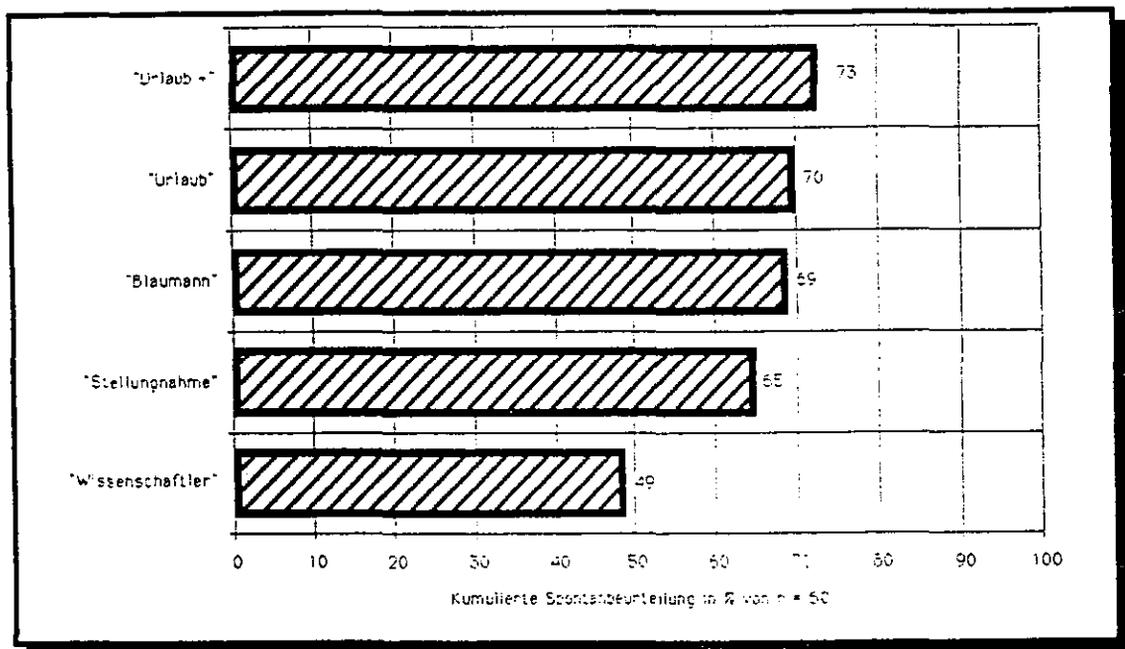
Top-Box-Werte: + und ++ zusammengefasst



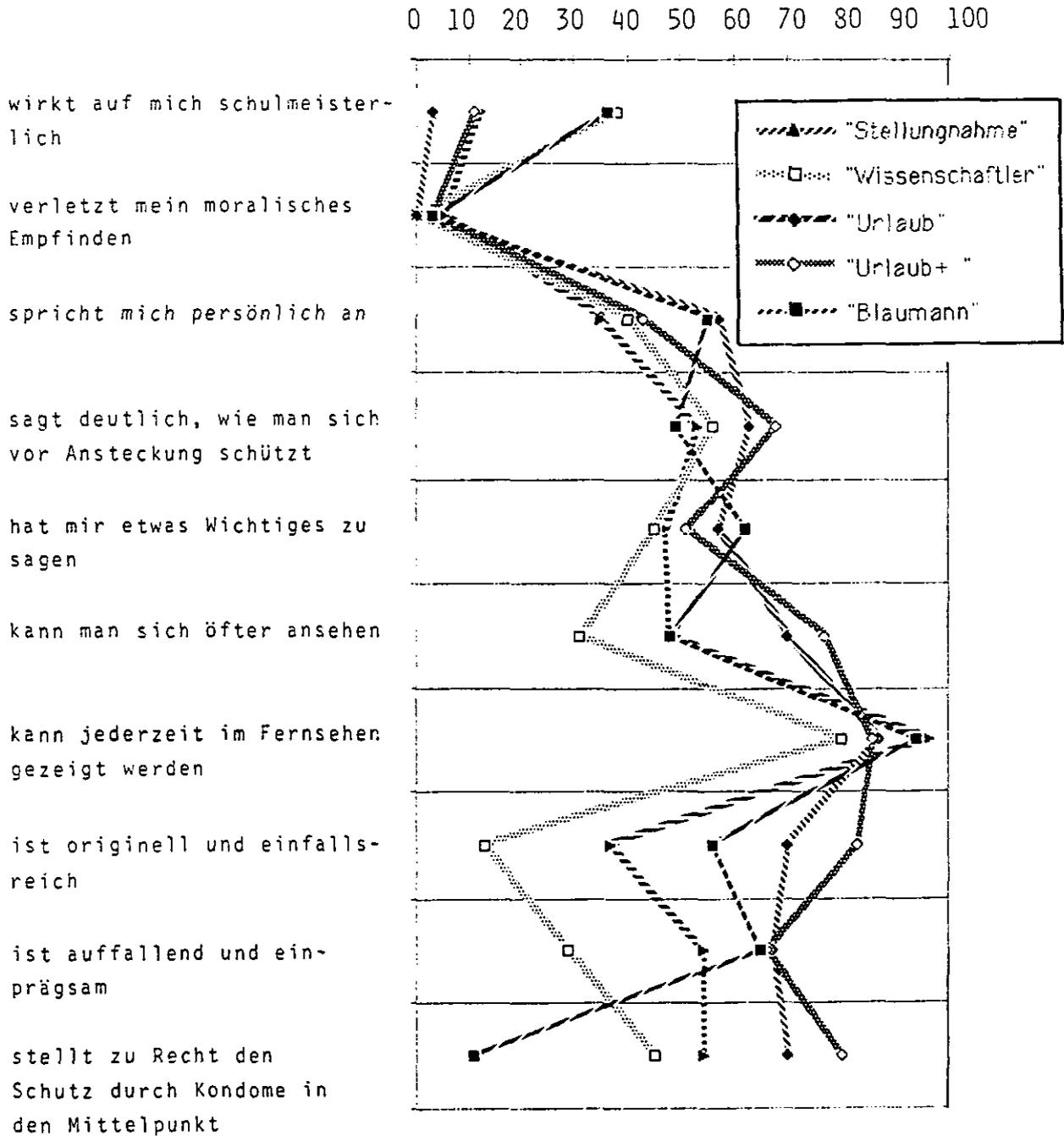
kontinuierliche Beurteilung im Sekundentakt auf 5er-Skala (zwischen ++ und --) möglich







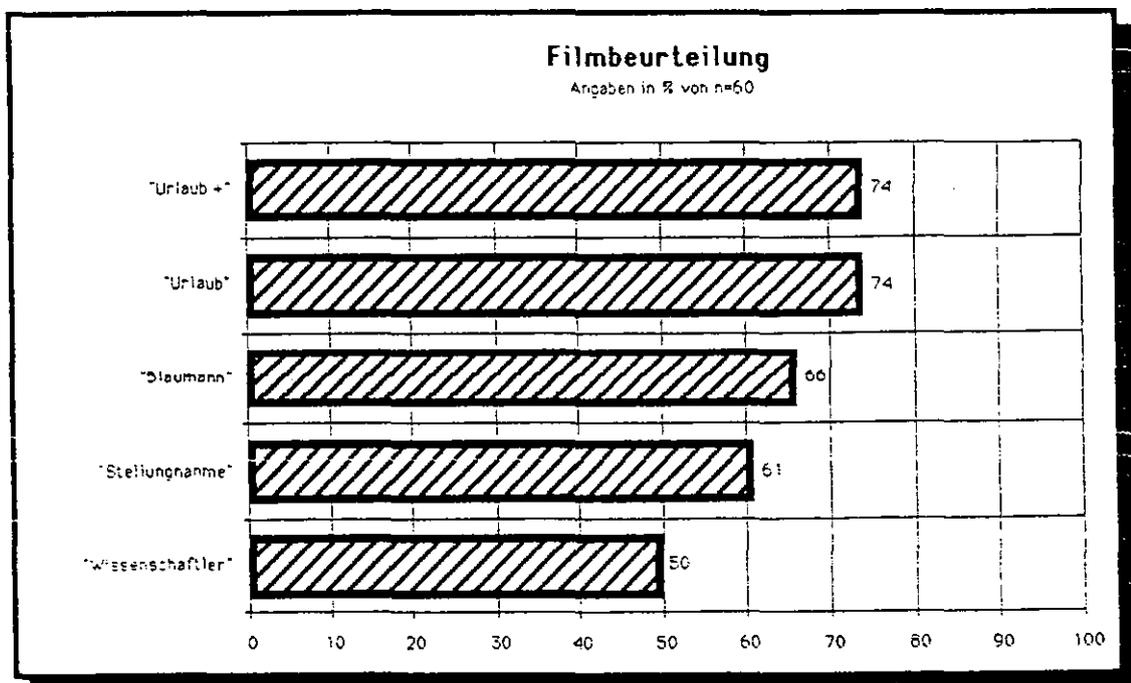
"DER AIDS-INFORMATIONSFILM ..."



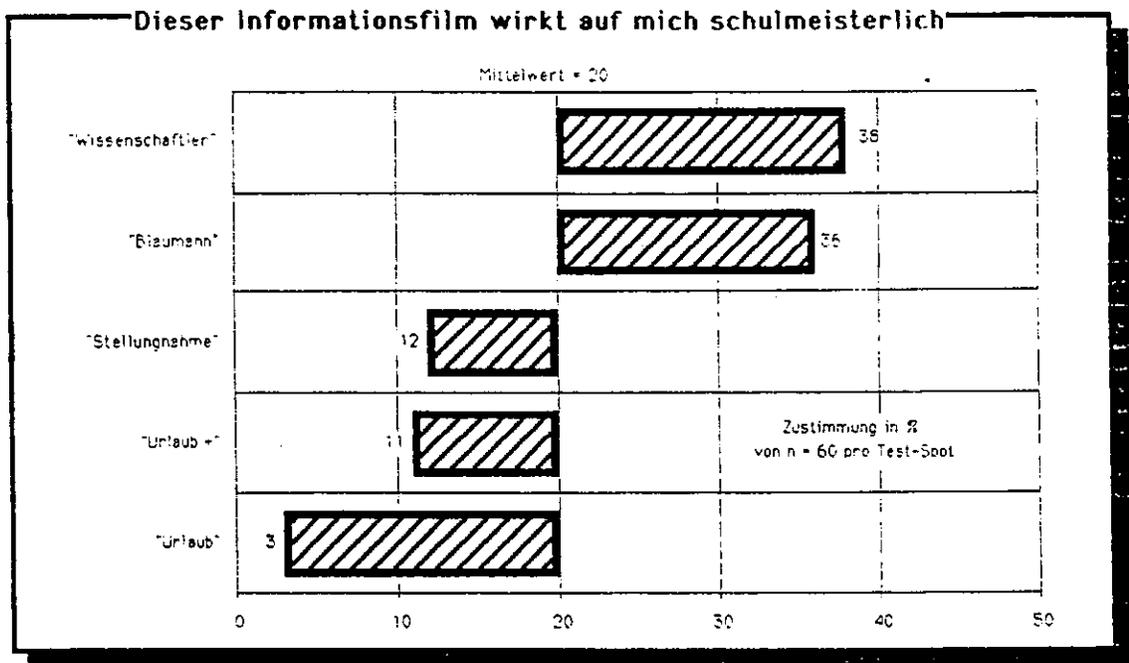
SKALIERTER FILM-BEURTEILUNG:

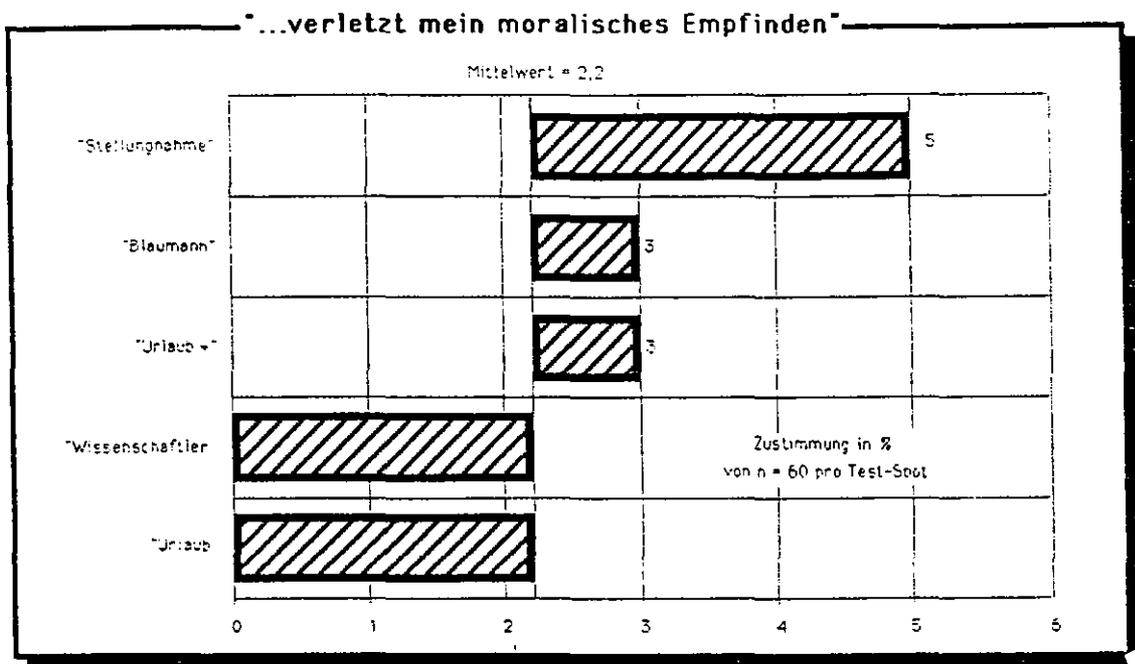
ZUSTIMMUNG (++ UND + WERTE AUF 5ER-SKALA SUMMIERT)  
 IN % VON N = 4 x 60 TESTPERSONEN  
 ("URLAUB" IN ZWEI VERSIONEN BEI N = 2 x 30 TESTPERSONEN)

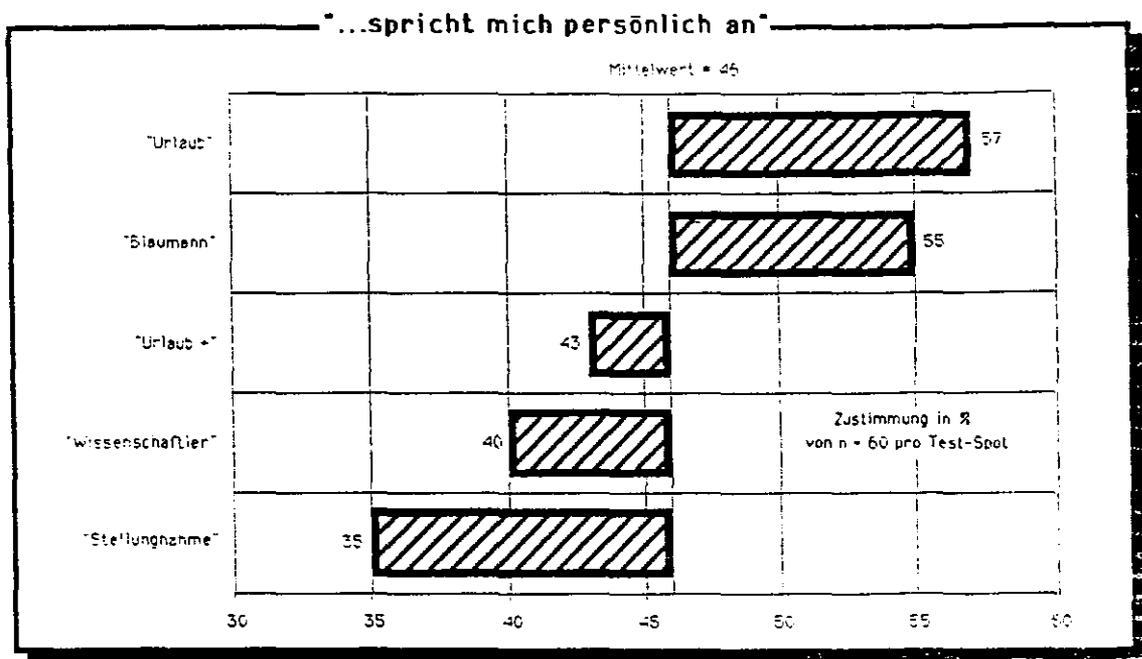
**Weil jede Sekunde zählt.**

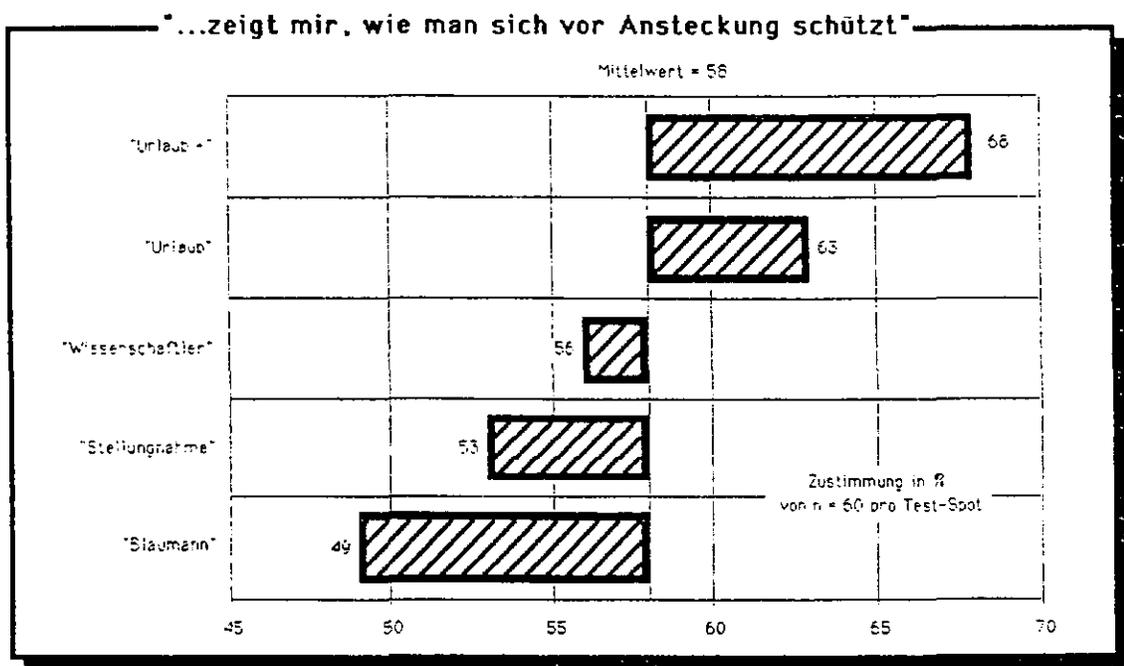


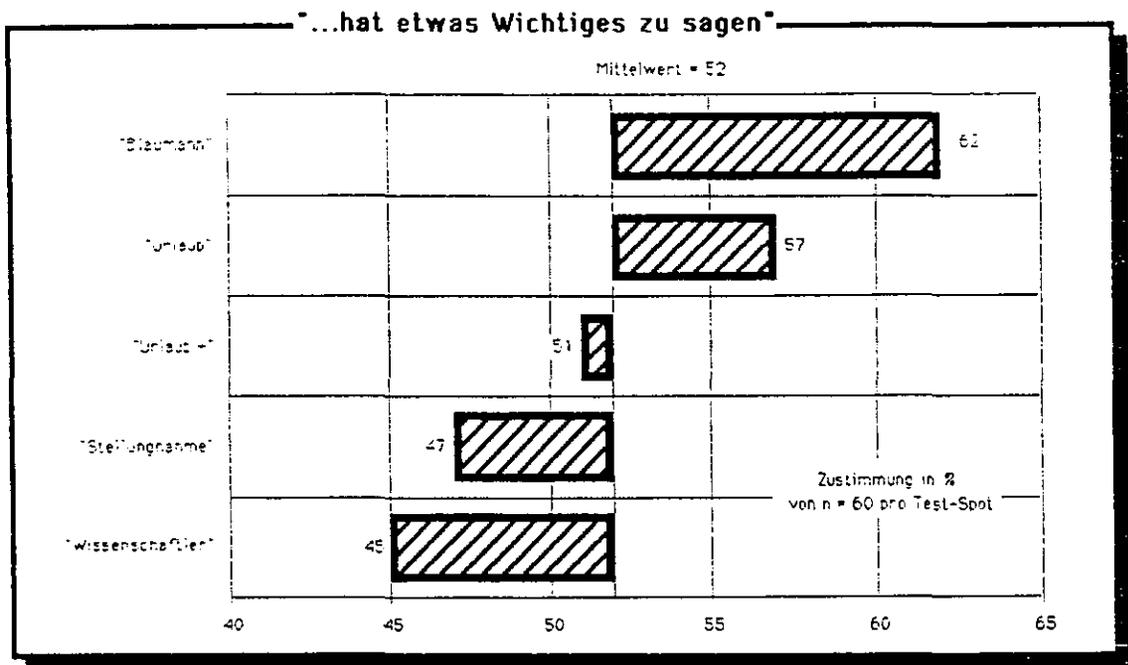
Index-Bildung: Durchschnittswerte der Einzelbeurteilung von Seite 27-36

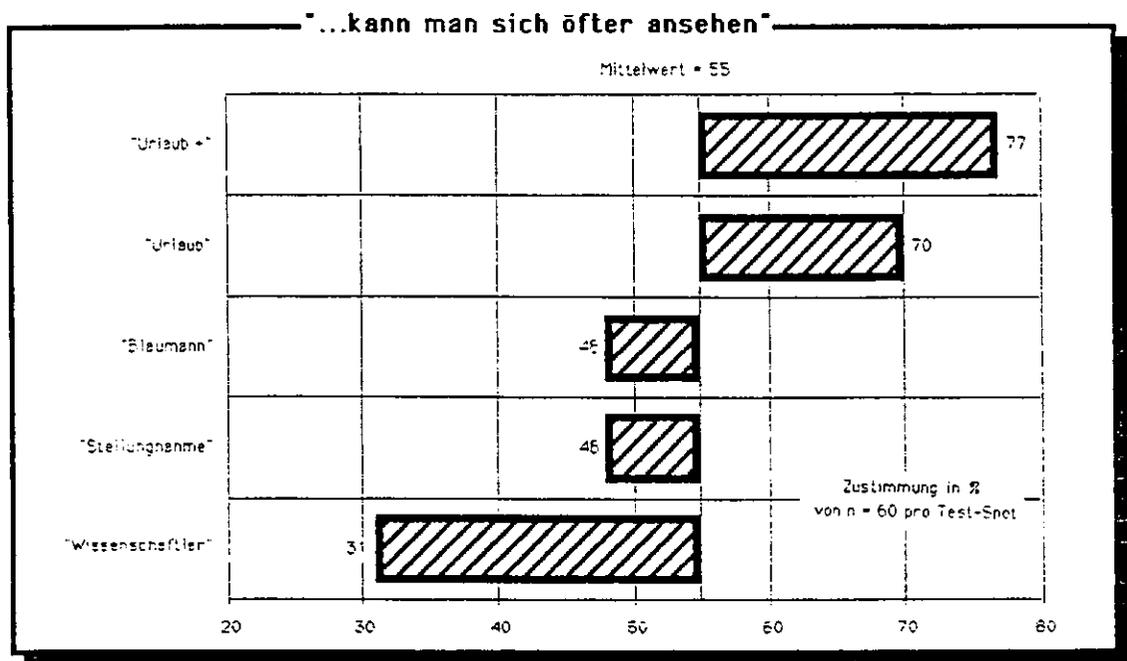


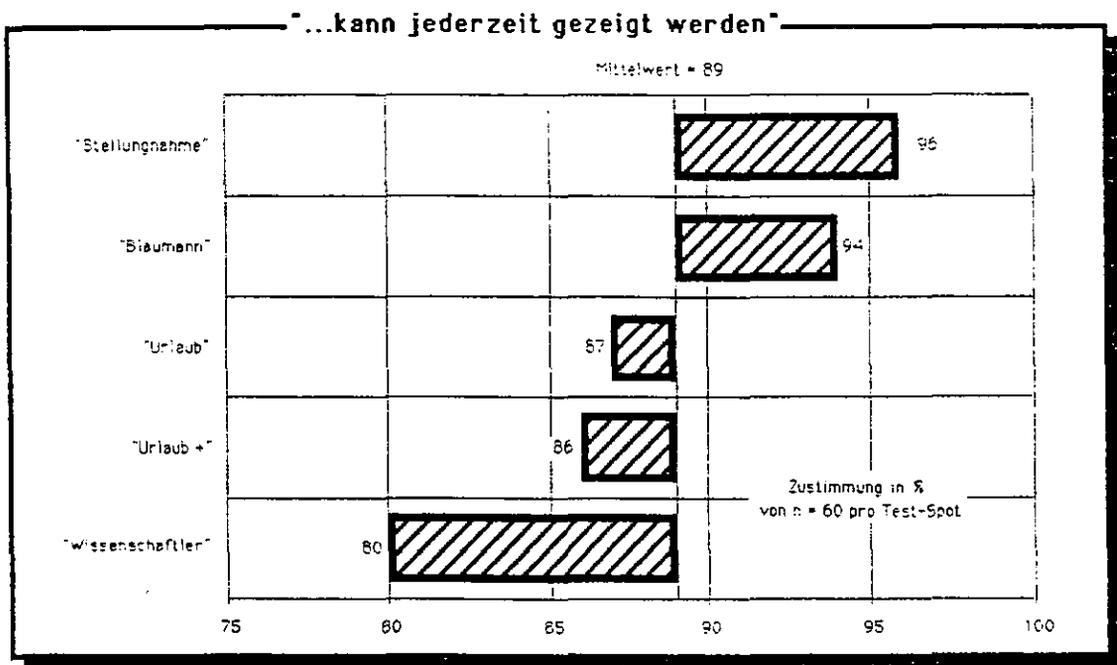


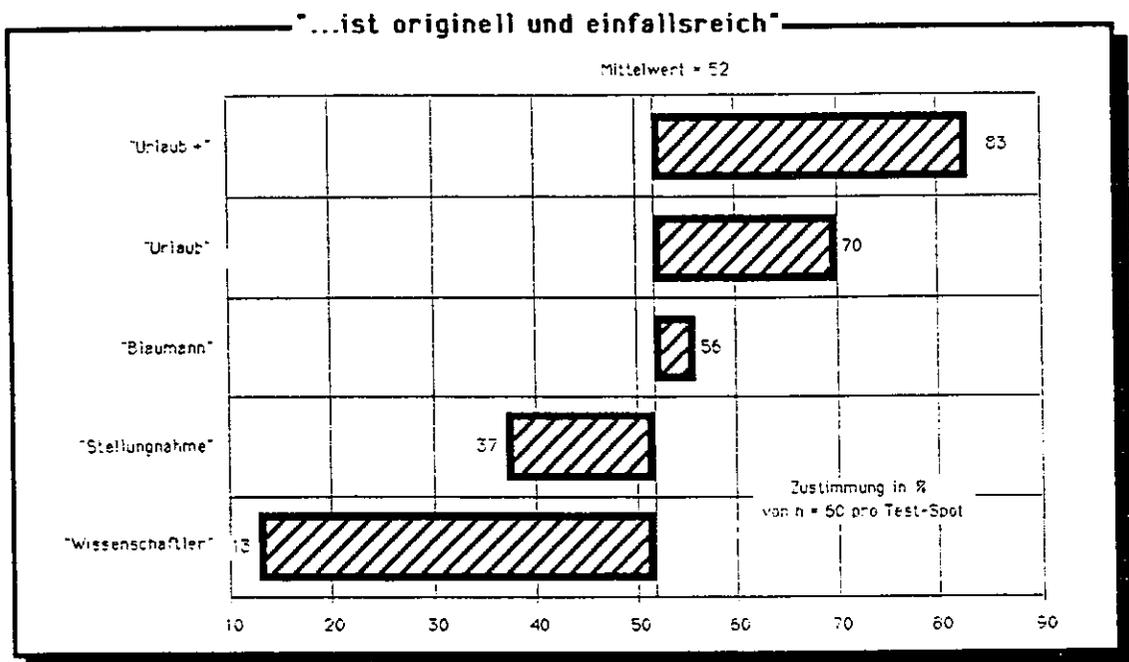




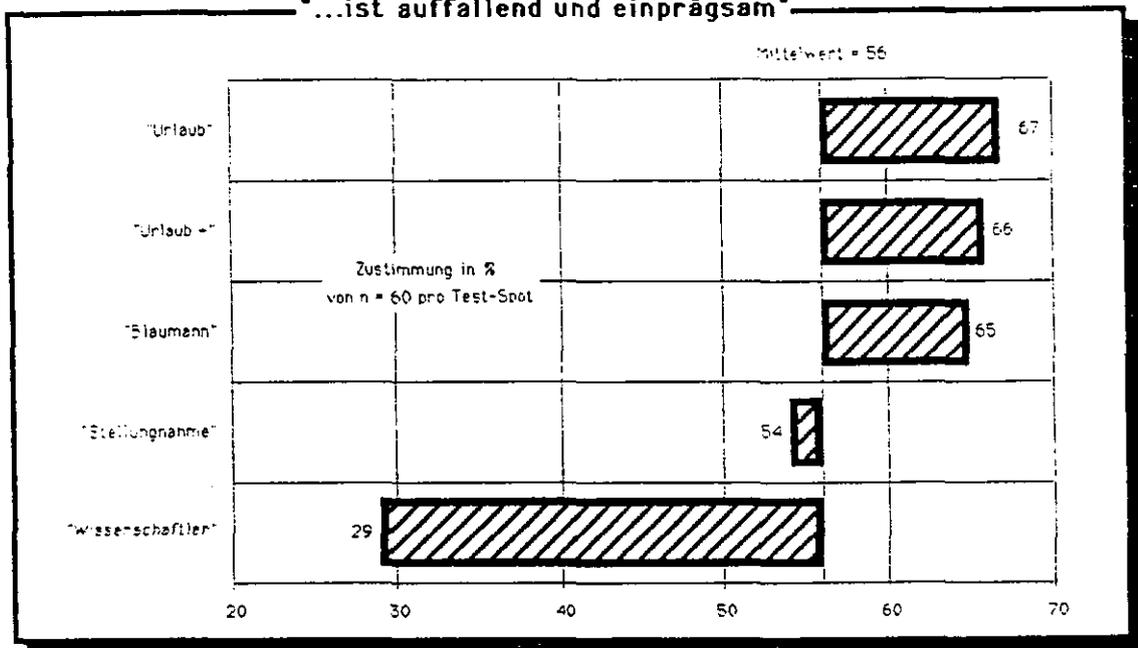




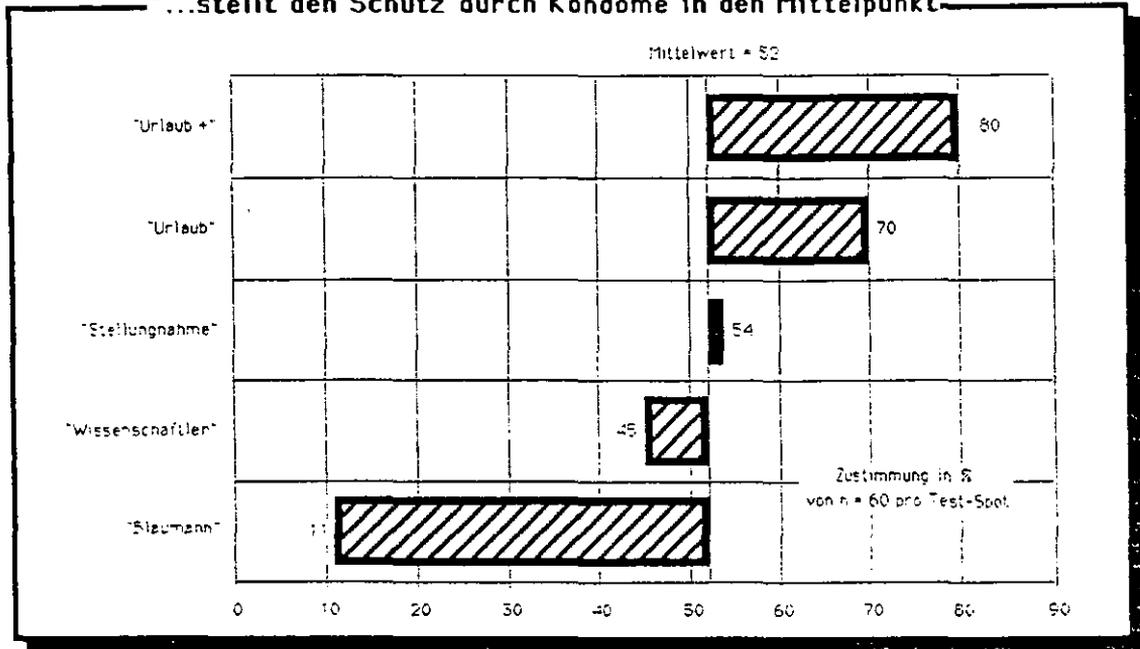


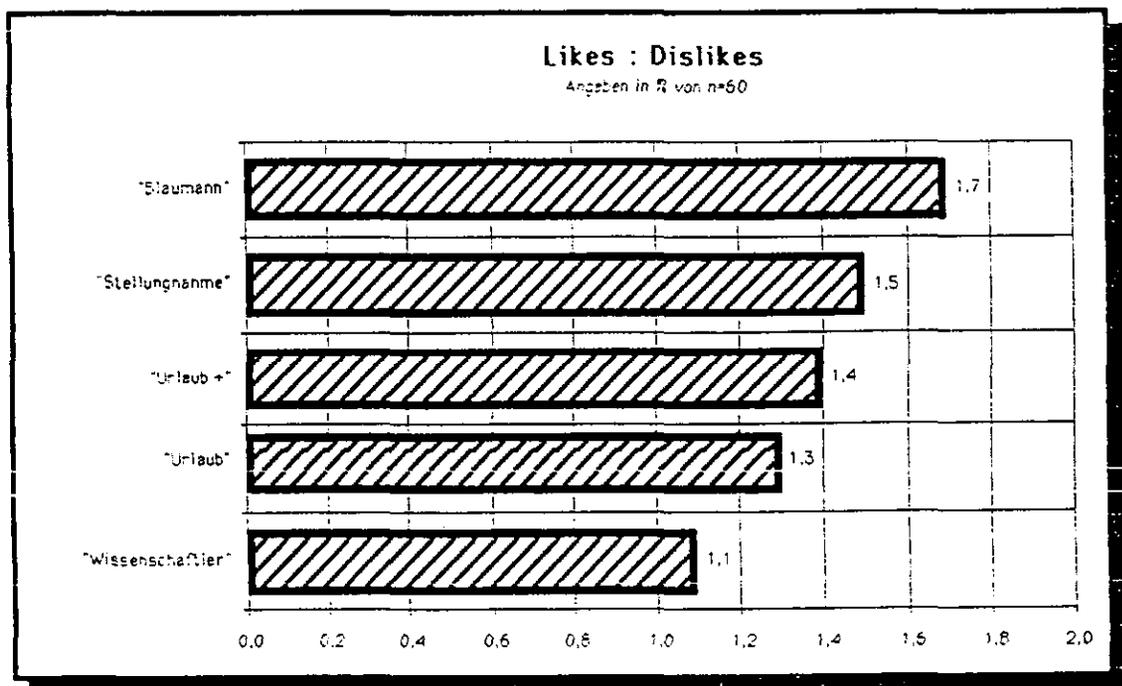


**"...ist auffallend und einprägsam"**



...stellt den Schutz durch Kondome in den Mittelpunkt.





ERINNERTE HAUPTAUSSAGE: ERGEBNISSE IM QUERVERGLEICH

N=60	N=60	N=30	N=30	N=60
"STELLUNGNAHME"	"WISSENSCHAFTLER"	"URLAUB (MZ)"	"URLAUB (OZ)"	"BLAUMANN"
AIDS KANN NICHT ÜBER EIN GLAS ÜBERTRAGEN WERDEN (55)		AIDS GEHT JEDEN IN JEDER SITUATION AN ("DER DRSCHUNGEL IST ÜBERALL") (60)		KEIN AIDS-RISIKO BEIM BEFOLGEN VON SICHERHEITSMASSNAHMEN (59)
SEX NUR MIT KONDOM-SCHUTZ (47)	AIDS-SCHUTZ DURCH KONDOME (43)	JEDER SOLLTE SICH MIT KONDOMEN VOR AIDS SCHÜTZEN (47)	JEDER SOLLTE SICH MIT KONDOMEN VOR AIDS SCHÜTZEN (47)	
	NOCH IMMER GIBT ES KEIN HEILMITTEL GEGEN AIDS (38)			
	AIDS IST ZWAR KEIN AKTUELLES MEDIEN-THEMA MEHR, ABER DENNOCH AKUT (37)			
WEGEN AIDS MUSS KEINER AUF SEX VERZICHTEN (33)	GEFAHR VON AIDS SOLLTE NIEMAND UNTERSCHÄTZEN (27)		BESONDERS IM URLAUB SOLLTE JEDER AN DIE AIDS-GEFÄHRDUNG DENKEN (29)	JEDER SOLLTE SICH BESSER VOR AIDS SCHÜTZEN (30)
	JEDER KANN SICH VOR AIDS SCHÜTZEN (27)			

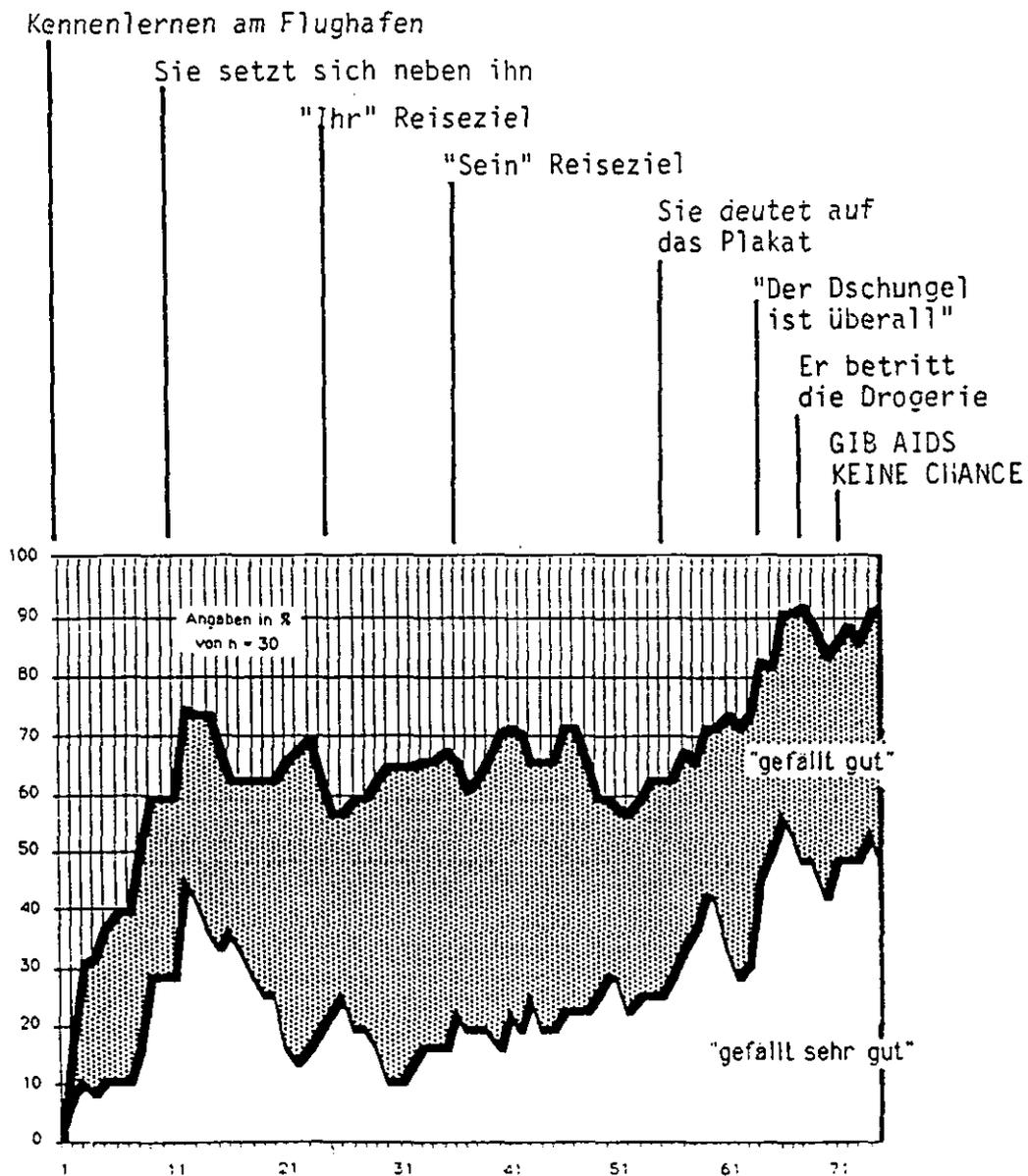
Weil jede Sekunde zählt.

Commercial Check

"Urlaub +"

# Spontanbeurteilung im Zeitverlauf

Top-Box-Werte: + und ++ zusammengefasst



Weil jede Sekunde zählt.

"Urlaub +"

EPIODENSTRUKTUR

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
0-12	Ort: Wartehalle am Flughafen Eine junge Frau kommt ins Bild, wirft einem sitzenden Mann eine Tasche auf den Schoß (10.Sek.), und setzt sich neben ihn.	
13		Sie: "Darf ich ?" Er : "Na, Sie sitzen doch schon." (Pause) Er : "Na, wo soll's denn hin- gehen ?"
25		Sie:"Nepal: Himalaya-Trekking. Durch den Regenwald auf das Dach der Welt. - Zu Fuß." Er : "Äh,äh, ... ist das nicht ein bißchen anstrengend - ich meine: als Frau ?"
	Sie zeigt auf die In- nenseite ihrer Jacke (Sonnenbrille u. Hima- laya-Karte sind zu sehen)	Sie:"Ist doch nichts Besonderes - ich bin auf alles vorbereitet."

"Urlaub +"

EPISODENSTRUKTUR - FORTS.1

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
		Er : "Wirklich auf alles ?" Sie: "Klar !"
36-44	Mann in Großaufnahme, kratzt sich am Hinterkopf	Er : "Tja, ähem, ich bin auch nach Fernost unterwegs. Was erleben ... Alltag vergessen ... ach, ganz einfach entspannen."  Sie: "Entspannen." Er : "Natürlich muß da auch ein bißchen was los sein." Sie: "Natürlich, aber wo was los ist, muß man doch vor allem an eins denken - aber haben Sie ja wohl ? Ich meine das da !"
	Sie zeigt auf ein Plakat der BZgA.	
56-57	Aufschrift des eingeblendeten Plakats: "Dem Leben zuliebe. Gib Aids keine Chance."	
58		Er : "Kondome ? Im Dschungel ?"
64-68		Sie: "Der Dschungel ist überall."

"Urlaub +"

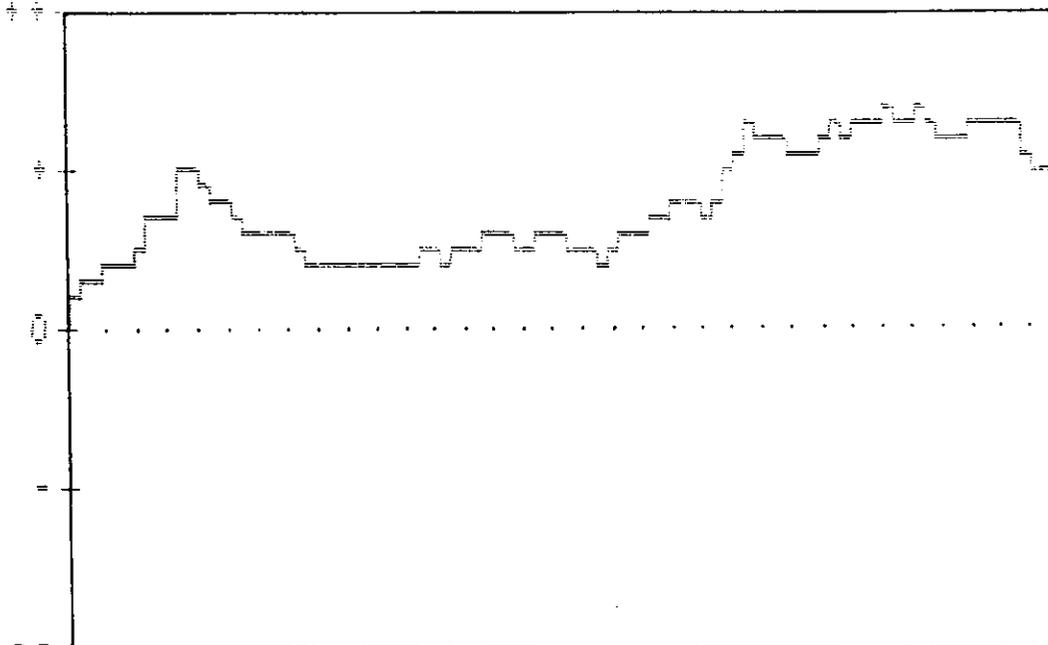
EPISODENSTRUKTUR - FORTS.2

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
58	Er steht auf, Sie schaut von ihrer Zeitung auf. Er geht zur Apotheke, schaut sich im Eingang verstohlen um, und schiebt seine Brille hoch.	
	Großaufnahme: Sie lacht.	
72-75	Einblenden des Emblems: "Gib Aids keine Chance"	
	Dazu der Sprecher:	"Kondome schützen."

"Urlaub +"



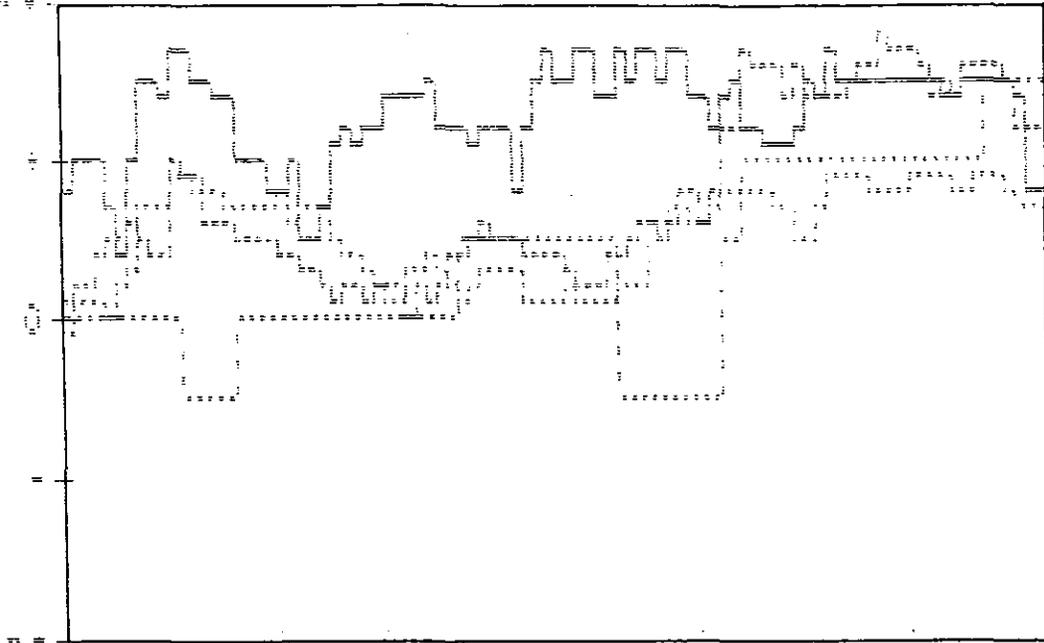
— Total n=36



**Weil jede Sekunde zählt.**

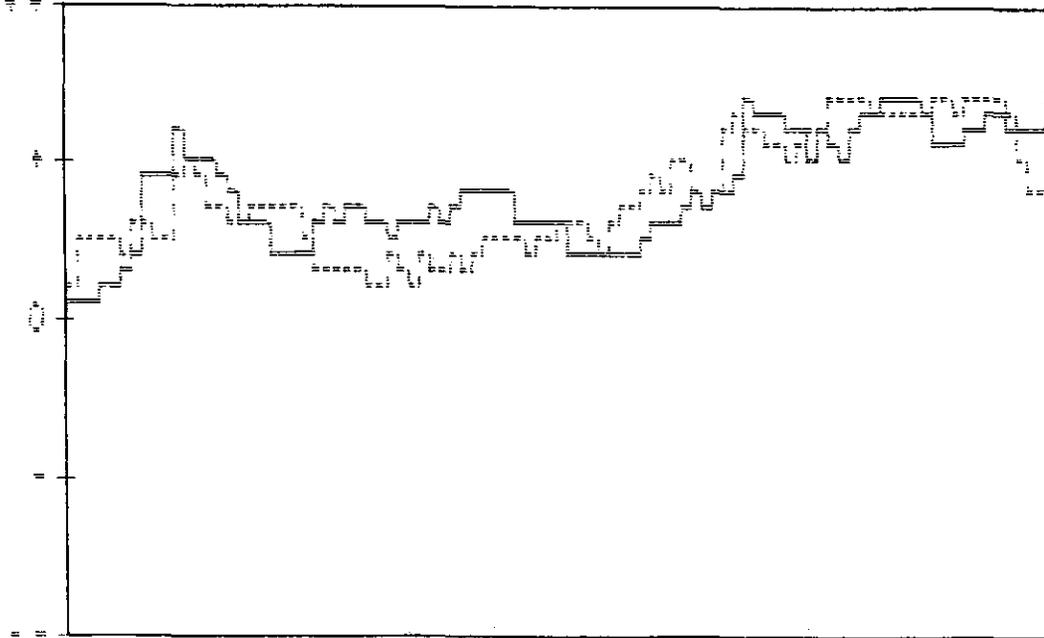
"Urlaub +"

--- 24-25 J.    --- 26-30 J.    --- 31-35 J.    --- 36-50 J.



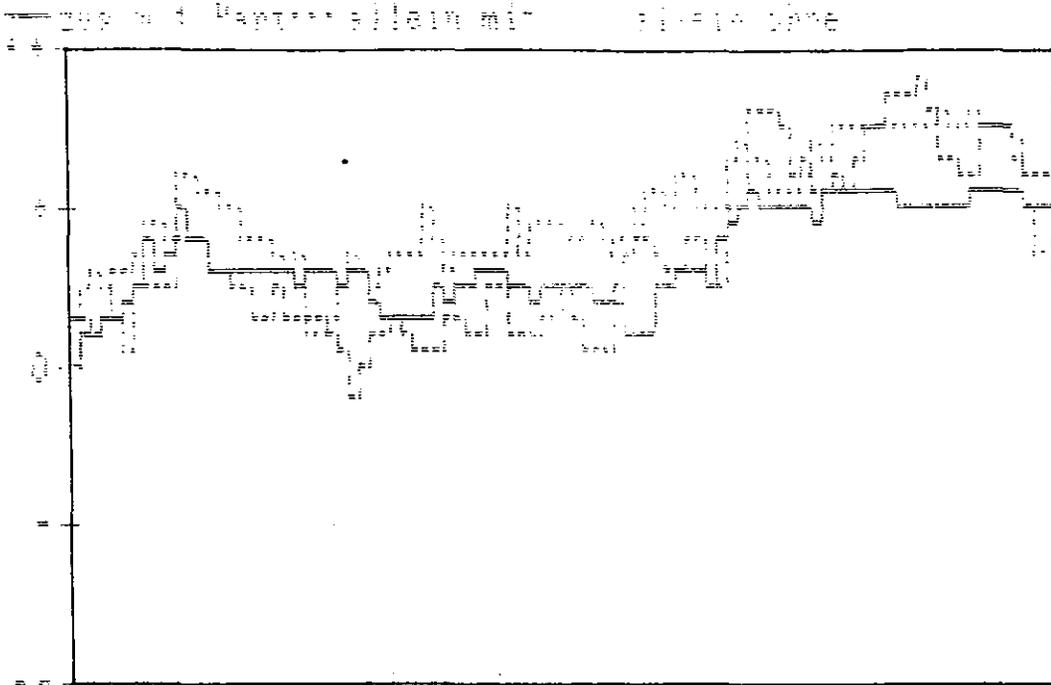
TIME: 1:33 min/sec

— weiblich    --- männlich

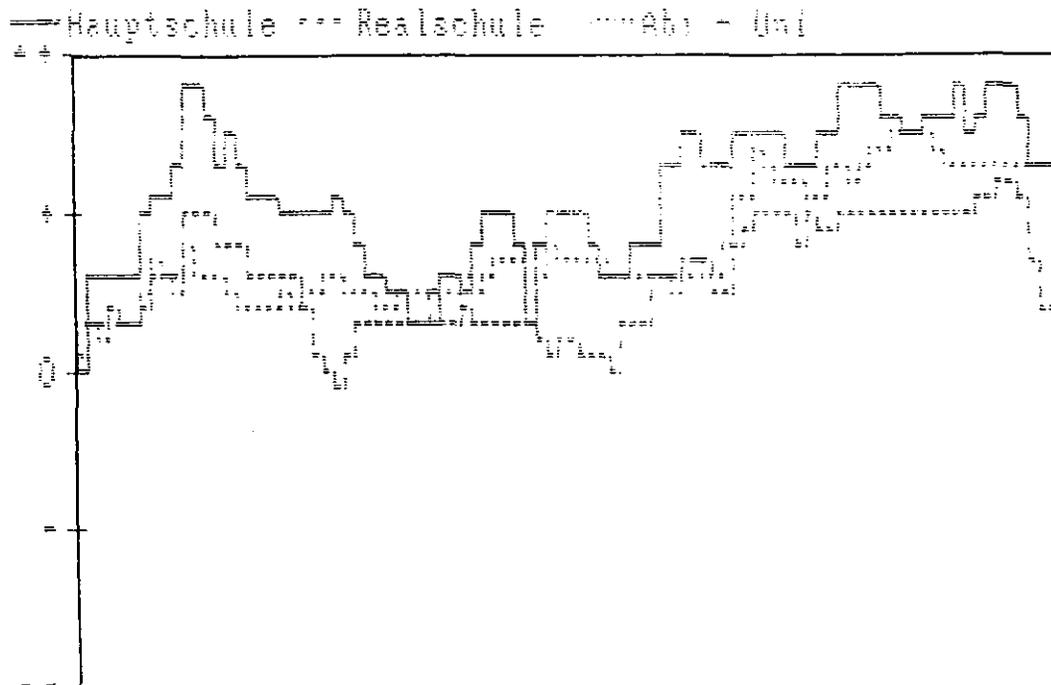


TIME: 1:33 min/sec

"Urlaub +"



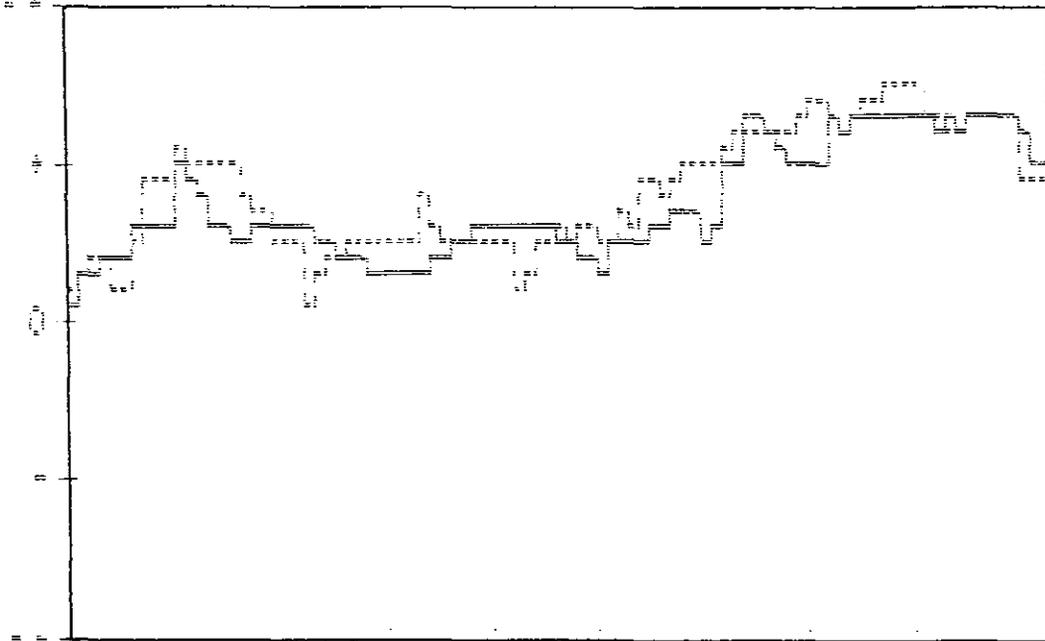
TIME: 1:19 min/sec



TIME: 1:19 min/sec

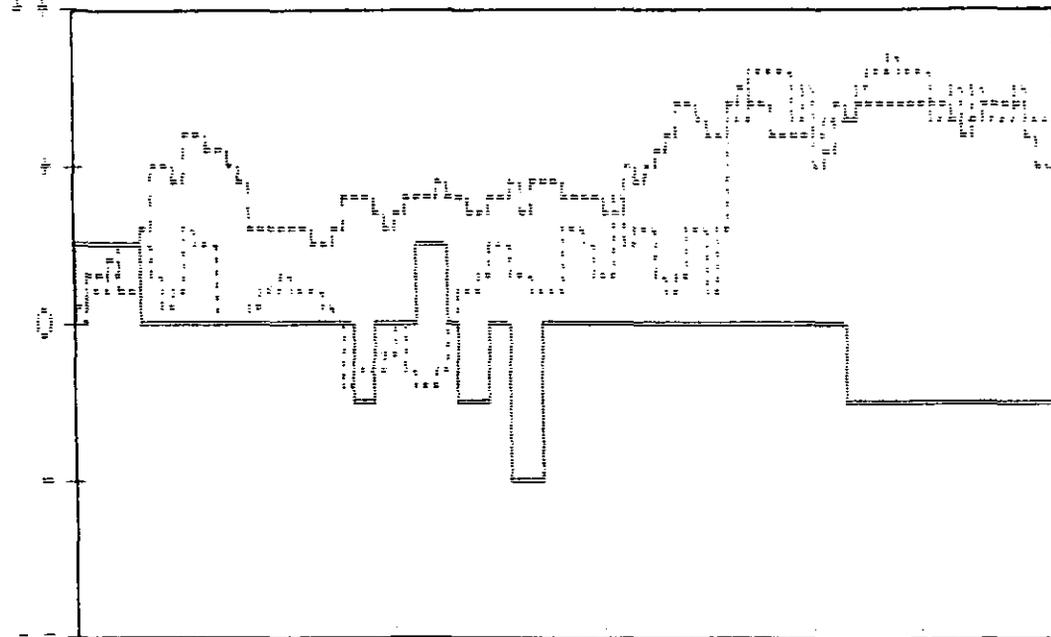
"Urlaub +"

Konstant ja = Konstante



TIME: 1:33 min/sec

s. religiös ... n. so sehr ... überhaupt ni



TIME: 1:33 min/sec

"Urlaub +"

I N H A L T

"SIE HABEN ZUVOR AUCH EINEN INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG GESEHEN.

SCHREIBEN SIE UNS IM FOLGENDEN BITTE MIT EIGENEN WORTEN AUF, WAS ES DA ALLES ZU SEHEN UND ZU HÖREN GAB, WORUM ES IN DIESEM FILM GING."

- 87 JUNGE FRAU UND ÄLTERER MANN TREFFEN SICH ZUFÄLLIG UND KOMMEN INS GESPRÄCH ÜBER URLAUBSZIELE UND -PLÄNE
- 67 WARTEHALLE AM FLUGHAFEN
- 67 JUNGE FRAU WEIST DEN ÄLTEREN MANN AUF AIDS-SCHUTZ DURCH KONDOME HIN
- 60 MANN GEHT IN EINE APOTHEKE, UM KONDOME ZU KAUFEN
- 27 JUNGE FRAU DEUTET AUF AIDS-PLAKAT
- 13 AUSSAGE: "DER DSCHUNDEL IST ÜBERALL"

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 100

ANGABEN IN % VON N=30 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Urlaub +"

HAUPTAUSSAGE

"WAS WAR IHRER MEINUNG NACH DIE HAUPTBOTSCHAFT IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG, WAS WOLLTE IHNEN DER FILM WOHL SAGEN, WAS WAR DER SPRINGENDE PUNKT ?"

- 60 AIDS GEHT JEDEN IN JEDER SITUATION AN ("DER DSCHUNDEL IST ÜBERALL")
- 47 JEDER SOLLTE SICH MIT KONDOMEN VOR AIDS SCHÜTZEN

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 40  
ANGABEN IN % VON N=30 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Urlaub +"

L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS GEFALLEN HAT,  
UND WENN JA, WAS WAR DAS ?"

- |    |  |
|----|--|
| 40 | "LOCKERE", "OFFENE" ART DER FRAU                         |
| 20 | VERLEGENHEIT DES ÄLTEREN MANNES BEIM<br>KONDOMKAUF       |
| 20 | AIDS GEHT JEDEN AN                                       |
| 20 | SCHAUSPIELERISCHE LEISTUNG DER DARSTELLER                |
| 13 | ORT DER HANDLUNG   |
| 13 | THEMA AIDS WIRD DIREKT, ABER DENNOCH<br>DEZENT BEHANDELT |

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 48

ANGABEN IN % VON N=30 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Urlaub +"

D I S L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
AUCH ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS MISSFALLEN  
HAT, UND WENN JA, WAS WAR DAS IM EINZELNEN ?"

- |    |  |
|----|--|
| 33 | LÄSSIGES AUFTRETEN DER FRAU ("SCHNODDRIG")         |
| 13 | VERLEGENHEIT DES ÄLTEREN MANNES BEIM<br>KONDOMKAUF |

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 34

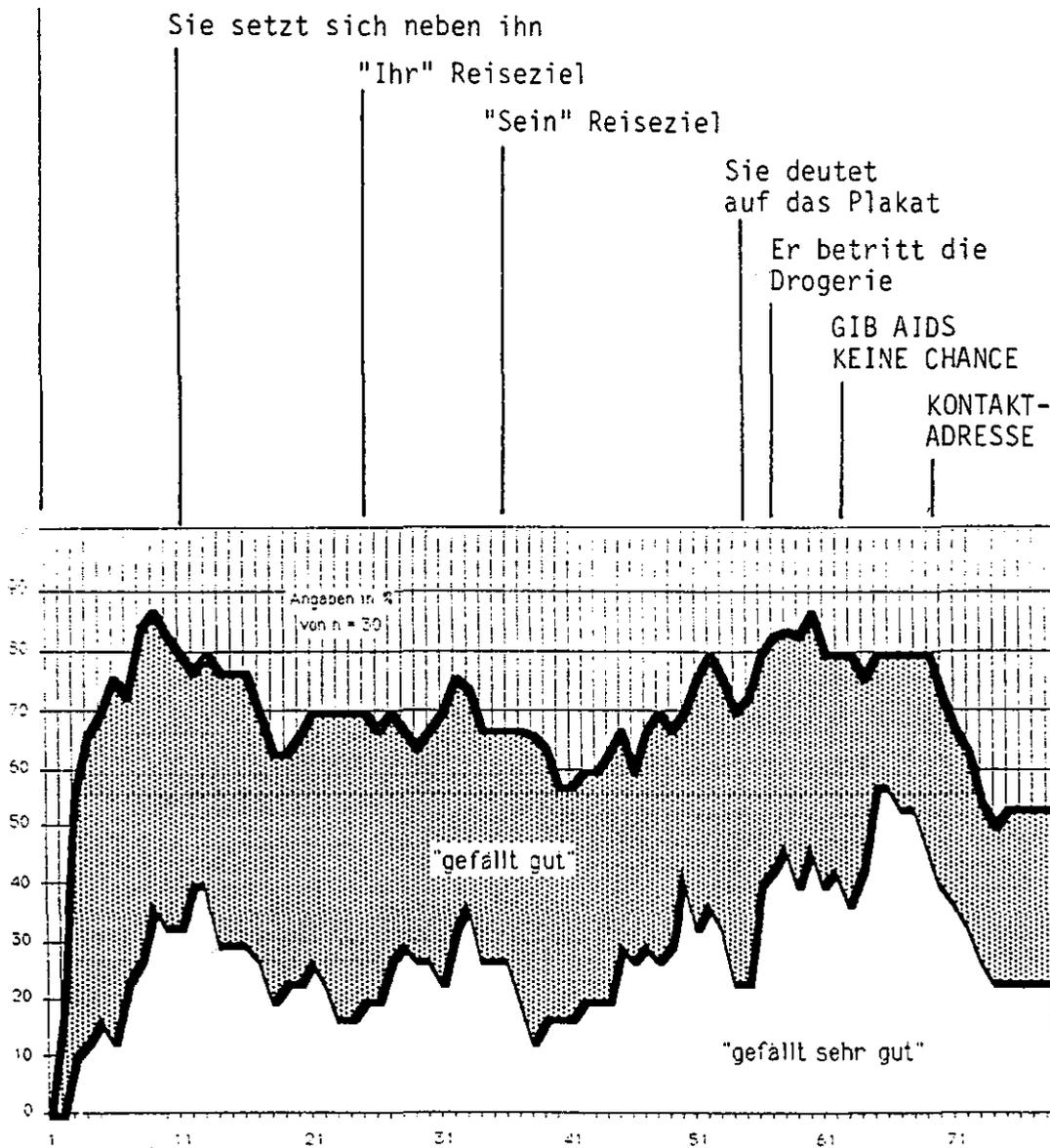
ANGABEN IN % VON N=30 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Urlaub"

# Spontanbeurteilung im Zeitverlauf

Top-Box-Werte: + und ++ zusammengefasst

Kennenlernen am Flughafen



"Urlaub"

EPISODENSTRUKTUR

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
0-12	Ort: Wartehalle am Flughafen Eine junge Frau kommt ins Bild, wirft einem sitzenden Mann eine Tasche auf den Schoß (10.Sek.), und setzt sich neben ihn.	
12-16		Sie: "Darf ich ?" Er : "Na, Sie sitzen doch schon." (Pause) Er : "Na, wo soll's denn hin- gehen ?"
25		Sie:"Nepal: Himalaya-Trekking. Durch den Regenwald auf das Dach der Welt. - Zu Fuß." Er : "Äh,äh, ... ist das nicht ein bißchen anstrengend - ich meine : als Frau ?"
	Sie zeigt auf die In- nenseite ihrer Jacke (Sonnenbrille u. Hima- laya-Karte sind zu sehen)	Sie:"Ist doch nichts Besonderes - ich bin auf alles vorbereitet."

"Urlaub"

EPISODENSTRUKTUR - FORTS.1

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
23-35		Er : "Wirklich auf alles ?" Sie: "Klar !"
36-44	Mann in Großaufnahme, kratzt sich am Hinterkopf	Er : "Tja, ähem, ich bin auch nach Fernost unterwegs. Was erleben ... Alltag vergessen ... ach, ganz einfach entspannen."
45-55	Sie zeigt auf ein Plakat der BZgA.	Sie: "Entspannen." Er : "Natürlich muß da auch ein bißchen was los sein." Sie: "Natürlich, aber wo was los ist, muß man doch vor allem an eins denken - aber haben Sie ja wohl ? Ich meine das da !"
56-57	Aufschrift des eingeblendeten Plakats: "Dem Leben zuliebe. Gib Aids keine Chance."	

"Urlaub"

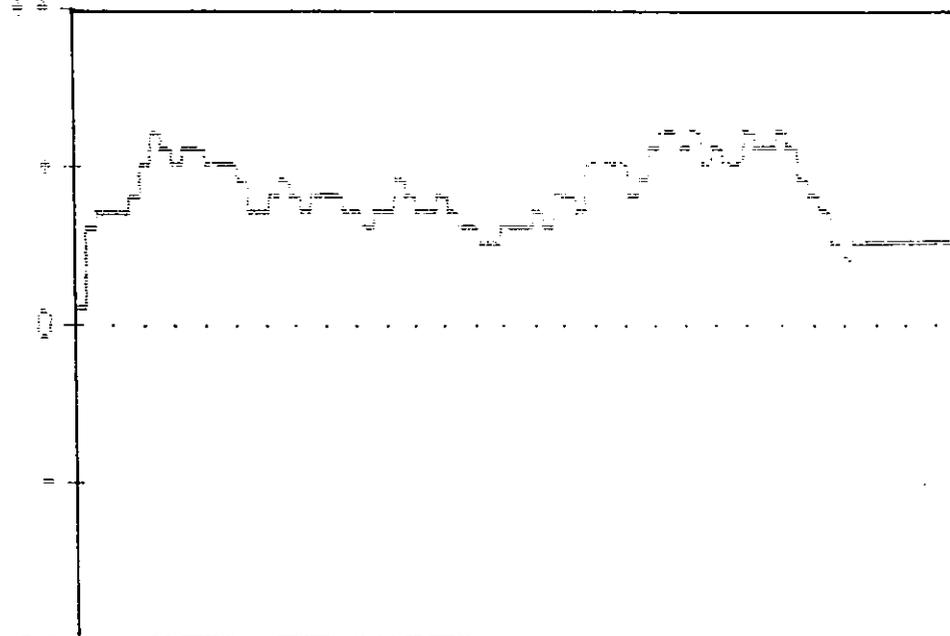
EPISODENSTRUKTUR - FORTS.2

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
57-63	Er steht auf, Sie schaut von ihrer Zeitung auf. Er geht zur Apotheke, schaut sich im Eingang verstohlen um, und schiebt seine Brille hoch.	
64-65	Großaufnahme: Sie lacht.	
66-67	Einblenden des Emblem: "Gib Aids keine Chance"	
	Dazu der Sprecher:	"Kondome schützen"
69-75	Einblenden der Kontaktadresse	"Wenn Sie Fragen zu AIDS haben, rufen Sie uns an. Ihre persönliche ..."

"Urlaub"



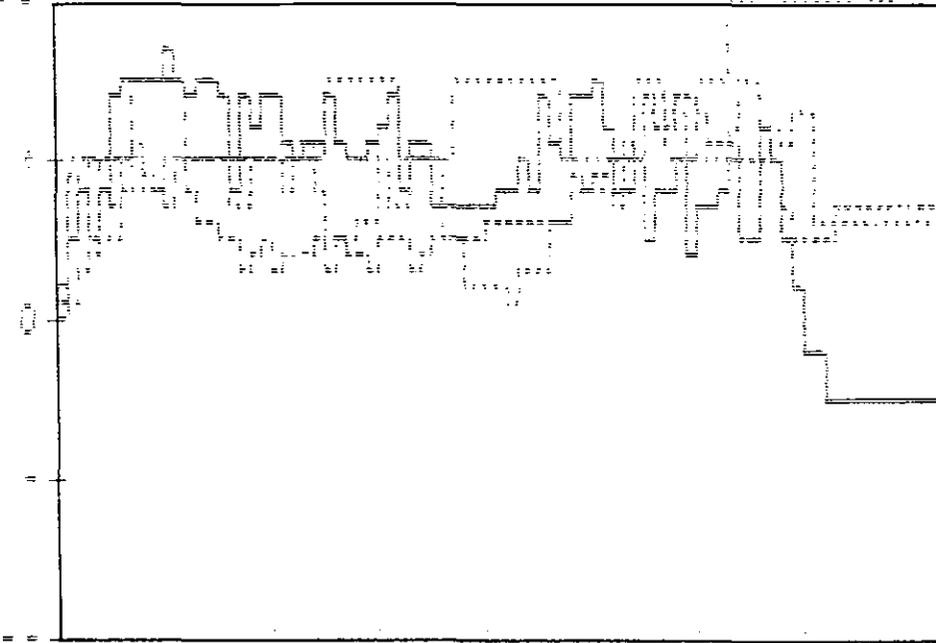
Total n=38



**Weil jede Sekunde zählt.**

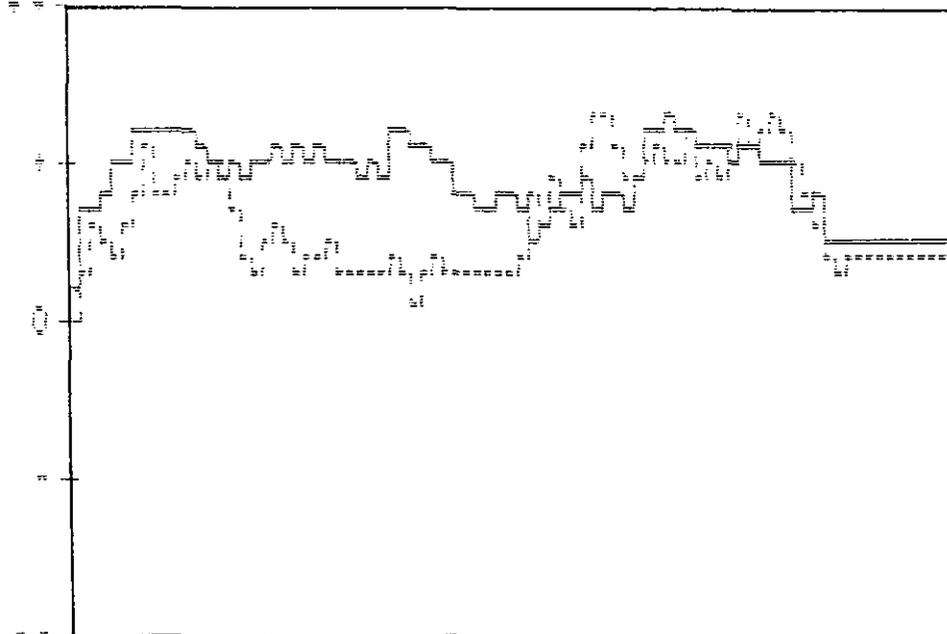
"Urlaub"

Computer: 20 | ... 24-19 | ... 36-56 | ... 84 |



TIME: 1:23 min/sec

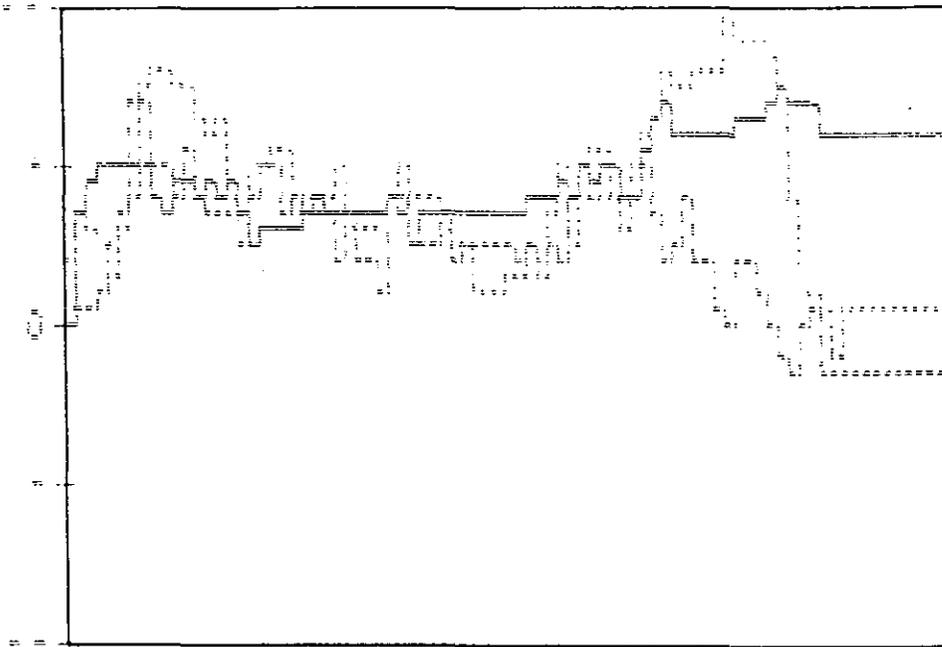
— weiblich    \* männlich



TIME: 1:23 min/sec

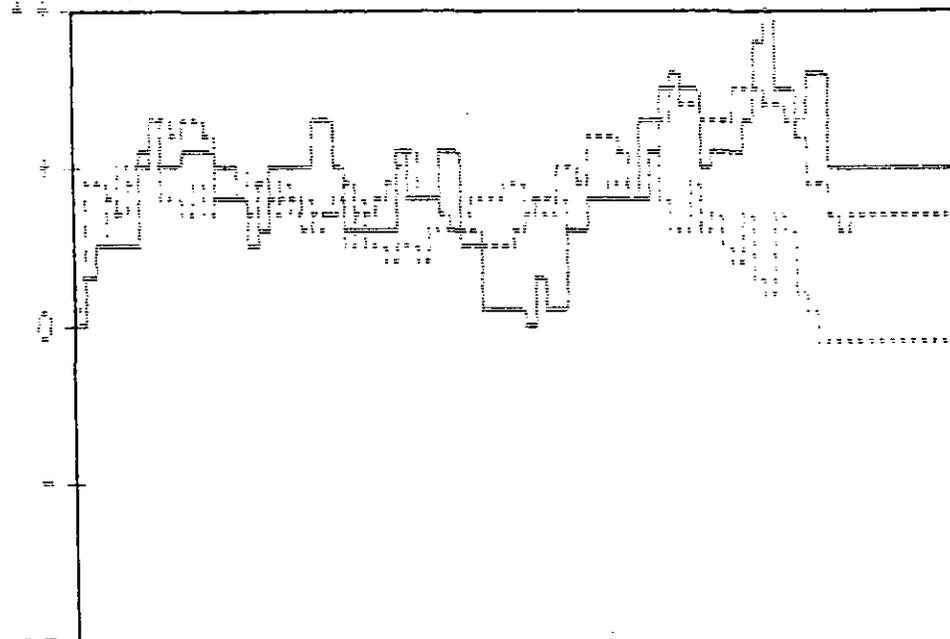
"Urlaub"

--- mit Passort allein mit Familienkarte



TIME: 1:23 min/sec

--- Hauptschule - - Realschule ..... Abi + Uni



TIME: 1:23 min/sec



## "Urlaub"

I N H A L T

"SIE HABEN ZUVOR AUCH EINEN INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG GESEHEN.

SCHREIBEN SIE UNS IM FOLGENDEN BITTE MIT EIGENEN WORTEN AUF, WAS ES DA ALLES ZU SEHEN UND ZU HÖREN GAB, WORUM ES IN DIESEM FILM GING."

- 94 JUNGE FRAU UND ÄLTERER MANN TREFFEN SICH ZUFÄLLIG UND KOMMEN INS GESPRÄCH ÜBER URLAUBSZIELE UND -PLÄNE
- 82 WARTEHALLE IM FLUGHAFEN
- 82 JUNGE FRAU DEUTET AUF AIDS-PLAKAT
- 59 MANN GEHT IN EINE APOTHEKE, UM KONDOME ZU KAUFEN
- 41 FRAU FRAGT DEN MANN, OB ER AN ALLES GEDACHT HABE (SPRICHT ABER NICHT KONKRET AUS, WAS SIE MEINT)

"Urlaub"

INHALT - FORTS.

12 JUNGE FRAU SCHAFFT SICH PLATZ (STELLT  
DIE TASCHE VOM SITZ)

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 134  
ANGABEN IN % VON N=30 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Urlaub"

H A U P T A U S S A G E

"WAS WAR IHRER MEINUNG NACH DIE HAUPTBOTSCHAFT IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG, WAS WOLLTE IHNEN DER FILM WOHL SAGEN, WAS WAR DER SPRINGENDE PUNKT ?"

- 47 JEDER SOLLTE SICH MIT KONDOMEN  
VOR AIDS SCHÜTZEN
- 29 BESONDERS BEI URLAUBSREISEN SOLLTE  
SICH JEDER VOR AIDS SCHÜTZEN
- 12 JEDER SOLLTE SICH VOR AIDS SCHÜTZEN
- 12 AIDS GEHT JEDEN AN
- 12 VORSICHT BEI DER WAHL DES PARTNERS

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 44

ANGABEN IN % VON N=30 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Urlaub"

L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS GEFALLEN HAT,  
UND WENN JA, WAS WAR DAS ?"

- |    |   |
|----|---|
| 29 | "LOCKERE", "OFFENE" ART DER FRAU                                  |
| 29 | ÜBERZEUGENDE DARSTELLUNG DER VER-<br>SCHIEDENEN CHARAKTERE        |
| 12 | FILM IST SPANNEND - MAN ERFÄHRT ERST<br>GEGEN ENDE, WORUM ES GEHT |
| 12 | ART DES SPOTS ("UNVERKRAMPFT", "NICHT<br>MORALISIEREND")          |

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 48

ANGABEN IN % VON N=30 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Urlaub"

D I S L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
AUCH ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS MISSFALLEN  
HAT, UND WENN JA, WAS WAR DAS IM EINZELNEN ?"

- |    |  |
|----|--|
| 24 | DARSTELLERIN ("ÜBERHEBLICH", "AUF-<br>DRINGLICH")                |
| 18 | KONDOMKAUF WIRD ALS PEINLICHE ANGE-<br>LEGENHEIT DARGESTELLT     |
| 12 | FILM WIRD DER ERNSTHAFTIGKEIT DES THEMAS (AIDS)<br>NICHT GERECHT |
| 12 | CHARAKTERE SIND ZU ÜBERZOGEN DARGE-<br>STELLT                    |

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 36

ANGABEN IN % VON N=30 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

URLAUB: Zusammenfassung der Nachbesprechung  
in der Testgruppe

Bereits die quantitativen Standardindizes zeigen, daß dieser Film,

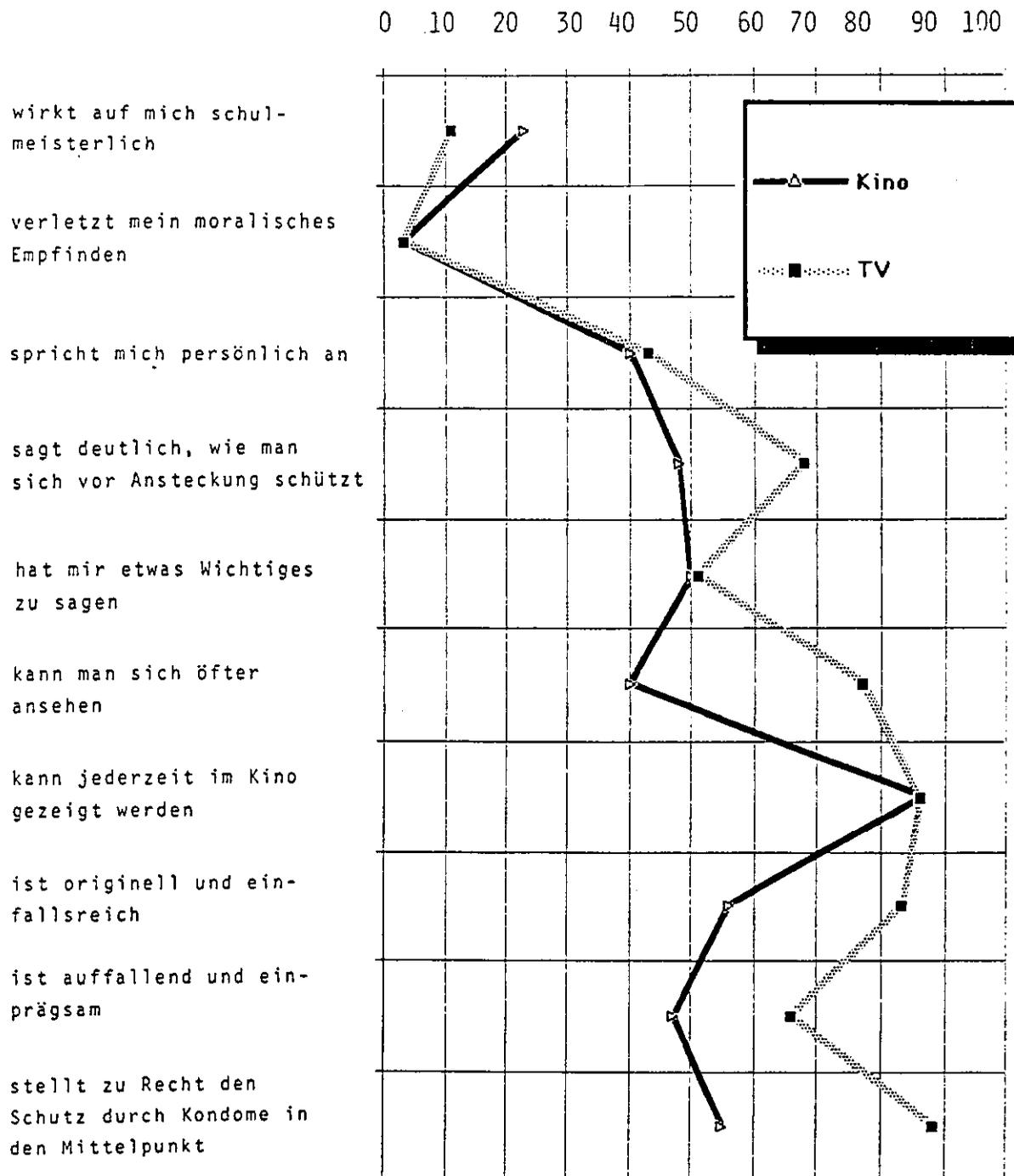
- . sofern er im Kino eingesetzt wird, durch den insgesamt anspruchsvolleren Kontext an aktueller Kinowerbung an Aktualität verliert und im Ergebnis weniger gut beurteilt wird als TV (vgl. nachfolgende Grafik);
- . und in der 'Langversion' (mit dem Zusatz "Der Dschungel ist überall") mit einem leichten Vorsprung vor der 'Kurz-Version' plaziert wird (vgl. Grafik).

Auch in der Nachbesprechung ähneln sich die Kommentare der Befragten in Inhalt und Gewichtung, so daß wir diese in der Zusammenfassung hier nochmals wiedergeben. Hier mischen sich positive und negative Kommentare mit fast gleichem Gewicht:

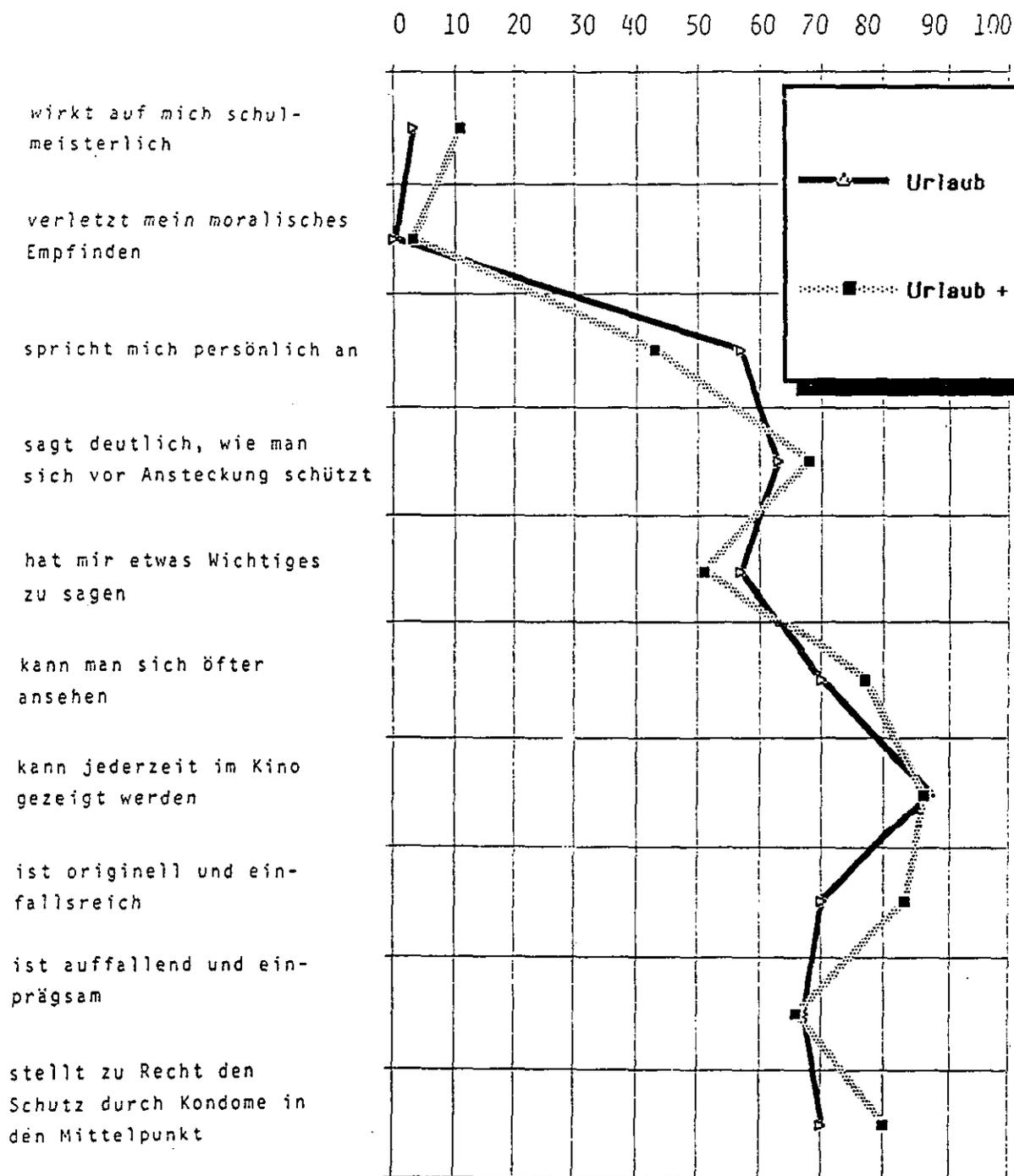
- . der Filmaufbau (Airport-Wartehalle) sowie der offen und locker geführte Urlaubsdialog der beiden Hauptdarsteller machen neugierig auf den weiteren Verlauf.
- . Die Hauptaussage des Filmes ("Der Dschungel ist überall") wird in dieser Spielepisode gut verdeutlicht: AIDS betrifft uns alle weltweit, und die Ansteckungsgefahr ist gerade in der Urlaubszeit besonders gegeben.

SKALIERTE FILMBEURTEILUNG "URLAUB +"

VERGLEICH: - KINO-PUBLIKUM (IM ALTER VON 16-30 JAHREN)  
 - TV-PUBLIKUM (IM ALTER VON 16-60 JAHREN)



"DER AIDS-INFORMATIONSFILM ..."



SKALIERTE FILM-BEURTEILUNG:

ZUSTIMMUNG (++ UND + WERTE AUF 5ER-SKALA SUMMIERT)

IN % VON N = 4 x 60 TESTPERSONEN ("URLAUB" IN ZWEI VERSIONEN BEI N = 2 x 30 TESTPERSONEN)

**Weil jede Sekunde zählt.**

- . Im Kontrast zwischen 'ihrem' selbstverständlichen Aufgeklärtsein und 'seinem' verdruckst-verstohlenen Gehabe im Umgang mit dem Kondom-Thema wird beispielhaft auch ein wichtiger Generationsunterschied (Jung-Alt) und Rollentausch (männlich-weiblich) gezeigt.

Kritische Kommentare häufen sich jedoch zu executionalen Details des Filmes:

- . die Darsteller:
  - 'Ihr' wird das Himalaya-Trekking nicht zugetraut. Ihr Auftreten wirkt für viele überdreht, forsch, aufschneiderisch bis aggressiv. "Typische Ibiza-Urlauberin".
  - 'Er' wirkt unsympathisch, sowohl als (vermutlicher) Sextourist wie auch aufgrund seiner gönnerhaft-herablassenden Einstellung zu Frauen. Dennoch ist seine gespielte Ahnungslosigkeit und Naivität übertrieben und eher parodiehaft.
- . der Dialogverlauf: Wird überwiegend nur in der Anfangsszene für wahrscheinlich gehalten, danach aber zunehmend unglaubwürdig. "Man würde selbst nie mit einem fremden Menschen über dieses Thema so reden".
- . Der plakative Hinweis auf das AIDS-Poster in der Drogerie wird doch wieder als belehrend erlebt, eben als erhobener Zeigefinger für unmündige oder gedankenlose Urlaubsreisende.

- . Drogeriebesuch: klamaukhafte Karikatur des verdreckt-peinlichen Umgangs mit Kondomen ("wie ein schlechter Witz"). Zwar ist für viele das persönliche Kondomeinkaufen noch immer durchaus unangenehm. Hier aber wurde des Guten denn doch zuviel 'geschauspielert'.

Zudem wird mit der Darstellung, wie er sich in die Drogerie schleicht, kein positives Gegenmodell vorgeführt, wie man sich selbstverständlich Kondome kaufen kann und auch soll. Es verstärken sich eh schon bestehende Vorurteile.

Die Kommentare der Testgruppen geben aber auch Aufschluß über die vergleichende Beurteilung des URLAUB-Filmes in der 'Lang'- und 'Kurzversion':

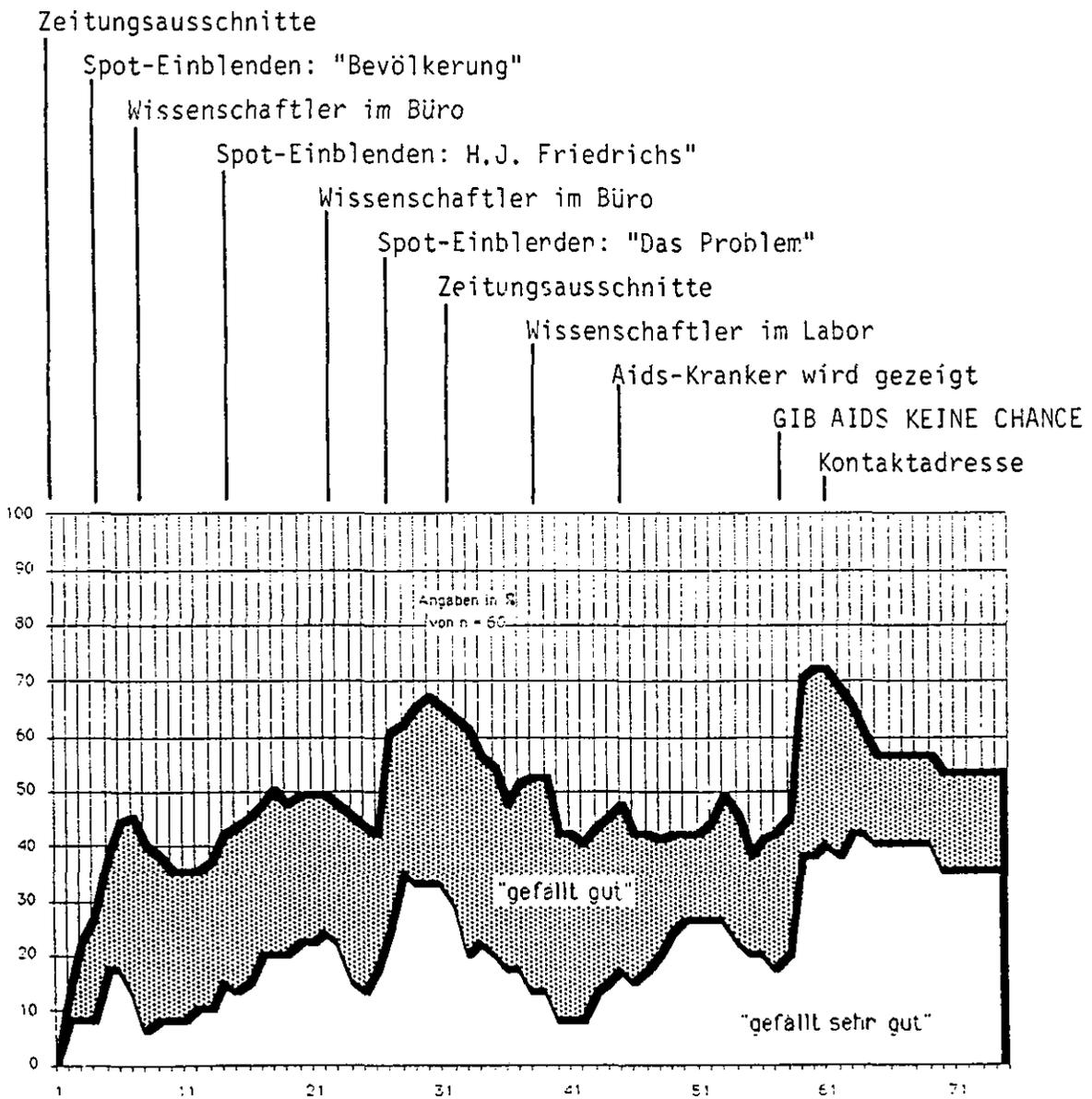
- . Die Langversion kommt, mit ihrem Kommentar "Der Dschungel ist überall", besser an: sie drückt klarer und direkter aus, worauf es diesem Film ankommt.
- . Auch erleben die Zuschauer durchaus positiv, daß die junge Frau von sich selbst wie selbstverständlich sagt, daß sie Kondome dabei hat. Diese Bemerkung nimmt der Kurzversion ihre Einseitigkeit, insofern sie die Kondomverwendung beiden Geschlechtern als Vorsorge-Aufgabe zuweist und eben nicht nur, wie in der Kurzversion, 'ihm' und dem damit dargestellten 'Sextouristen' (der ohnehin zu wenig für eine wirkungsvolle Identifikation für männliche Zuschauer hergibt).

- . Auch wird dadurch, daß 'er' das Wort 'Kondome' so deutlich ausspricht, auf dieses Thema mehr Aufmerksamkeit gerichtet als in der Kurzversion.

"Wissenschaftler"

# Spontanbeurteilung im Zeitverlauf

Top-Box-Werte: + und ++ zusammengefasst



## "Wissenschaftler"

EPISODENSTRUKTUR

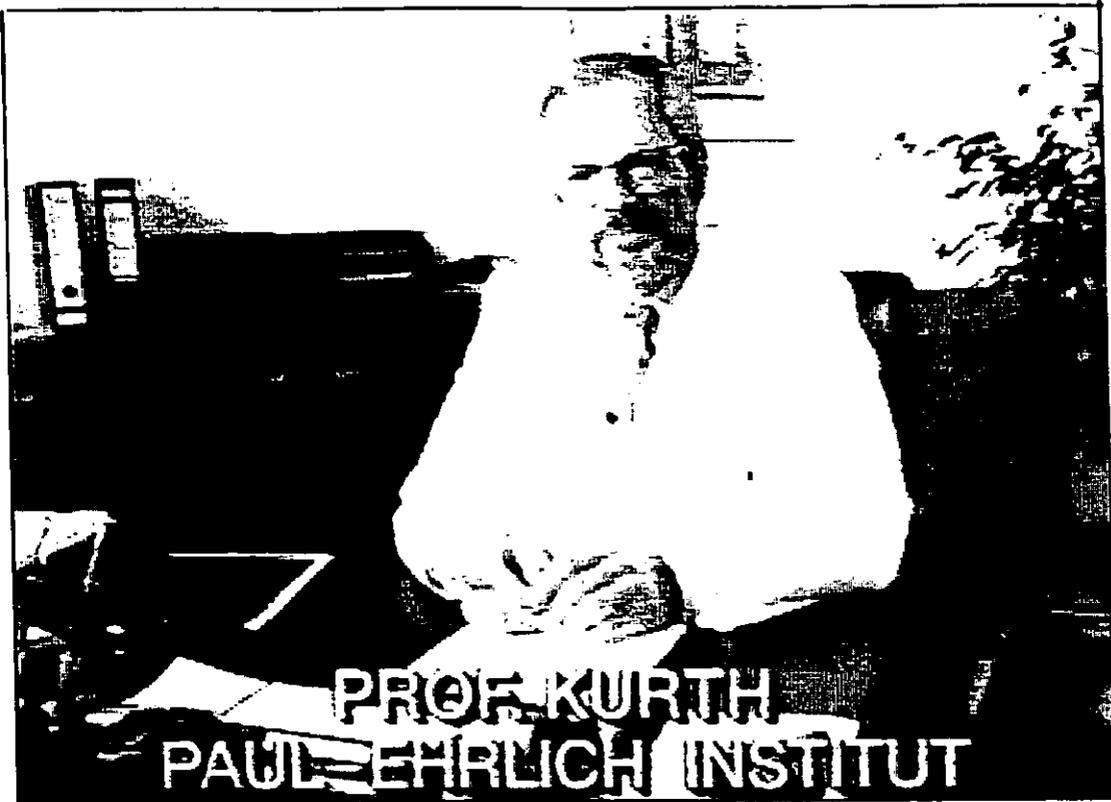
<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
0-3	Zeitungsaus- schnitt	Der 'Wissenschaftler':
4	"Bevölkerung"	"Das Problem Aids stellte sich 1986 so dar:
6	Wissenschaftler im Büro	Die Unsicherheit war groß ... Unsere Erfahrungen haben jedoch be- stätigt, daß der alltägliche, soziale Kontakt völlig ungefährlich ist,
14	"H.J. Friedrichs"	darüber haben auch Aufklärungs-Kam- pagnen informiert. Bei Kontakten mit Blut gilt es die Hygienevorschriften strikt einzuhalten.
22	Wissenschaftler im Büro	Der Hauptübertragungsweg ist unverändert der ungeschützte Geschlechtsverkehr:
26	"Das Problem"	Hier schützt das Kondom vor einer An- steckung mit Aids.
31	Zeitungsaus- schnitt	Aids ist zur Zeit kein großes Thema in den Medien, aber täglich infizieren sich Menschen mit HIV.
37	Wissenschaftler im Labor	Es wird intensiv nach einem Impfstoff und einem Heilmittel geforscht, aber noch ist die Krankheit nicht heilbar.
45-52	Aids-Kranker wird gezeigt	Der zahlenmäßige Anstieg der Infizierten und Kranken hat sich lediglich ver- langsamt, aber niemand kann sorglos sein.  Die Ausbreitung der Krankheit ist nicht gebannt: Schützen Sie sich."

"Wissenschaftler"

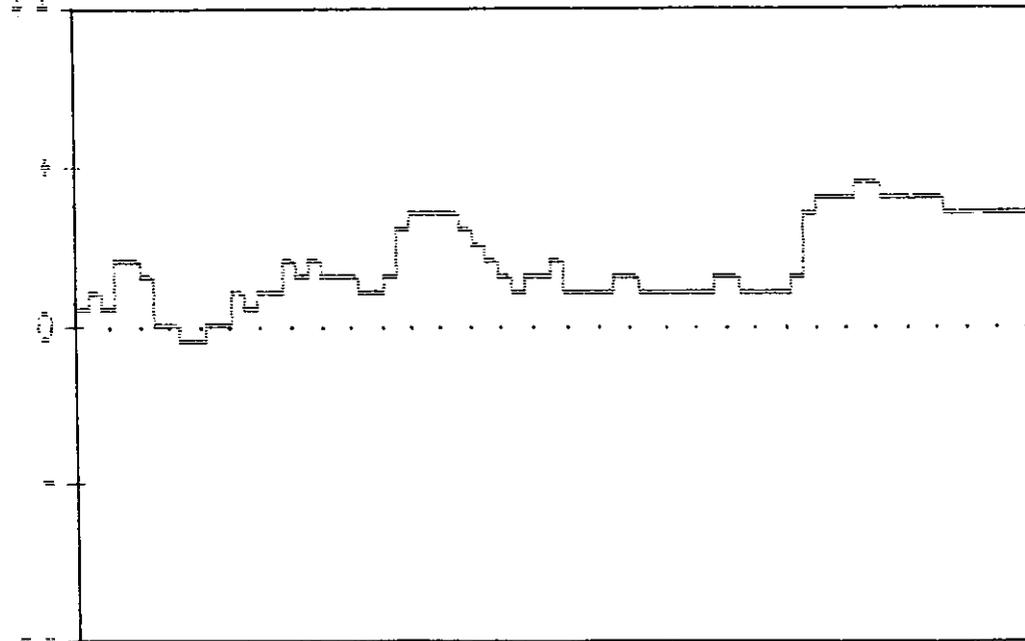
EPISODENSTRUKTUR - FORTSETZUNG

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
58	GIB AIDS KEINE CHANCE (Emblem wird ein- geblendet)	Sprecher: "Kondome schützen"
61-72	Kontaktadresse/ Nachspann	Sprecher: "Wenn Sie Fragen zu Aids haben, rufen Sie uns an. Die persönliche ..."

"Wissenschaftler"



— Total n=60

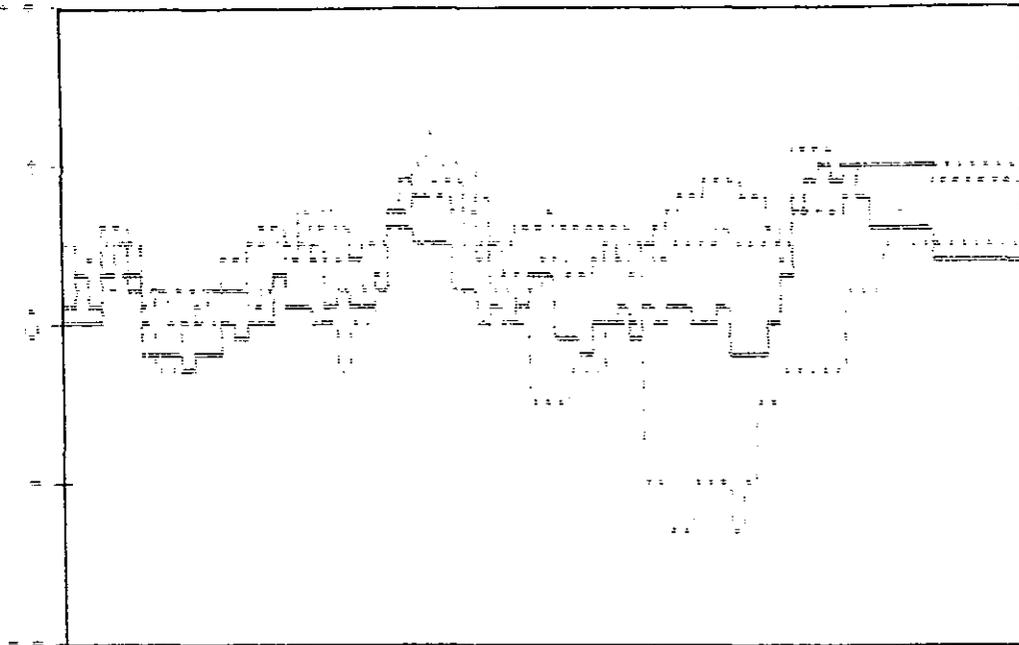


TIME: 1:05 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

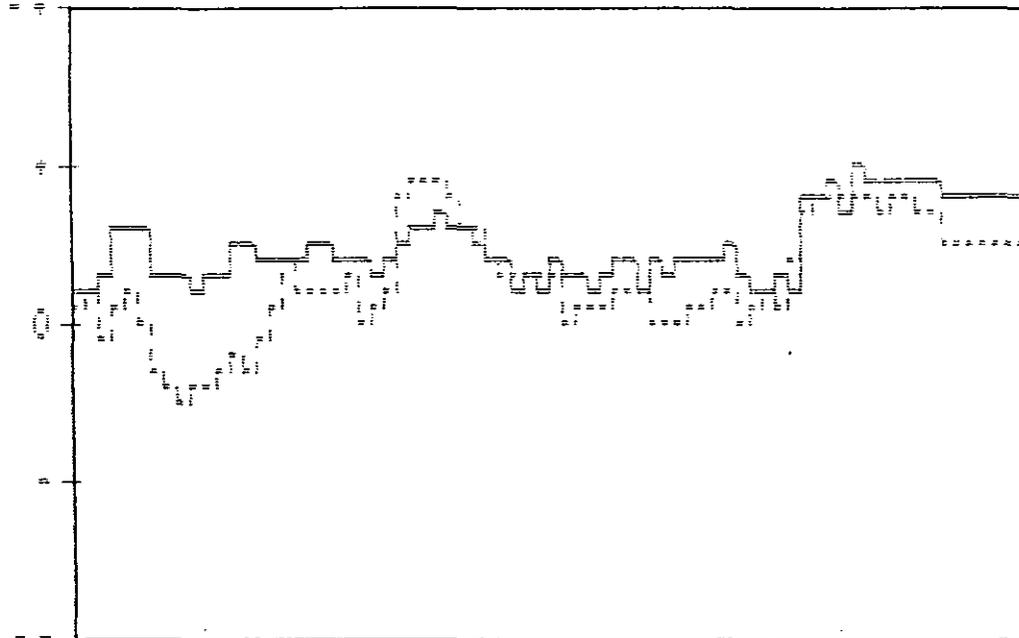
"Wissenschaftler"

----- weiblich      \*\*\* männlich



TIME: 1:15      min/sec

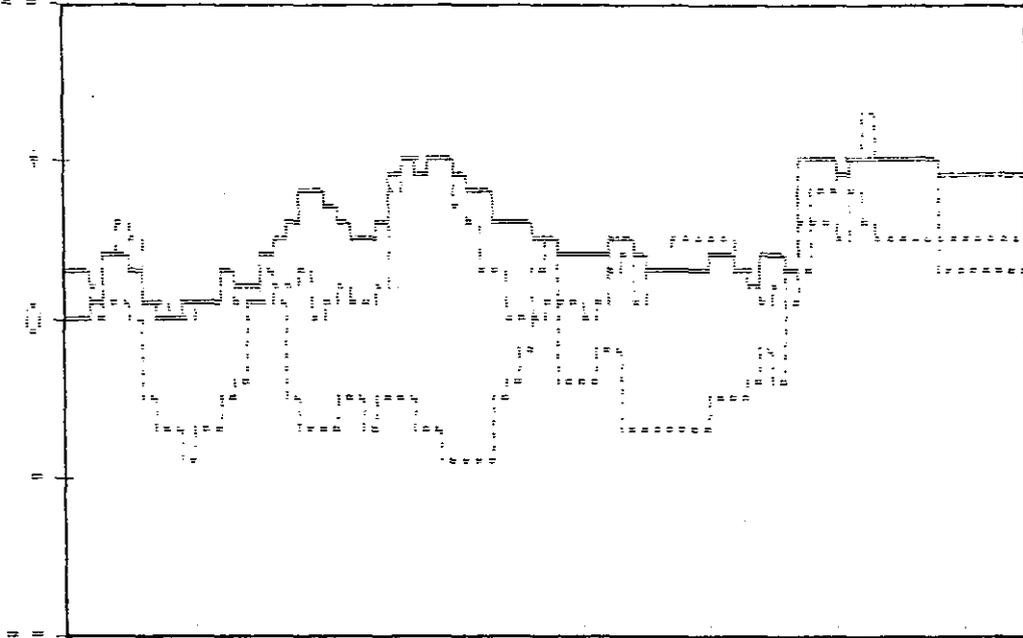
----- weiblich      \*\*\* männlich



TIME: 1:15      min/sec

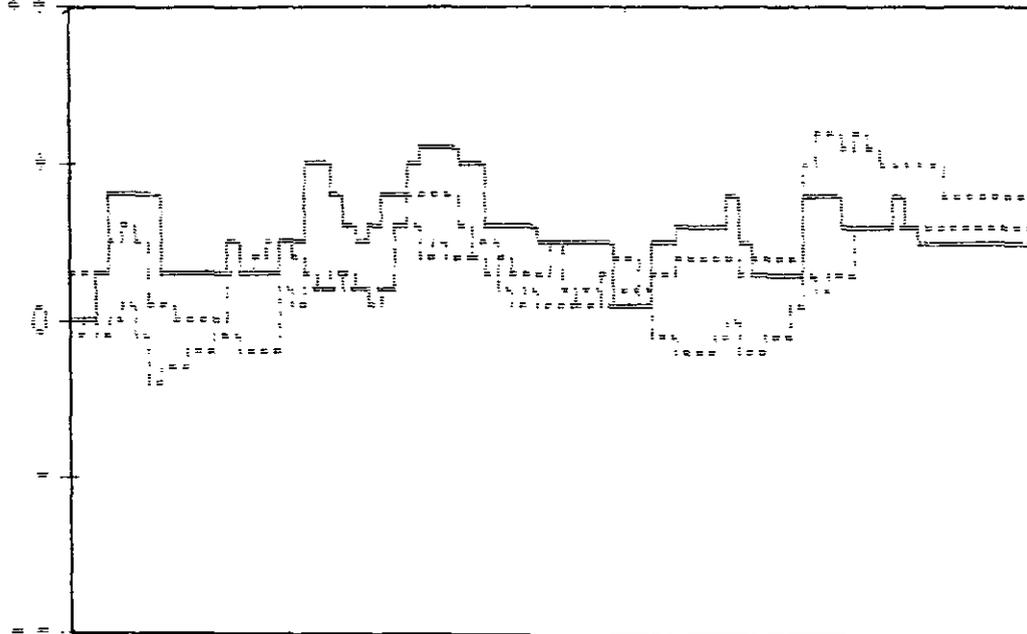
"Wissenschaftler"

— mit Partei + alle in mit Partei + ohne



TIME: 1:15 min/sec

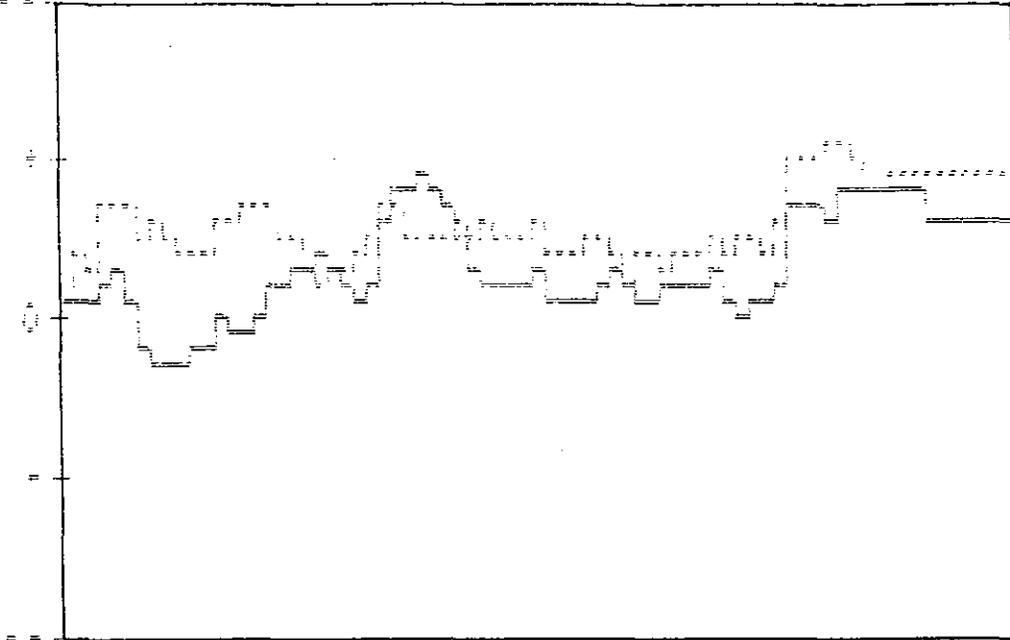
— Hauptschule ... Realschule ... Abi + Uni



TIME: 1:15 min/sec

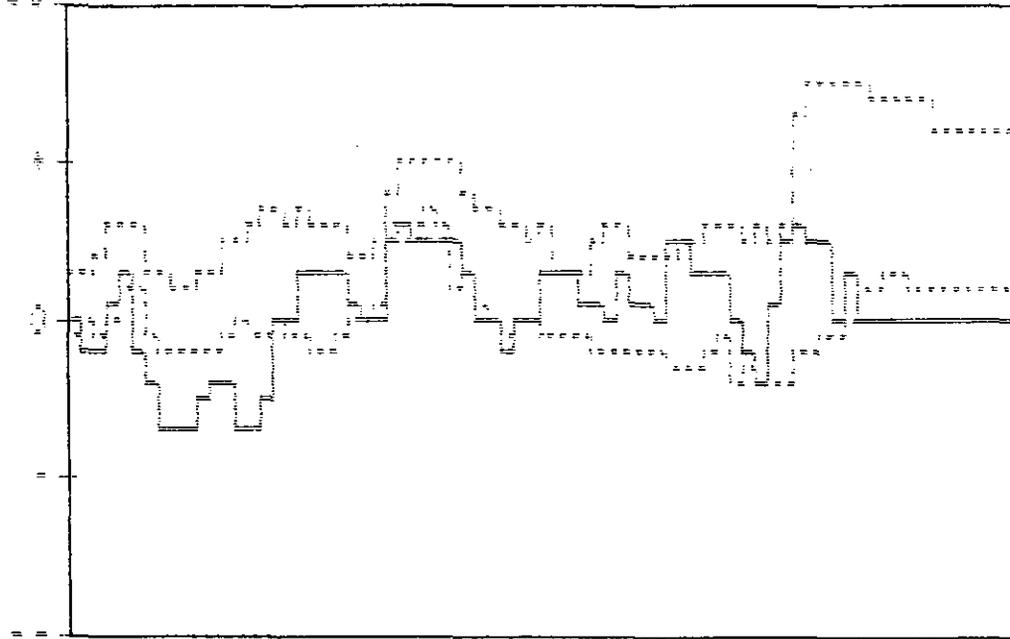
"Wissenschaftler"

Wissenschaftler ist ja so unheimlich



TIME: 1:15 min/sec

religiös ist ja so sehr überhaupt ni



TIME: 1:15 min/sec

WISSENSCHAFTLER: Nachbesprechung in der  
in der Testgruppe

Wird als AIDS-Film zwar überdurchschnittlich gut erinnert, erreicht dies aber nur um den Preis einer geminderten Akzeptanz beim Publikum:

- . Zwar informiert der Film 'aus berufenem Munde' auf sachlich-nüchterne und klare Art über AIDS, was bei anderen AIDS-Spots häufig zu kurz kommt, kommt auch gleich auf das Thema zu sprechen und verzichtet dabei wohltuend auf Gesten der Panikmache, Verängstigung und Einschüchterung. Auch suggeriert die ruhig-zuversichtliche Sprechweise des Wissenschaftlers, alles sei bei vernünftigem und einsichtigem Umgang mit Kondomen 'in den Griff zu bekommen', wissenschaftlich wie persönlich.

Eben diese Vorteile werden von einer Reihe von Zuschauern aber auch wieder kontrovers bewertet:

- . Die hier gewählte Vortragsform wirkt trocken, abwechslungsarm und deshalb langweilig.
- . Die Stimme des Wissenschaftlers hört sich kühl, neutral und unbeteiligt, sogar monoton bis einschläfernd an. Auch wirkt sie ganz so, als ginge das Thema AIDS den Sprecher selbst wenig an.
- . Von seinem Inhalt her besteht der Vortrag aus einer Nacherzählung und Zusammenfassung bereits bekannter Sachverhalte, neue Informationen werden nicht geboten, die Zitate aus früheren Aufklärungsfilmen unterstreichen diese Retrospektive.

- . Das führt dazu, daß die Zuschauer meinen, dieser Film sei von seinem Aufklärungsziel her für eine jeweils andere Zielgruppe gedacht und gemacht worden, also z.B. für Ältere (sagen jüngere Zuschauer) bzw. für Jüngere (sagen die Älteren). Das persönliche Involvement fällt bei diesem Film denn auch eher niedrig aus.
- . Die Wahl eines 'Professors' als Aufklärungsinstanz, im weißen Labormantel, vor wissenschaftlichem Gerät, Bücherschrank und Studierstube, gibt seinen Verlautbarungen zwar den Charakter des wissenschaftlich Offiziösen, unterstreicht aber auch den belehrend-schulmeisterlichen Gestus seines Vortrages.
- . Der Sprechtext des Wissenschaftlers ist für viele Zuschauer zu lang und enthält zu viele Aussagen. In der Folge konzentrieren diese sich nur auf Ausschnitte seiner Äusserungen, während andere verloren gehen oder sogar mißverstanden werden. So hören einige z.B. die Aussage heraus, "die Zunahme von AIDS sei gestoppt."

Vor allem aber trägt die Auseinandersetzung der Zuschauer mit diesem Film dazu bei, einige Voraussetzungen eines AIDS-Informationsfilmes von höherer Akzeptanz abzustecken, die vor allem durch Zuschauererwartungen an

- . Originalität
- . visuelle Gefälligkeit
- . Unterhaltungswert
- . und Eingängigkeit

bestimmt werden und von diesem Film offenbar nicht hinreichend erfüllt werden.

"Wissenschaftler"

I N H A L T

"SIE HABEN ZUVOR AUCH EINEN INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG GESEHEN.

SCHREIBEN SIE UNS IM FOLGENDEN BITTE MIT EIGENEN WORTEN AUF, WAS ES DA ALLES ZU SEHEN UND ZU HÖREN GAB, WORUM ES IN DIESEM FILM GING."

- 80 DIE ANSTECKUNGSMÖGLICHKEITEN WERDEN  
AUFGEZEIGT (UNGESCHÜTZTER VERKEHR/  
BLUT)
- 63 KONDOMGEBRAUCH ALS SCHUTZMAßNAHME
- 47 AIDS IST ZUR ZEIT NOCH NICHT HEILBAR
- 42 KURZE AUSSCHNITTE AUS FRÜHEREN FILMEN  
DER BZGA WERDEN GEZEIGT
- 40 AIDS IST KAUM NOCH AKTUELLES MEDIENTHEMA,  
DURCHAUS ABER AKUTE GEFAHR
- 37 KONTAKTADRESSE WIRD EINGEBLENDET

## "Wissenschaftler"

INHALT - FORTS.

- 33 BEI ALLTÄGLICHEN SOZIALEN KONTAKTEN  
BESTEHT KEINE ANSTECKUNGSGEFAHR
- 22 'GIB AIDS KEINE CHANCE'
- 20 EIN WISSENSCHAFTLER /FORSCHER ALS  
MODERATOR
- 18 AUFNAHMEN EINES AIDS-PATIENTEN
- 15 ARBEIT IN EINEM FORSCHUNGSLABOR

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 254

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Wissenschaftler"

H A U P T A U S S A G E

"WAS WAR IHRER MEINUNG NACH DIE HAUPTBOTSCHAFT IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG, WAS WOLLTE IHNEN DER FILM WOHL SAGEN, WAS WAR DER SPRINGENDE PUNKT ?"

- 43 KONDOME SIND EIN SCHUTZ VOR AIDS
- 38 ES GIBT ZUR ZEIT NOCH KEIN HEILMITTEL GEGEN AIDS
- 37 AIDS IST KAUM NOCH AKTUELLES MEDIENTHEMA, DURCHAUS ABER AKUTE GEFAHR
- 27 DIE GEFAHR EINER AIDS-ANSTECKUNG SOLLTE NIEMAND UNTERSCHÄTZEN
- 27 JEDER KANN SICH VOR ANSTECKUNG SCHÜTZEN
- 15 DER KONTAKT MIT BLUT BIRGT EINE GROBE GEFAHR DER ANSTECKUNG IN SICH
- 15 AIDS-INFIZIERTE SOLLEN NICHT AUSGEGRENZT WERDEN

"Wissenschaftler"

L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS GEFALLEN HAT,  
UND WENN JA, WAS WAR DAS ?"

- |    |  |
|----|--|
| 43 | FILM INFORMIERT AUF NÜCHTERN-SACHLICHE<br>ART                                  |
| 17 | EINBLENDUNG DER KONTAKTADRESSE DER BZGA  |
| 15 | EINBLENDEN "HERZ"-KONDOM   |
| 15 | HINWEIS AUF KONDOMBENUTZUNG ALS SCHUTZ VOR<br>ANSTECKUNG                       |
| 13 | AIDS IST ZWAR KEIN AKTUELLES MEDIENTHEMA<br>MEHR, DIE ANSTECKUNGSGEFAHR BLEIBT |
| 12 | RÜCKBLENDE AUF ÄLTERE FILME  |
| 12 | HINWEIS DARAUF, DAB AIDS NUR EINIGE WENIGE<br>ÜBERTRAGUNGSWEGE HAT             |

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 97

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Wissenschaftler"

HAUPTAUSSAGE -FORTS.

- 12 BEI ALLTÄGLICHEN SOZIALKONTAKEN BESTEHT  
KEINE GEFAHR DER ANSTECKUNG
- 10 HINWEIS AUF BERATUNGSSTELLE
- 10 UNGESCHÜTZTER GESCHLECHTSVERKEHR BIRGT  
EINE GROBE GEFAHR DER ANSTECKUNG IN SICH

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 144

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

## "Wissenschaftler"

D I S L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
AUCH ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS MISSFALLEN  
HAT, UND WENN JA, WAS WAR DAS IM EINZELNEN ?"

- |    |   |
|----|---|
| 30 | FILM IST LANGWEILIG                                     |
| 17 | FILM IST ZU SACHLICH                                    |
| 15 | ARZT WIRKT DOZIEREND/BELEHREND                          |
| 15 | EINBLENDEN DES AIDS-PATIENTEN                           |
| 12 | PERSON DES ARZTES WIRKT NICHT ÜBERZEUGEND               |
| 12 | ZU RASCHE BILDERABFOLGE ZU BEGINN DES<br>FILMES         |
| 10 | EINBLENDEN MEHRERER KLEINER BILDER IN<br>DAS GESAMTBILD |
| 10 | FILM IST ZU LANG  |

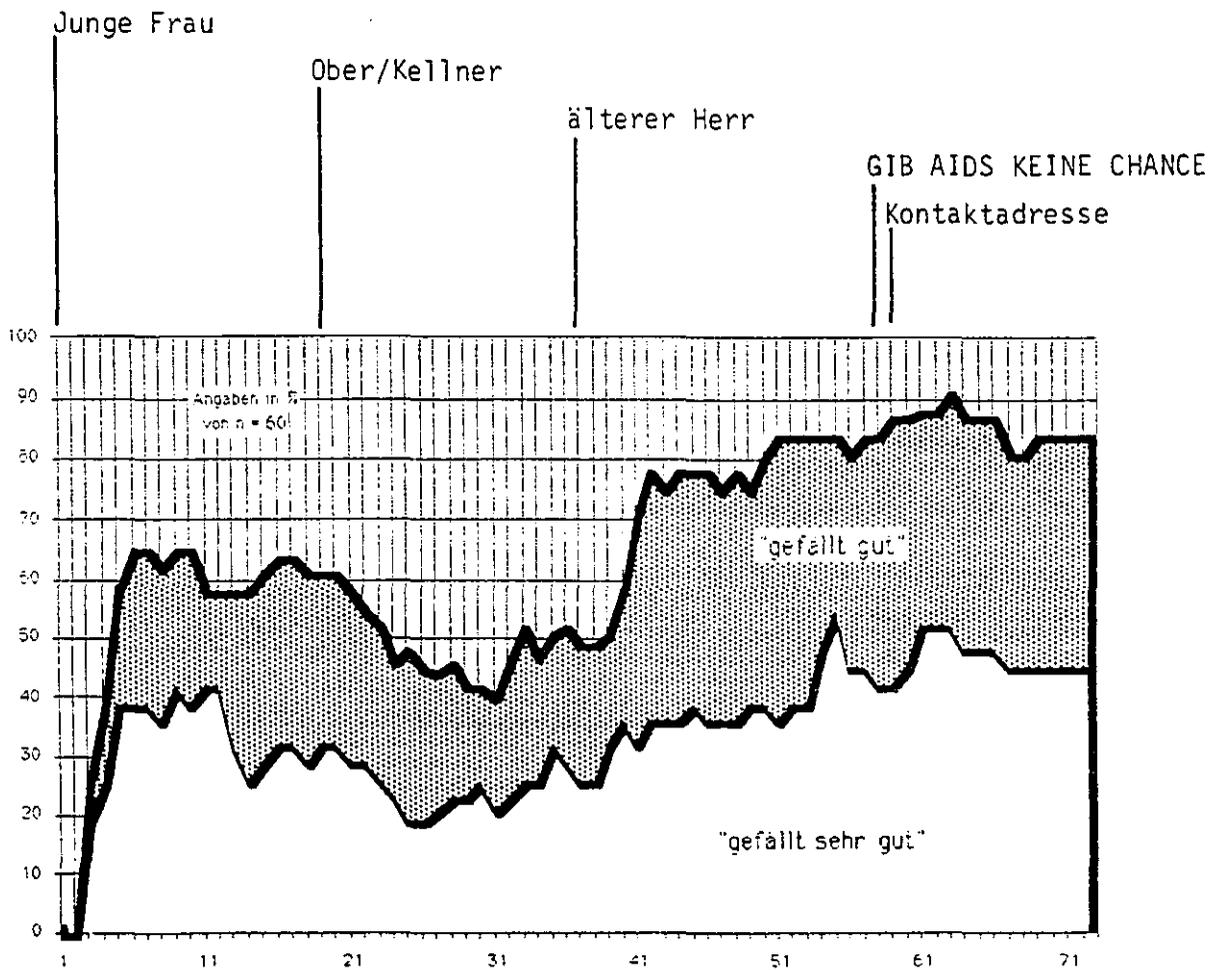
INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 86

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Stellungnahme"

# Spontanbeurteilung im Zeitverlauf

Top-Box-Werte: + und ++ zusammengefasst



"Stellungnahme"

EPISODENSTRUKTUR

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
0-18	Junge Frau in Großaufnahme	<p>Sprecher (nachfolgend Spr.): "Entschuldigen Sie, ich wollte Sie zum Thema Aids etwas fragen."</p> <p>Sie : "Soll das 'ne Anmache sein ?"</p> <p>Spr.: "Nein, Nein. Wie schützen Sie sich vor Aids ?"</p> <p>Sie : "Mit Kondomen - kein Thema."</p> <p>Spr.: "Und ...wie finden Sie Kondome ?"</p> <p>Sie : "Hmm ...Gut."</p> <p>Spr.: "Und ... ihr Freund ?"</p> <p>Sie : "Den hab' ich überzeugt, der findet's auch gut."</p>
19-34	Ober/Kellner in Großaufnahme	<p>Spr.: "Aach, äh ... Herr Ober ?"</p> <p>Ober: "Mein Kollege kommt gleich."</p> <p>Spr.: "Nein, Nein. Ich wollte Sie etwas fragen."</p> <p>Ober: "Bitte ?"</p> <p>Spr.: "Glauben Sie, daß man sich an einem Glas mit Aids infizieren kann ?"</p> <p>-lacht-</p> <p>Ober: "Ach, hören Sie ...an einem Glas ...nein, das ist nun wirklich nicht möglich!"</p>

"Stellungnahme"

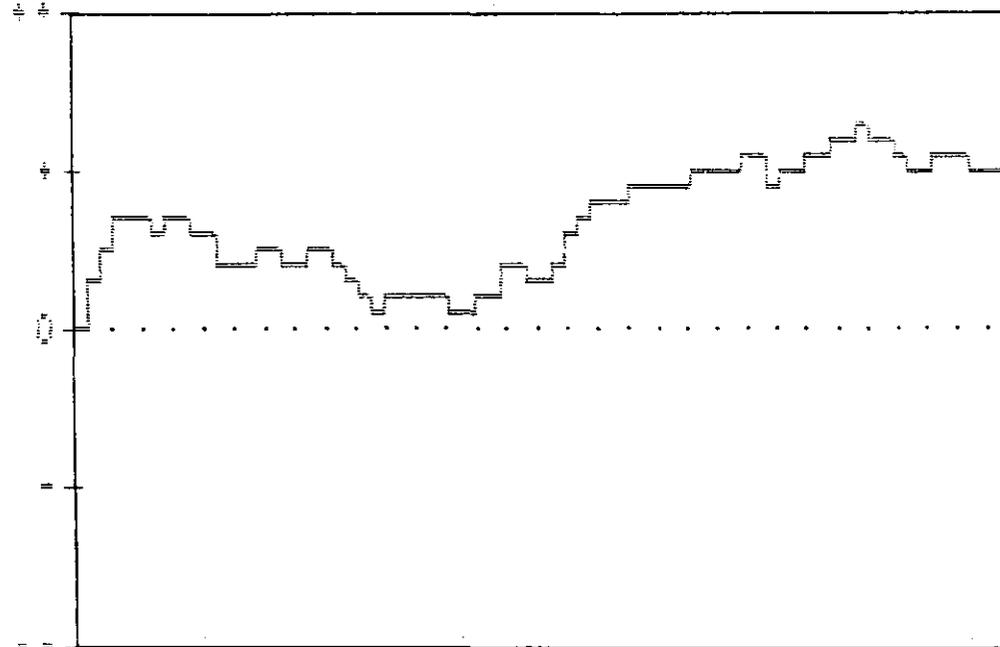
EPISODENSTRUKTUR - FORTSETZUNG

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
35-55	Älterer Herr in Großaufnahme	Spr.: "Darf ich Sie etwas fragen ? ... Darf ich Sie mal etwas fragen ?"  Herr: "Ja, bitte ?"  Spr.: "Würden Sie wegen Aids auf Sex verzichten ?"  Herr: "Wie bitte ?"  Spr.: "Würden Sie wegen Aids eher auf Sex verzichten, oder Kondome nehmen ?"  -lacht-  Herr: "Aaha, nein ! Ich verzichte doch nicht auf Sex, haha, niemals !"
56-58	GIB AIDS KEINE CHANCE (Emblem wird ein- geblendet)	Spr.: "Kondome schützen"
59-72	Kontaktadresse/ Nachspann	Spr.: "Wenn Sie Fragen zu Aids haben, rufen Sie uns an. Die persönliche ..."

"Stellungnahme"



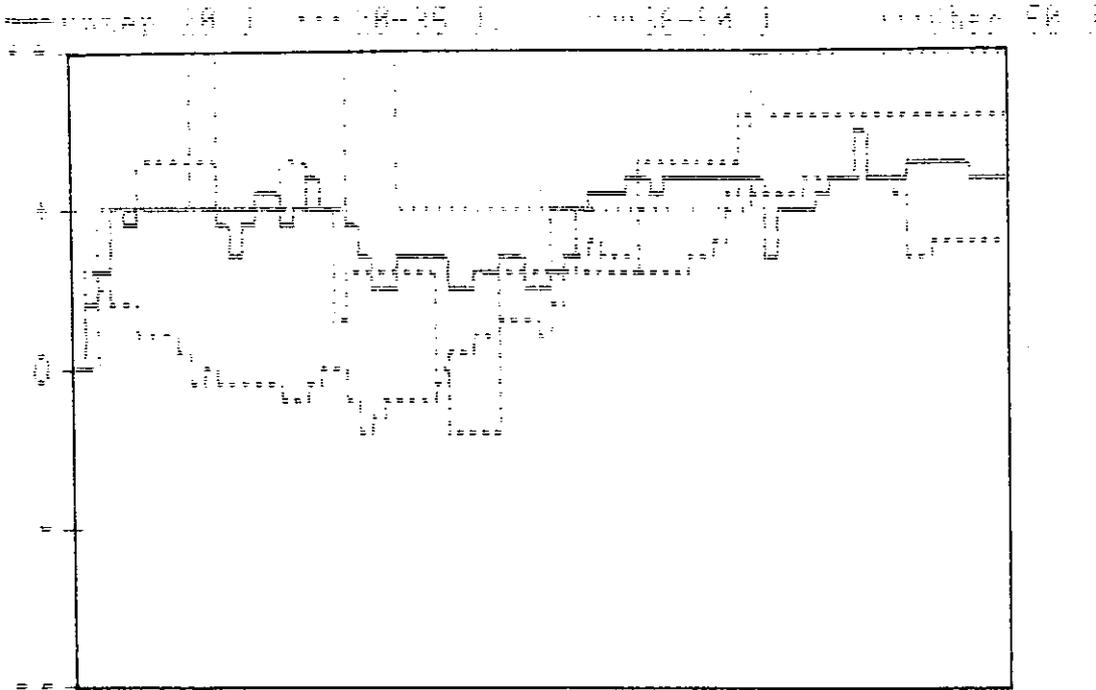
— Total n=60



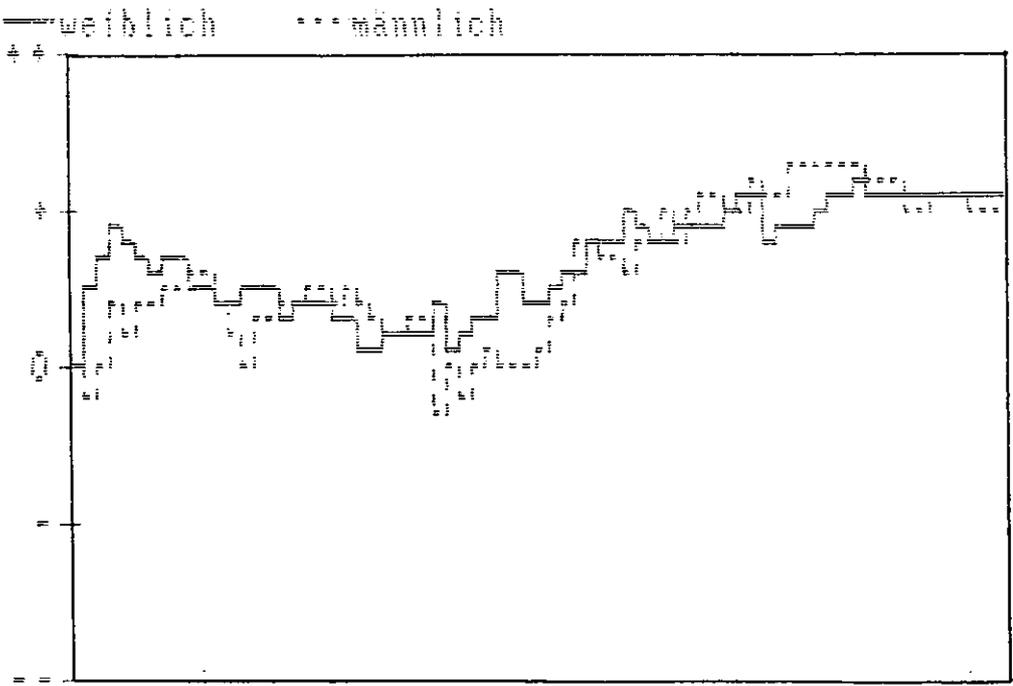
TIME: 1:13 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

"Stellungnahme"



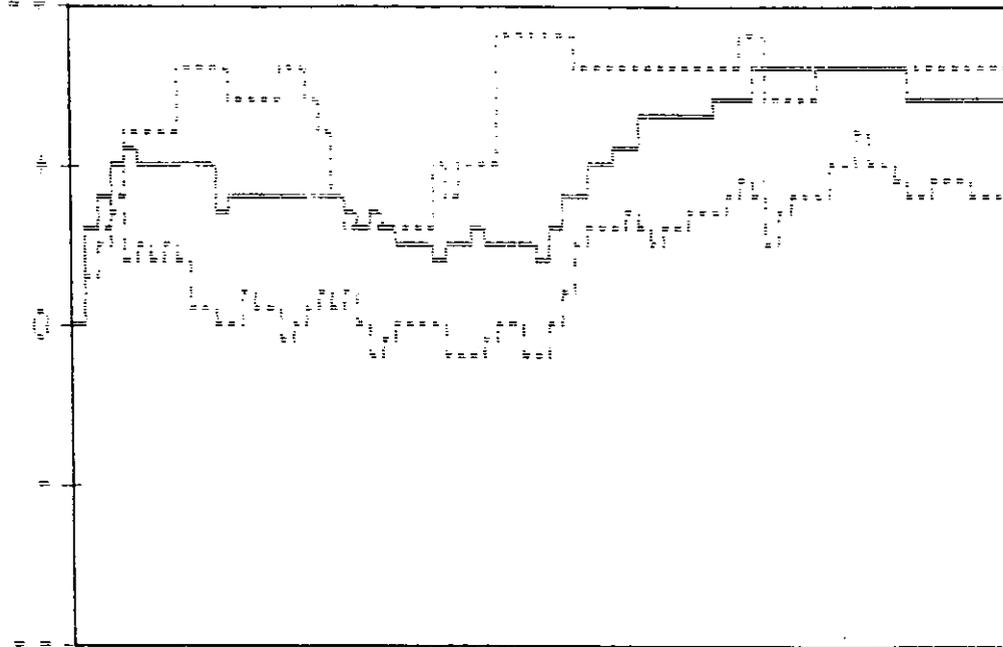
TIME: 1:13 min/sec



TIME: 1:13 min/sec

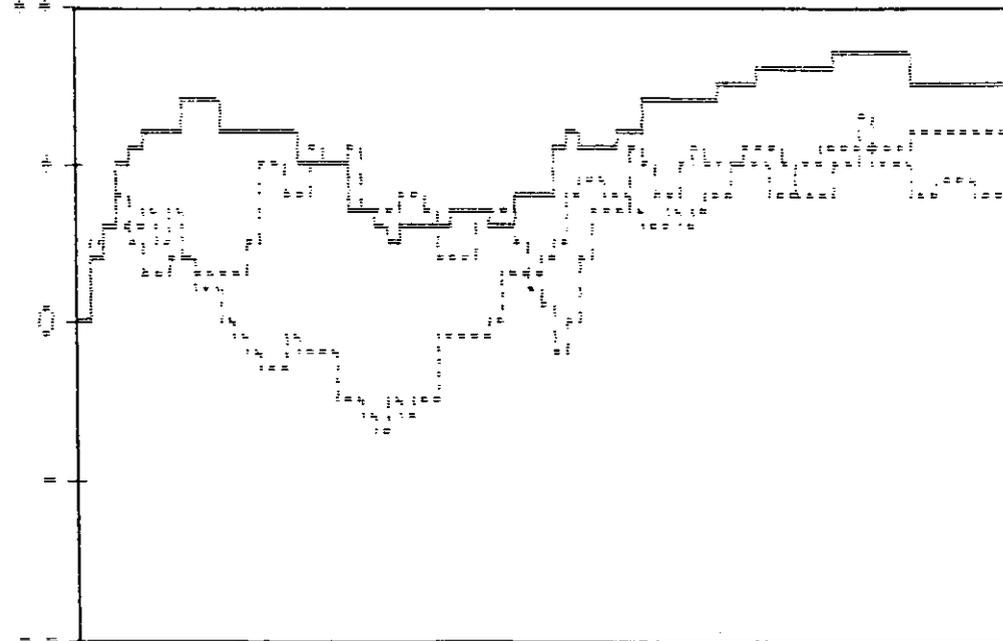
"Stellungnahme"

— zur mit ... ein mit ... ohne



TIME: 1:13 min/sec

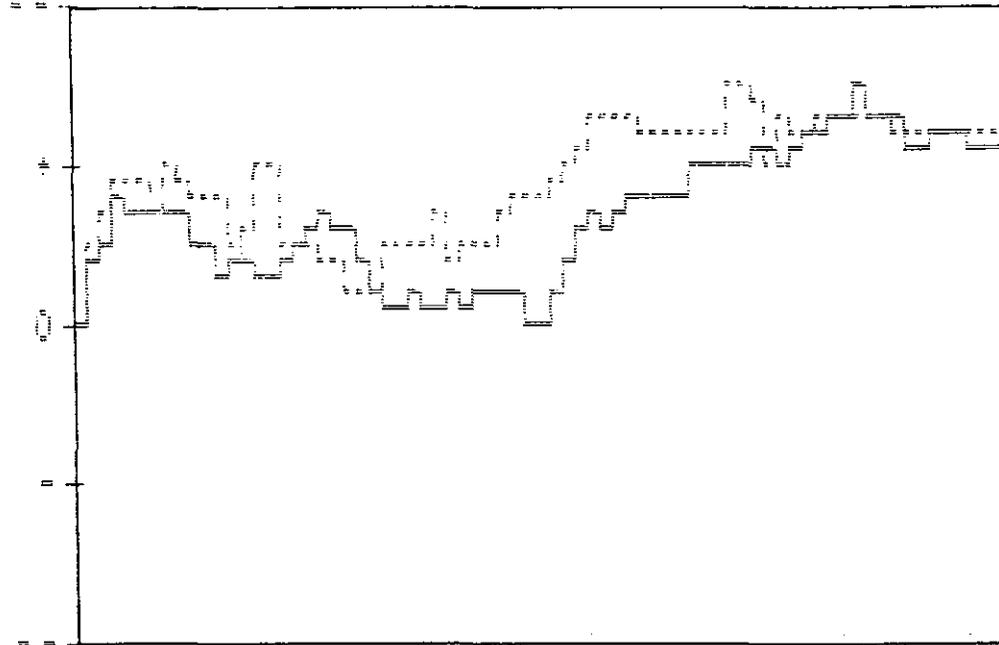
— Hauptschule - - Realschule - - - - Abi + Uni



TIME: 1:13 min/sec

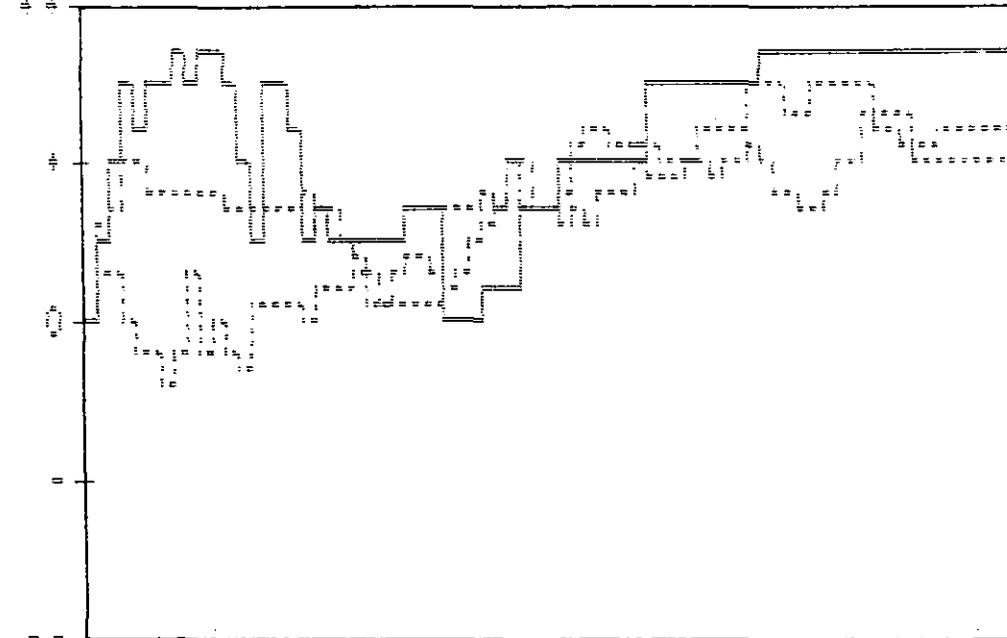
"Stellungnahme"

--- RandomEnt 15 --- RandomEnt 16



TIME: 1:13 min/sec

--- e. re. 15:10e --- n. so sehr --- überhaupt ni



TIME: 1:13 min/sec

STELLUNGNAHME: Nachbesprechung  
in der Testgruppe

Dieser AIDS-Film ist durch das Auftreten von drei verschiedenen Personen und den Inhalt ihrer jeweiligen Aussagen in drei Teile von ganz unterschiedlicher Akzeptanz gegliedert:

- . Ersichtlich findet vor allem der "Ältere Herr" die Spontansympathie des Publikums,
- . mit einem deutlichen Abstand gefolgt von der "Jungen Frau" in der Eingangsszene.
- . Den "Kellner" hingegen beurteilt nur eine Minderheit gut.

Zur Erläuterung dieser Beurteilungsunterschiede äußern die Zuschauer folgendes:

- . "Junge Frau": Wirkt auf Anhieb zwar zunächst sympathisch, wird aber durch den Inhalt ihrer Aussagen zunehmend als unnatürlich, übertrieben bis unglaubwürdig erlebt. Kondom-Verwendung wird mehrheitlich eben bestenfalls als notwendiges Übel betrachtet, 'ihren' Äußerungen zufolge jedoch als spaßiger Zeitvertreib ohne unangenehme Begleitumstände. Das nimmt man 'ihr' so nicht ab. Auch wird eingewendet, es sei widersinnig; wenn sie den Freund erst habe überzeugen müssen, "dann kommt das Kondom zu spät".

- . "Kellner": Sollte wohl auflockernd wirken, eignet sich jedoch durch sein Lachen nicht so recht als Überzeugungsinstanz dafür, seinem Publikum mitzuteilen, daß eine Ansteckung "übers Glas" nicht möglich sei. Wer die früheren Aufklärungsfilme mit HJ Friedrichs nicht schon kennt, wird es dieser Aussage des Kellners nicht so ohne weiteres abnehmen. Viele bemängeln, daß hier eben irgendwer seine Privatmeinung äußert, ohne daß sicher gestellt ist, ob das auch zutrifft.
  
- . "Älterer Herr": Wirkt als Darsteller überaus sympathisch mit seiner verblüffend-klaren Aussage, daß Sex auch in seinem Alter noch wichtig ist. Für andere Zuschauer jedoch ist 'er' zu alt und deshalb gestellt, übertrieben und unglaubwürdig, für einige Zuschauer, mit seiner Schwerhörigkeit, sogar fast peinlich.

Zudem besagt seine Äusserung lediglich, daß Sex im Alter etwas durchaus Normales ist; ein Bezug zu AIDS und Kondomschutz ist daraus nicht (unmittelbar) herauszuhören.

## "Stellungnahme"

I N H A L T

"SIE HABEN ZUVOR AUCH EINEN INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG GESEHEN.

SCHREIBEN SIE UNS IM FOLGENDEN BITTE MIT EIGENEN WORTEN AUF, WAS ES DA ALLES ZU SEHEN UND ZU HÖREN GAB, WORUM ES IN DIESEM FILM GING."

- 63 KELLNER SAGT, DAB AIDS NICHT IM KONTAKT ZUM GLAS ÜBERTRAGEN WERDEN KANN
- 58 ÄLTERER MANN WIRD GEFRAGT, OB ER WEGEN AIDS AUF SEX VERZICHTEN, ODER LIEBER KONDOME BENUTZEN WÜRDE
- 57 ÄLTERER MANN LACHT UND SAGT, ER WÜRDE NIE WEGEN AIDS AUF SEX VERZICHTEN
- 40 JUNGE FRAU BERICHTET ÜBER EIGENE ERFAHRUNG MIT KONDOMEN
- 38 JUNGE FRAU WIRD GEFRAGT, WIE SIE SICH VOR AIDS SCHÜTZT
- 18 JUNGE FRAU WIRD GEFRAGT, WAS IHR FREUND ZUM GEBRAUCH VON KONDOMEN DENKT

"Stellungnahme"

INHALT - FORTS.

- 18 DIE INTERVIEWSITUATION MIT DEM 'UNSICHT-  
BAREN' REPORTER
- 15 KONTAKTADRESSE WIRD EINGEBLENDET
- 12 KONDOME SCHÜTZEN VOR AIDS

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 229

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

## "Stellungnahme"

HAUPTAUSSAGE

"WAS WAR IHRER MEINUNG NACH DIE HAUPTBOTSCHAFT IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG, WAS WOLLTE IHNEN DER FILM WOHL SAGEN, WAS WAR DER SPRINGENDE PUNKT ?"

- 47       SEX NUR MIT KONDOM-SCHUTZ
- 55       AIDS KANN NICHT IM KONTAKT ZUM GLAS  
          ÜBERTRAGEN WERDEN
- 33       VERZICHT AUF SEX MUß NICHT SEIN
- 23       AIDS GEHT ALLE AN
- 17       DER SPOT SOLL ZUM NACHDENKEN ÜBER AIDS ANREGEN
- 15       SEX GEHT AUCH ALTE LEUTE AN
- 15       PARTNER KÖNNEN SICH GEGENSEITIG MIT KON-  
          DOMEN SCHÜTZEN
- 13       KONDOME ALS BESTE SCHUTZALTERNATIVE
- 13       KONDOME SIND EINE NATÜRLICHE SACHE
- 12       SELBSTSCHUTZ MIT KONDOMEN

## "Stellungnahme"

HAUPTAUSSAGE - FORTS.

- 10 JEDER SOLLTE VERANTWORTUNGSBEWUBT LEBEN
- 10 SEX MACHT AUCH MIT KONDOMEN SPAB

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 188

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

## "Stellungnahme"

L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS GEFALLEN HAT,  
UND WENN JA, WAS WAR DAS ?"

- 40 DER ALTE, WIE ER LACHT
- 27 KLARE AUSSAGE: AIDSÜBERTRAGUNG GIBT ES  
NICHT DURCH SPEISEN UND GETRÄNKE
- 22 ANSPRACHE DES THEMAS: SEX IM ALTER
- 17 DIE "LOCKERE" ART DER JUNGEN FRAU
- 17 ERSTE REAKTION DES KELLNERS AUF DIE AN-  
SPRACHE DES INTERVIEWERS
- 15 "LUSTIGE", "HUMORVOLLE" ART DER DARSTELLER
- 13 SPOT WIRKT REALITÄTSNAH, "NATÜRLICH"
- 12 ALTE UND JUNGE MENSCHEN WERDEN ANGESPROCHEN

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 162

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

## "Stellungnahme"

D I S L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
AUCH ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS MISSFALLEN  
HAT, UND WENN JA, WAS WAR DAS IM EINZELNEN ?"

- 18 DIE ART DES ALTEN MANNES ("ÜBERTRIEBEN")
- 18 ERSTE REAKTION DES KELLNERS AUF DIE AN-  
SPRACHE DES INTERVIEWERS
- 18 DIE ART DER JUNGEN FRAU ("GEKÜNSTELT",  
"NICHT SPONTAN")
- 12 AIDS-PROBLEMATIK GERÄT IN DEN HINTERGRUND

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 106

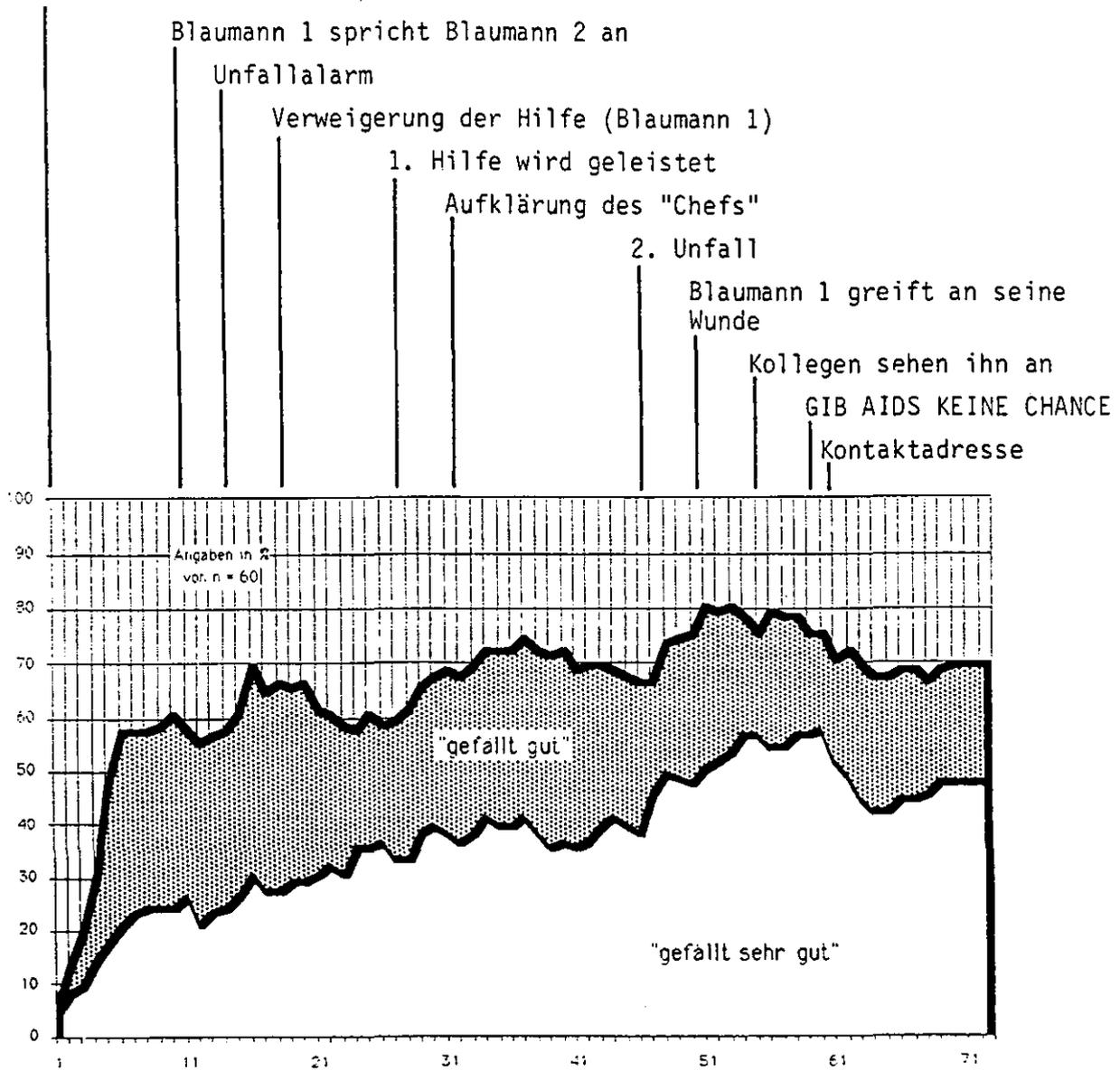
ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Blaumann"

# Spontanbeurteilung im Zeitverlauf

Top-Box-Werte: + und ++ zusammengefasst

Fabrikhallen-Szenerie /Blaumann 1



"Blaumann"

EPISODENSTRUKTUR

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
0-10	Fabrikhalle/ Blaumann 1* trägt Rohre durch die Fabrikhalle	
11	Blaumann 1 spricht Blaumann 2* an	Blaumann (nachfolgend BM): "Na, der VfI !"
14-18	Unfallalarm	BM 2: "Au !" BM 3*: "Schnell ! Hilf' mal !"
19	Verweigerung der Hilfe -schüttelt Kopf-	BM 1: "Mit Blut ? Da hab' ich nichts mit zu tun. Heutzutage ... ." BM 3: "Denkst du, der hat Aids ?" BM 1: "Tja, das weiß ich doch nicht ! Oder hast du 'nen Test gemacht ?" BM 2: "Soll ich verbluten, oder was ?" BM 4*: "Keine Panik, was für alle In- fektionen gilt, das gilt auch Aids."
28-31	1. Hilfe wird ge- leistet	
32	Aufklärung des "Chefs"	BM 4: "Wenn du die Hygienevorschriften genau beachtest, kann dir gar nix passieren. Ich darf ja auch mit meinen schmutzigen Fingern nicht an seine offene Wunde." BM 1: "Trotzdem ... Da will ich nix mit zu tun haben."

"Blaumann"

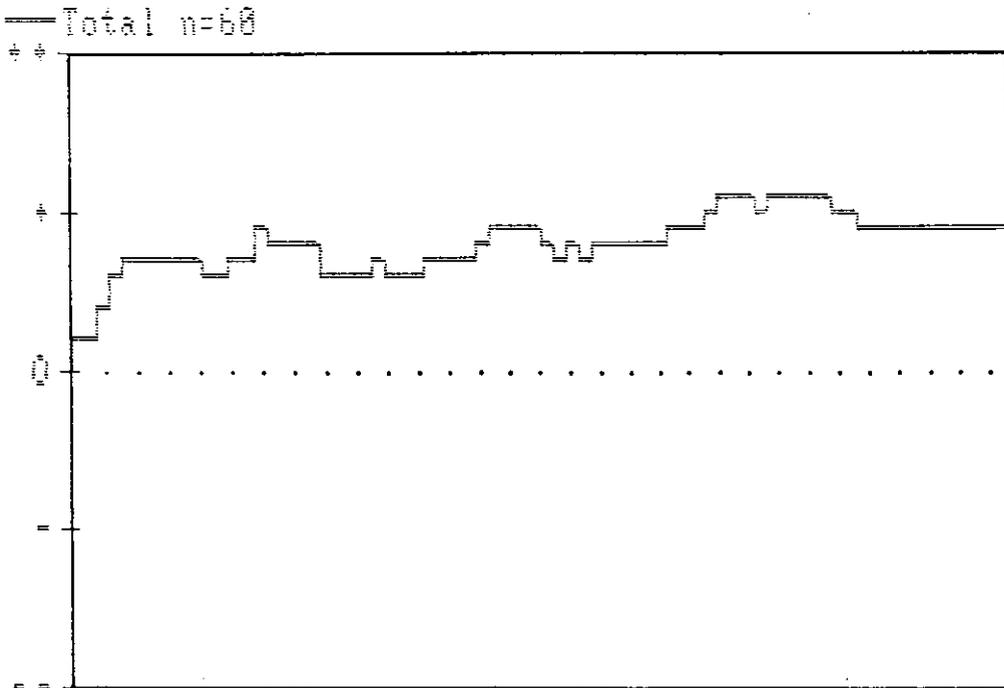
EPISODENSTRUKTUR - FORTSETZUNG

<u>sek.</u>	<u>Episode</u>	<u>Text</u>
		BM 4: "Solltest du aber !"
		BM 3: "Der Betrieb macht hierzu eine Veranstaltung - da solltest du mal hingehen."
		BM 4: "Ja !"
46	2. Unfall	
51	Blaumann 1 greift sich an die Kopf- wunde	
53	Blaumann 1 sieht Blut an den Fingern	
54	Kollegen sehen ihn an	
58-59	GIB AIDS KEINE CHANCE (Emblem wird einge- blendet)	Sprecher: "Kondome schützen"
60-73	Kontaktadresse/ Nachspann	Sprecher: "Wenn Sie Fragen zu Aids haben, rufen Sie uns an. Die persönliche ..."

## \* Erläuterung:

Blaumann 1: zu Beginn erscheinender Arbeiter,  
verweigert seine Hilfe aus Angst  
vor Aids, verletzt sich später selbst  
Blaumann 2: verletzt sich an der Hand  
Blaumann 3: Kollege  
Blaumann 4: Hallenmeister/"Chef"

"Blaumann"

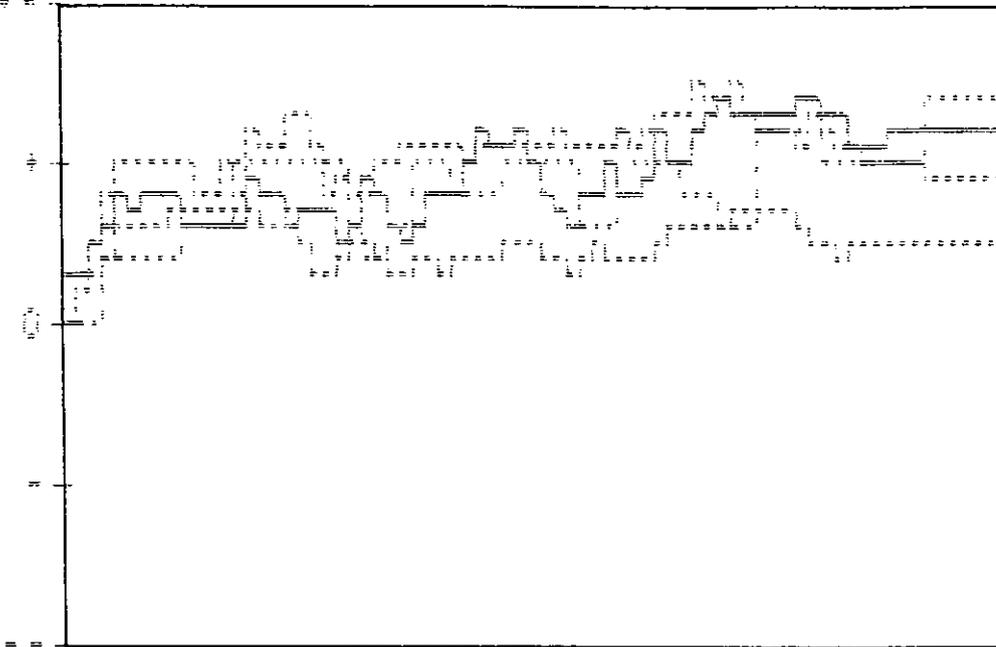


TIME: 1:13 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

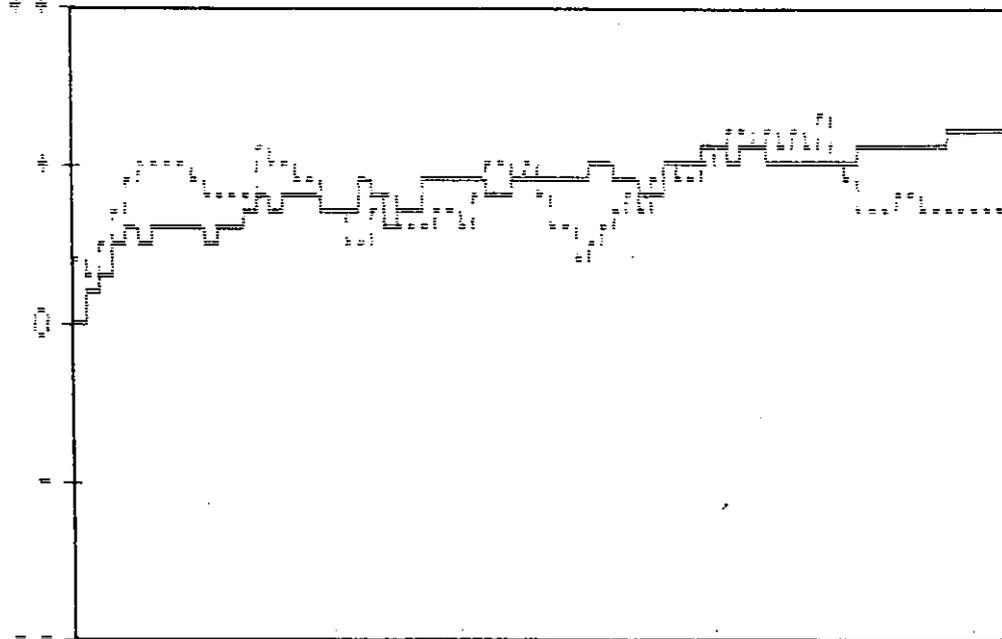
"Blaumann"

— unter 20 J.    - - - 20-25 J.    ···· 26-50 J.    ···· über 50 J.



TIME: 1:13 min/sec

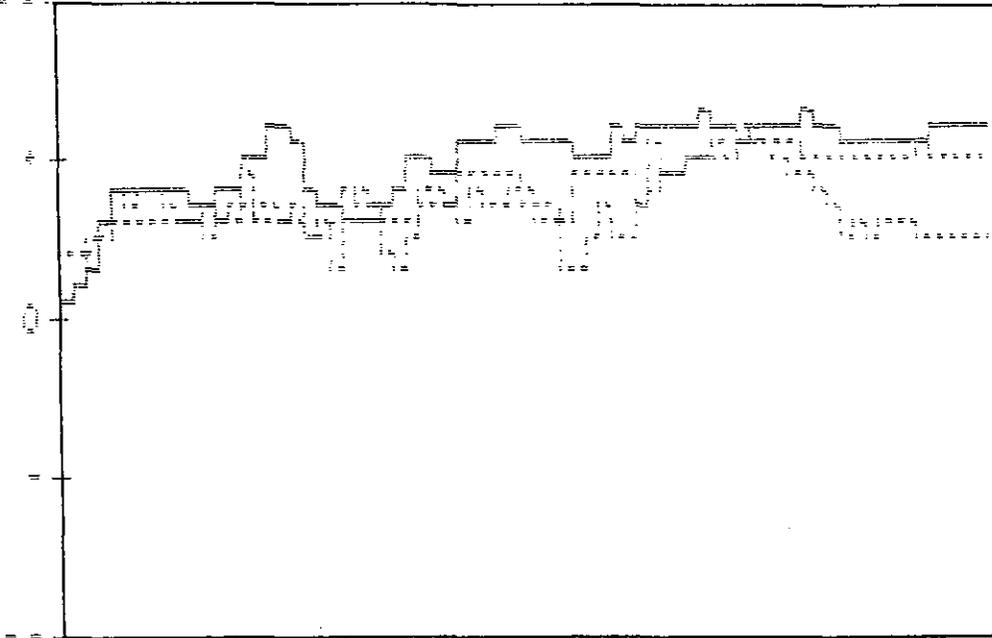
— weiblich    - - - männlich



TIME: 1:13 min/sec

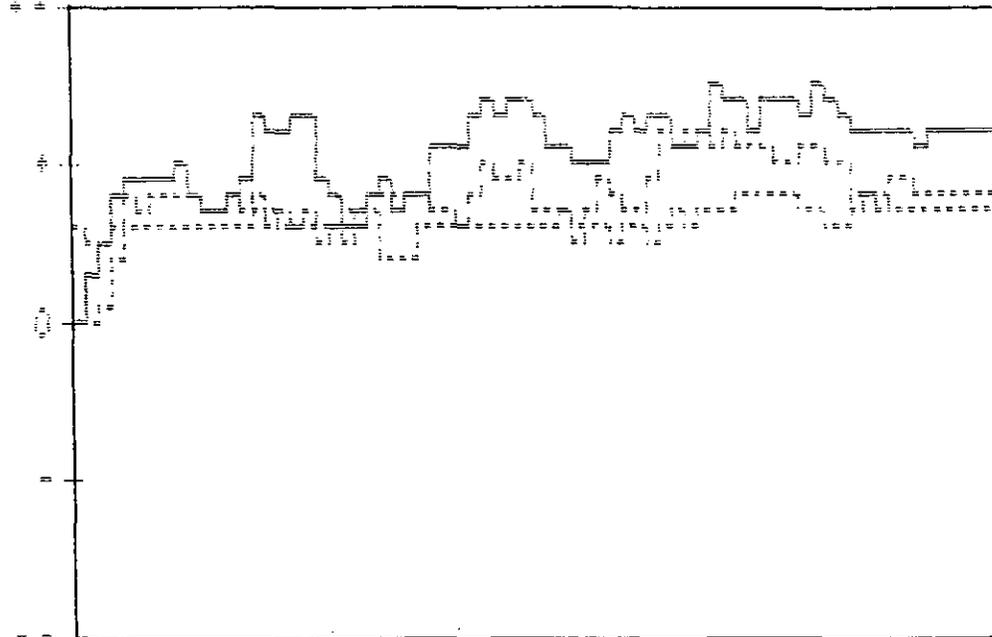
"Blaumann"

zug mit Hartmaterialien mit Formteilen - 100%



TIME: 1:13 min/sec

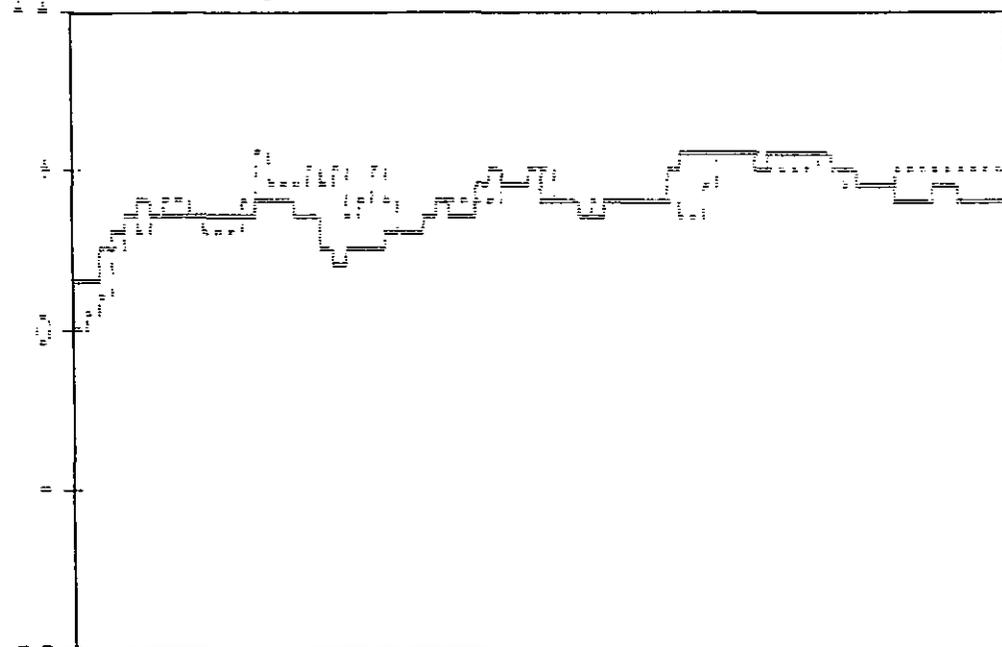
Hauptschule - - - Realschule - - - Abi + Uni



TIME: 1:13 min/sec

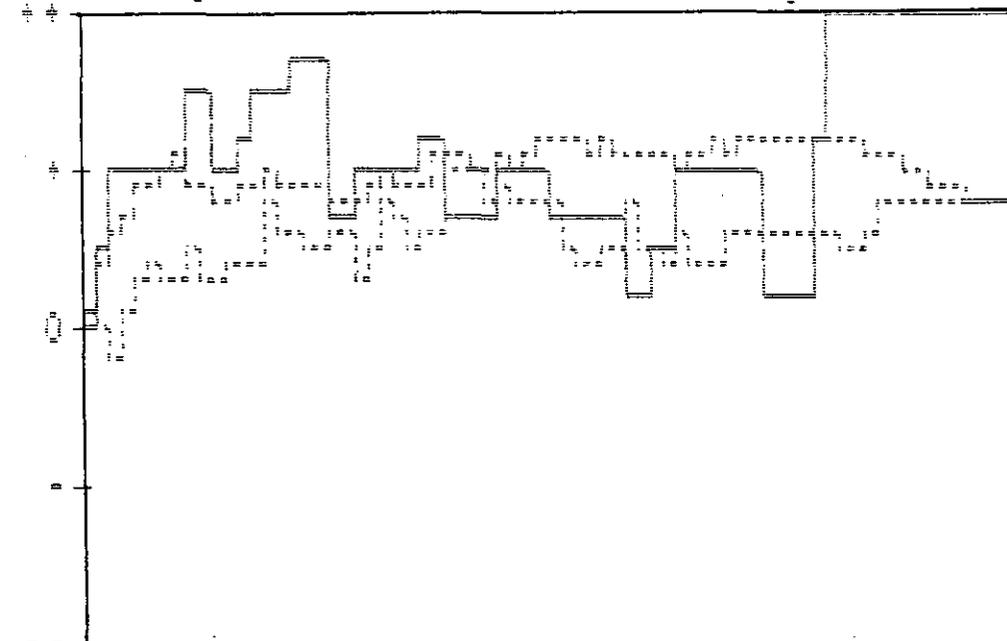
"Blaumann"

KondomErf ja \*\*\* KondomErf ne



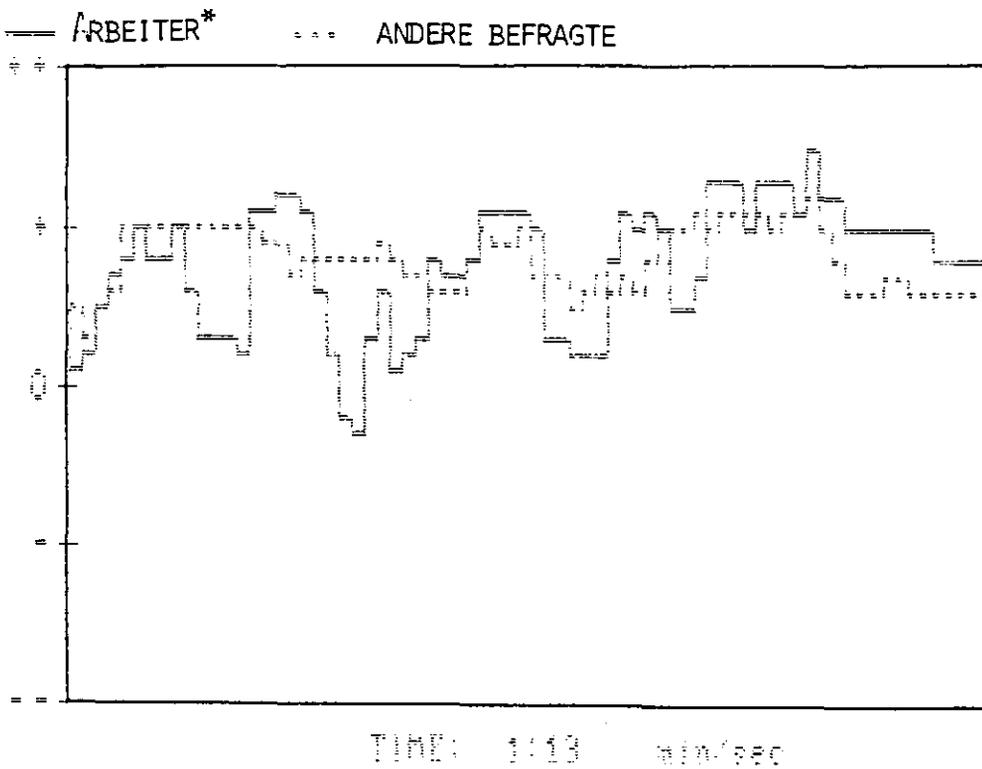
TIME: 1:13 min/sec

s. religiös \*\*\* n. so sehr \*\*\*\* überhaupt ni



TIME: 1:13 min/sec

"Blaumann"



\*) n=30 männliche Befragte, die als Arbeiter, Fach- oder Hilfsarbeiter in Betrieben des produzierenden Gewerbes tätig sind

BLAUMANN: Nachbesprechung  
in der Testgruppe

Der Verlauf der mittleren Spontanbeurteilung zeigt einen deutlichen Anstieg, der sich bis zur Schlußszene ständig steigert. Es handelt sich hier also um einen Film, der sich emotional nicht so rasch vermittelt, sondern seine Akzeptanz erst allmählich während seiner Vorführung vor allem 'über den Kopf' erarbeitet.

Als bemerkenswert wird an diesem Informationsfilm vor allem hervorgehoben:

- . der Film geht, anders als die meisten anderen AIDS-Filme, auf Ansteckungsgefahren durch Blutkontakt ein. Dieses Risiko wurde in bisherigen Filmen eher vernachlässigt und findet hier zurecht Beachtung, gerade weils es im Alltag ausreichend häufig vorkommt und dann auch zu Verhaltensunsicherheiten führt.
- . Der Film wird in seiner 'didaktischen Dramaturgie' als besonders informativ beurteilt. Er macht auf spielerische Art deutlich, daß
  - . auch im Arbeitsalltag AIDS, z.B. durch Verletzungen am Arbeitsplatz, durchaus präsent ist;
  - . übliche Gummihandschuhe einen sicheren Ansteckungsschutz davor bieten,
  - . das Verweigern von Hilfe deshalb nur auf Unwissenheit oder Fehlinformationen beruhen kann

und sich im Einzelfall auch gegen einen selbst wenden kann, insofern sich jeder verletzen kann und dann auf die Hilfe anderer angewiesen sein wird.

Dies so klar und deutlich so hören ist gut, weil die Angst vor AIDS-Ansteckung auch im Berufsalltag gegeben ist.

- . AIDS-Aufklärung geht hier, für viele zum ersten Mal, in den Berufsalltag einer lärmigen Fabrikhalle, also an den Arbeitsplatz vieler: mit Alltagsmenschen im Blaumann. Das begrüßen gerade Zuschauer, die sich in den in diesem Film auftretenden Schauspielern wiederfinden, lebensnah, konkret, leicht nachvollziehbar und übertragbar.
- . Auch war der Handlungsverlauf selbst spannend aufgebaut, mit mehreren Höhepunkten und einer eindringlichen Schlußpointe. "Das war", so fanden es viele Zuschauer, "einfach gut gemacht".
- . Die spontane Hilfeleistung der anderen Kollegen war vorbildlich und kam gut an, umso mehr, als sie in krassem Kontrast steht zur Hilfeverweigerung der Hauptperson mit ihrer AIDS-Angst.
- . Insgesamt prägt sich der Film gut ein, als Denkanstoß und Handlungsimpuls gerade für ähnliche Unfallsituationen, in denen selbst ausgebildete Helfer oft keine Handschuhe tragen. Zudem wird heute viel weniger als etwa vor 1-2 Jahren über AIDS gesprochen, das ganze Thema ist öffentlich

fast vergessen. Hier wird viel zu wenig Aufklärung betrieben, auch und gerade für bisher als weniger wichtig eingeschätzte Bereiche, Situationen und Anlässe.

Vor diesem Hintergrund provoziert dieser Film nur einige wenige Einwände:

- . Unpassend wirkt z.B. das Auftreten des ersten Blaumannes, der zeitungsliegend, Eisenstangen schulternd, allzu sorglos durch die Werkshalle läuft.
- . Auch bemerken gerade Zuschauer mit 'Blaumannerefahrung', daß die Hauptdarsteller keine Schutzkleidung und -helme tragen, wie es eigentlich vorgeschrieben sei, und auch nicht auch nötige Sicherheitsabstände achten. Das mindert die Realistik dieser Filmszene.
- . Die lehrbuchmäßigen Ausführungen des 'Meisters' werden zu schnell gesprochen, um auf Anhieb verstanden zu werden, und wirken für einige dann auch wieder allzu schulmeisterlich-vorbildlich, gestellt und übertrieben.
- . Die Schlußszene des Filmes spielt, offen oder versteckt, mit der Schadenfreude der Berufskollegen im Film sowie auch mit der des Zuschauers 'vor dem Bildschirm'. "Gemein!", sagen einige dazu.

## "Blaumann"

I N H A L T

"SIE HABEN ZUVOR AUCH EINEN INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG GESEHEN.

SCHREIBEN SIE UNS IM FOLGENDEN BITTE MIT EIGENEN WORTEN AUF, WAS ES DA ALLES ZU SEHEN UND ZU HÖREN GAB, WORUM ES IN DIESEM FILM GING."

- 86           BLAUMANN 1\* WILL AUS ANGST VOR AIDS NICHT HELFEN
- 83           BLAUMANN 1 LENKT BLAUMANN 2\* DURCH EIN GESPRÄCH AB, SO DAB DIESER SICH BEIM BOHREN VERLETZT
- 75           BLAUMANN 1 DREHT SICH UM UND FÄLLT (ZIEHT SICH EINE KOPFWUNDE ZU)
- 58           KOLLEGEN ERKLÄREN BLAUMANN 1, DAB ER BEI EINHALTUNG DER SICHERHEITSMABNAHMEN NICHT MIT AIDS INFIZIERT WERDEN KANN
- 44           DER MEISTER UND DIE KOLLEGEN HELFEN SOFORT
- 38           BLAUMANN 1 LÄUFT MIT ROHREN BELADEN UND EINER ZEITUNG DURCH DIE ARBEITSHALLE

"Blaumann"

INHALT - FORTS.

- 38 DER MEISTER GEHT ZUM ERSTE-HILFE KASTEN  
(UND BENUTZT GUMMIHANDSCHUHE)
- 34 KOLLEGEN EMPFEHLEN EINEN AUFKLÄRUNGSKURSUS
- 30 ARBEIT IN EINER METALL-VERARBEITUNGSWERKSTATT
- 30 BLAUMANN 1 (MIT KOPFWUNDE) SCHAUT ENTSETZT  
UND BRAUCHT SELBST HILFE
- 19 ALLTÄGLICHER BETRIEBSUNFALL
- 14 NACHSPANN MIT KONTAKTADRESSE (INFO-, BE-  
RATUNGSSTELLEN)
- 11 KOLLEGEN REDEN ÜBER SPORT (FUßBALL)

---

\* BLAUMANN-NUMMERIERUNG ERFOLGT IN  
DER REIHENFOLGE DES AUFTRETENS

---

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 420

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Blaumann"

H A U P T A U S S A G E

"WAS WAR IHRER MEINUNG NACH DIE HAUPTBOTSCHAFT IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG, WAS WOLLTE IHNEN DER FILM WOHL SAGEN, WAS WAR DER SPRINGENDE PUNKT ?"

- 59 WENN DIE SICHERHEITSMABNAHMEN BEI HILFELEISTUNG BEFOLGT WERDEN, BESTEHT KEINE GEFAHR DER AIDS-INFIZIERUNG
- 30 JEDER SOLLTE SICH BESSER ÜBER AIDS INFORMIEREN
- 14 'MAN' SOLL HELFEN
- 14 JEDER KANN MAL AUF HILFE ANGEWIESEN SEIN
- 14 DIE ANGST DAVOR, VERLETZTE ZU BEHANDELN, SOLL GENOMMEN WERDEN
- 13 ANGST VOR AIDS IST UNNÖTIG
- 11 HANDSCHUHE ALS SCHUTZMAßNAHME

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 156

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Blaumann"

L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS GEFALLEN HAT,  
UND WENN JA, WAS WAR DAS ?"

- 22        HINTERGRUND IST SO ALLTÄGLICH,  
          WIRKT REALITÄTSIDENTISCH
- 17        HILFSBEREITSCHAFT DER KOLLEGEN  
          ("SPONTAN", "RUHIG")
- 11        KONFRONTATION MIT AIDS KANN ÜBER-  
          ALL STATTFINDEN (AUCH AM ARBEITS-  
          PLATZ)
- 10        DREHORT: FABRIK (WEIL GERADE DORT  
          DIE VERLETZUNGSGEFAHR HOCH IST)
- 10        INFORMATIVE AIDSAUFKLÄRUNG

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 111

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)

"Blaumann"

D I S L I K E S

"GAB ES IN DEM INFORMATIONSFILM DER BUNDES-  
ZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG  
AUCH ETWAS, DAS IHNEN BESONDERS MISSFALLEN  
HAT, UND WENN JA, WAS WAR DAS IM EINZELNEN ?"

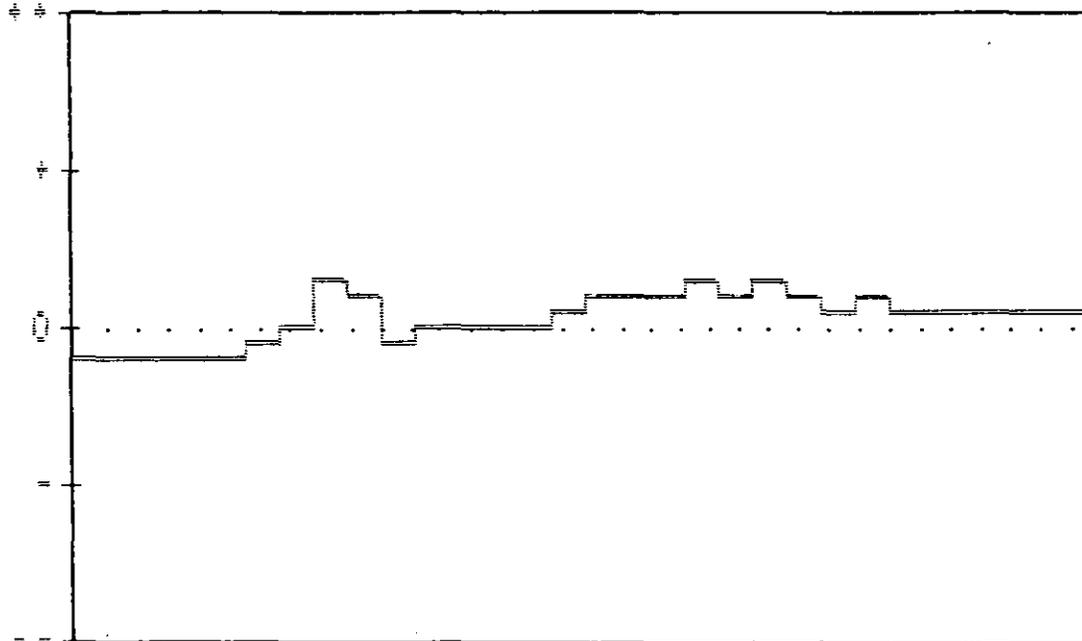
- 23           ZU UNREALISTISCH
- 23           DIE DISTANZIERTE ART DES ARBEITERS,  
DER SEINE HILFE VERWEIGERT ("UN-  
SYMPATHISCH")

INSGESAMT ALLER NENNUNGEN: 66

ANGABEN IN % VON N=60 TESTPERSONEN  
(NENNUNGEN UNTER 10% ENTFALLEN)



TOTAL n=240

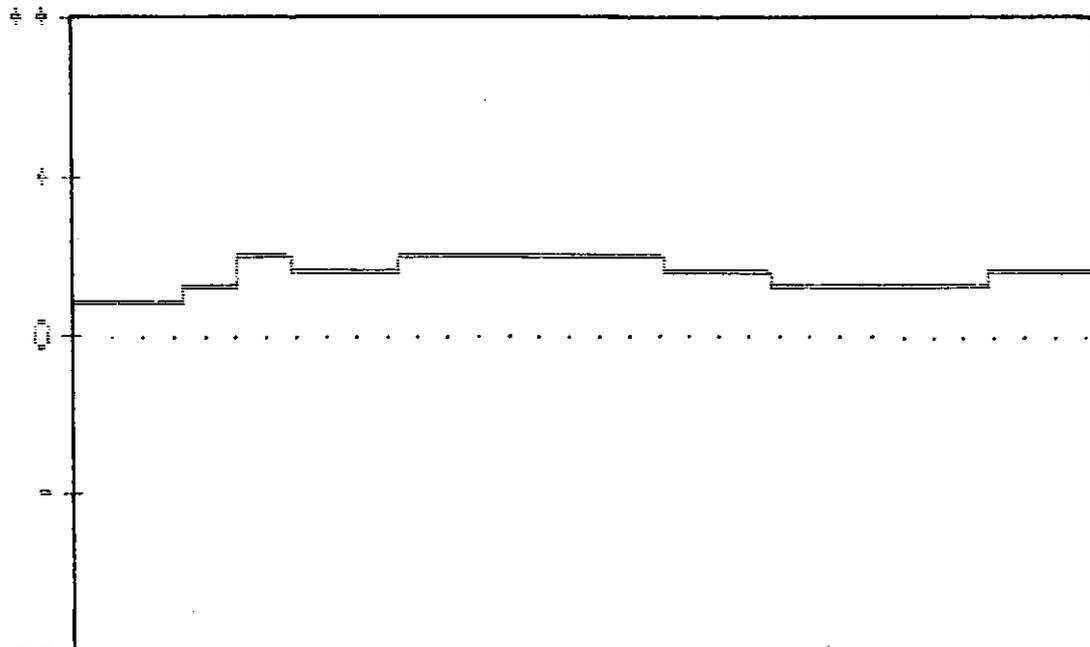


TIME: 0:30 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.



— TOTAL n=248

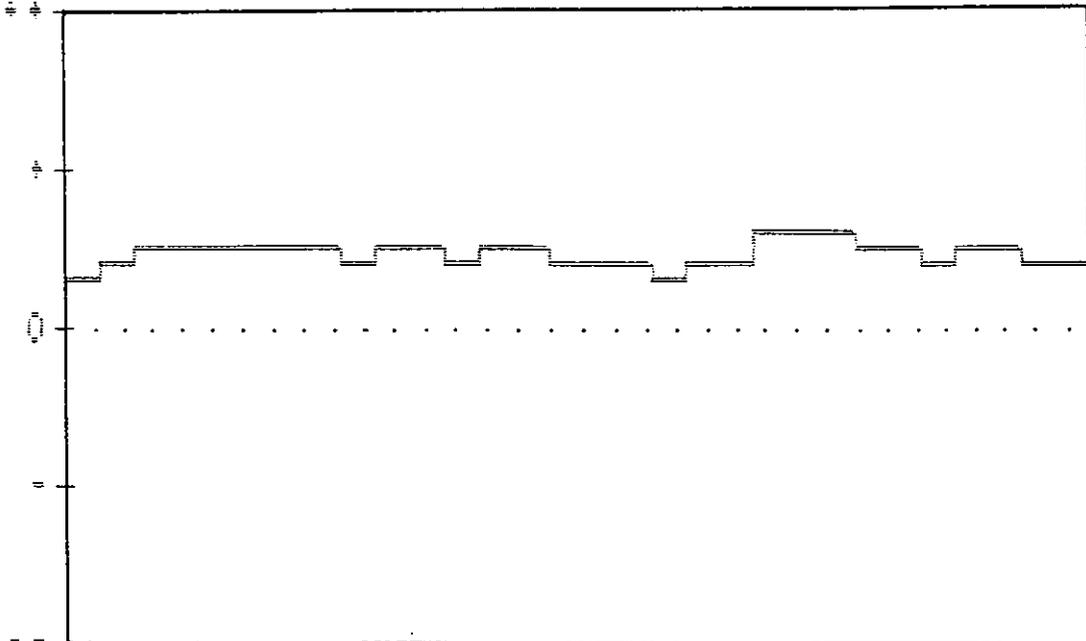


TIME: 0:19 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

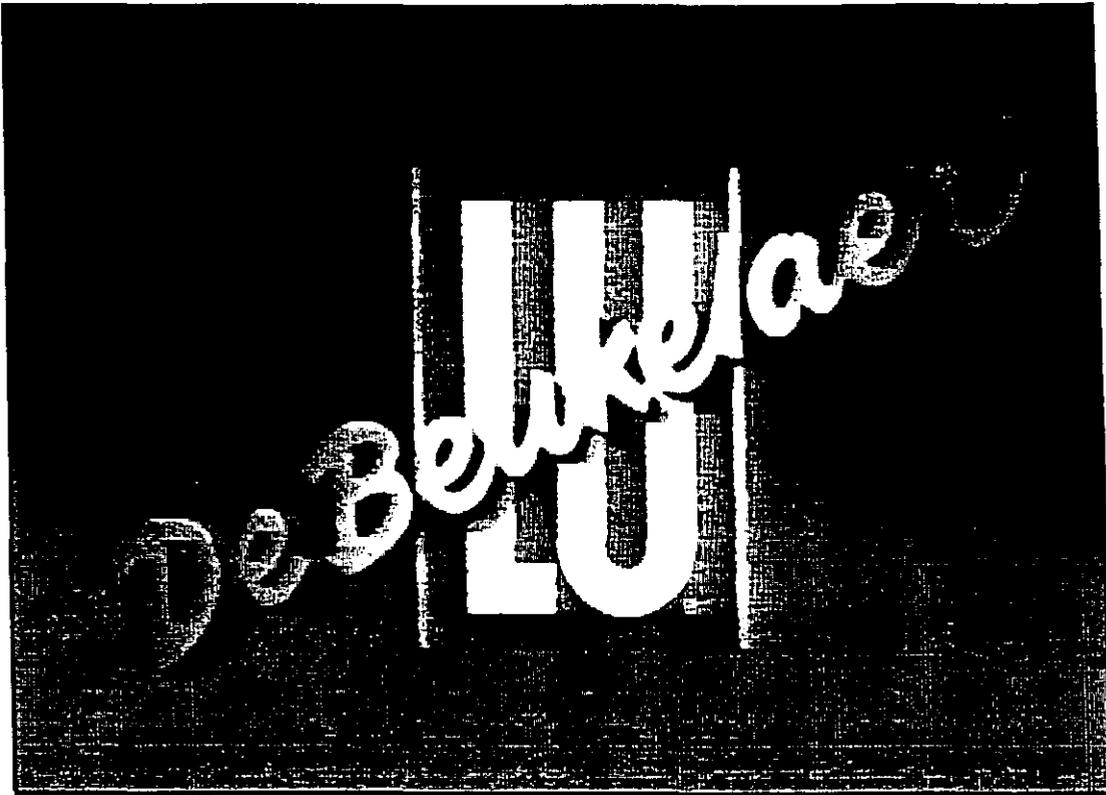


TOTAL n=240

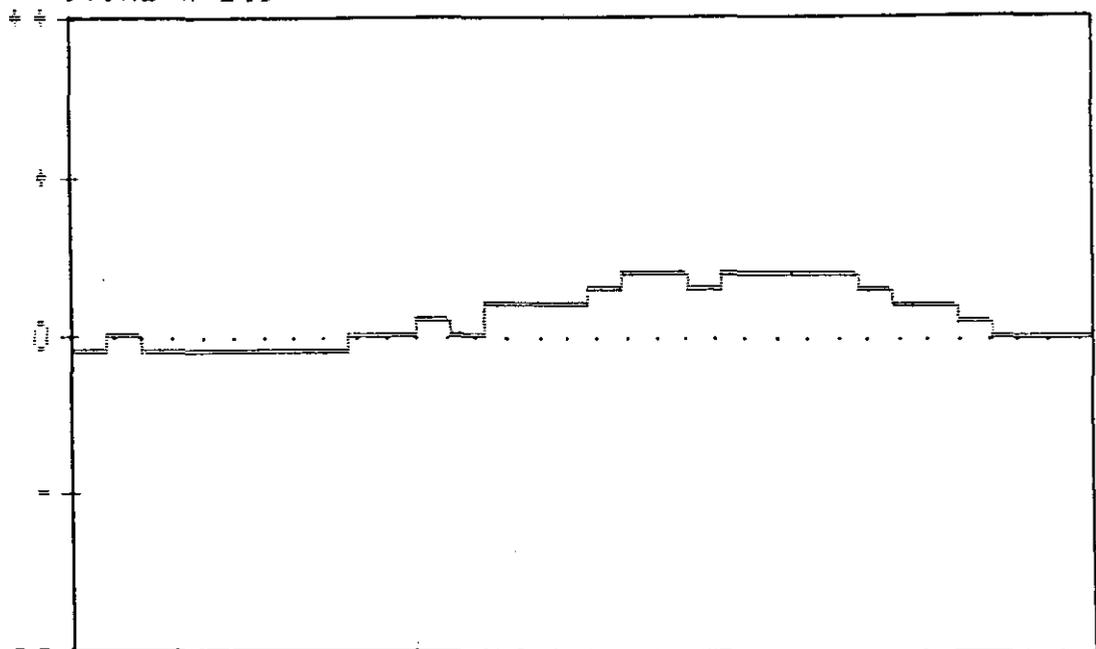


TIME: 0:30 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.



TOTAL n=248

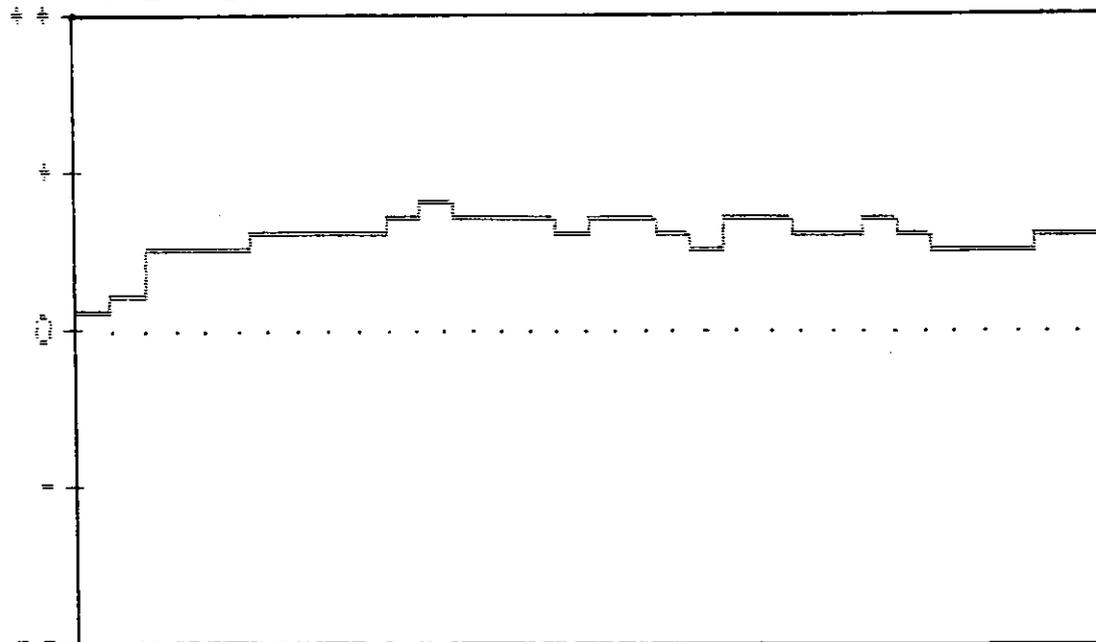


TIME: 0:30 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.



— TOTAL n=240

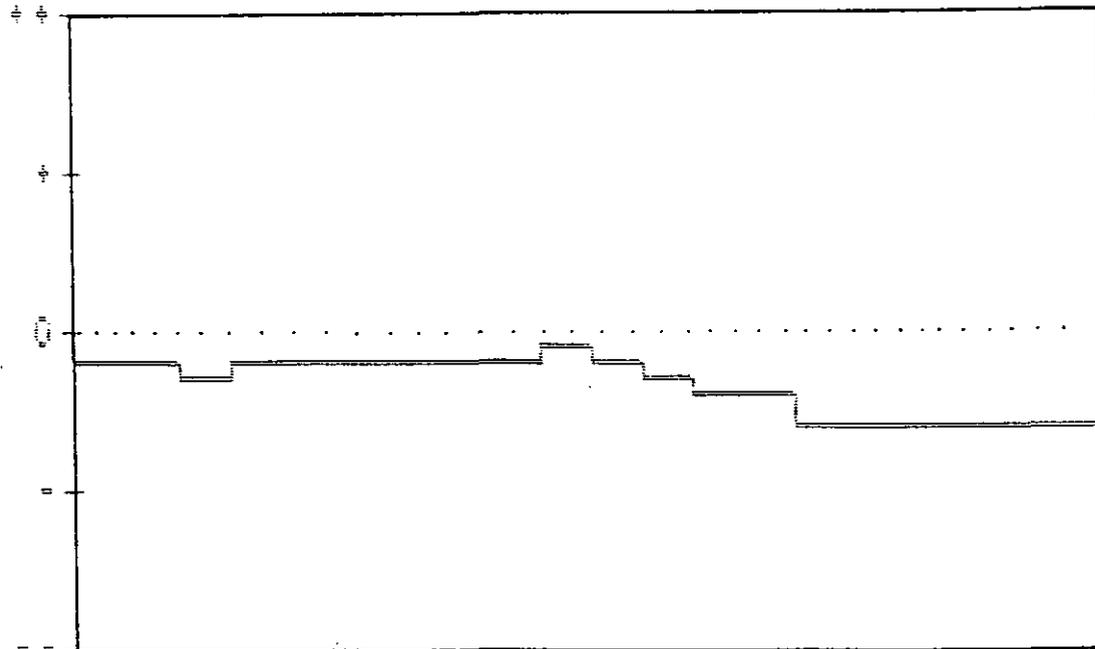


TIME: 8:30 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

# Deutscher Ring

— TOTAL n=248



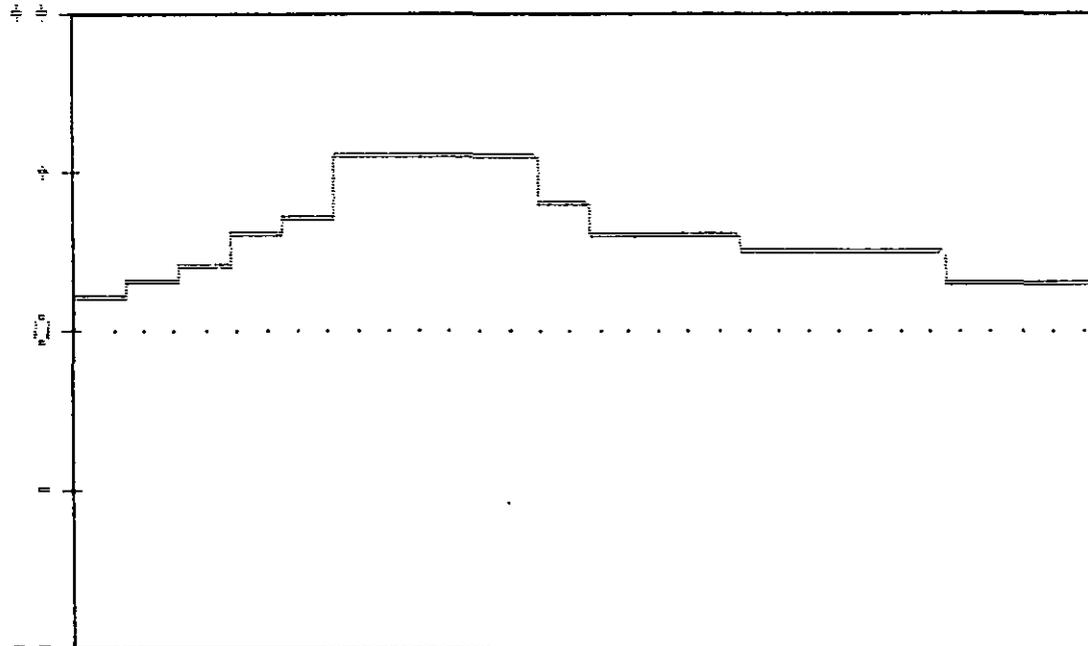
TIME: 0:20 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

PS/L Fünf Minuten  
und Sie sind im Bilde.



— TOTAL n=248



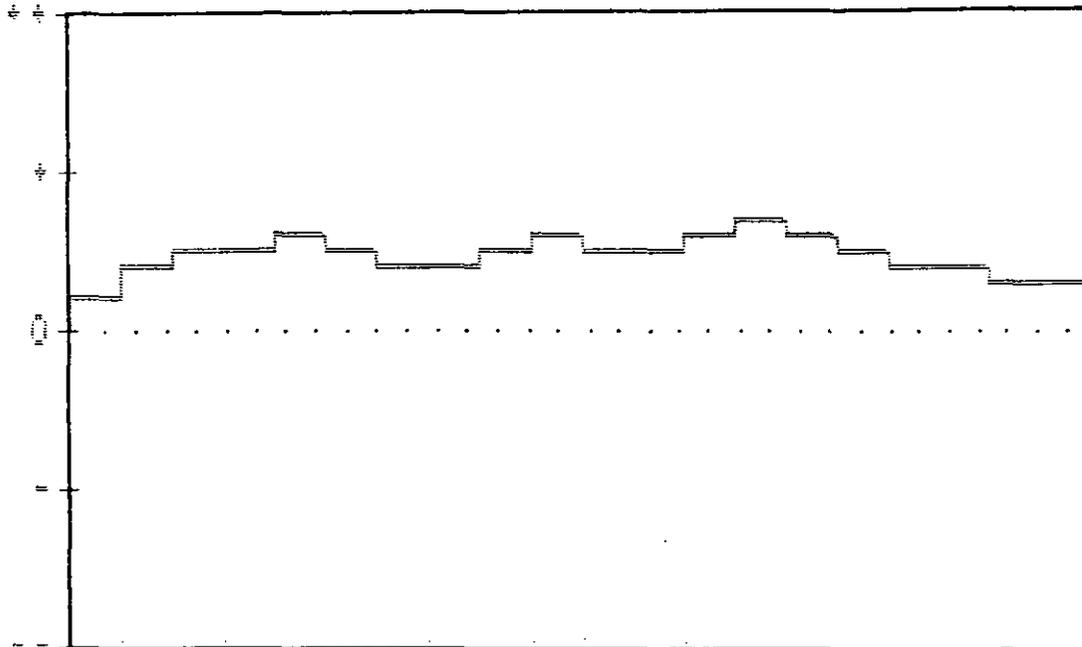
TIME: 0:28 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.



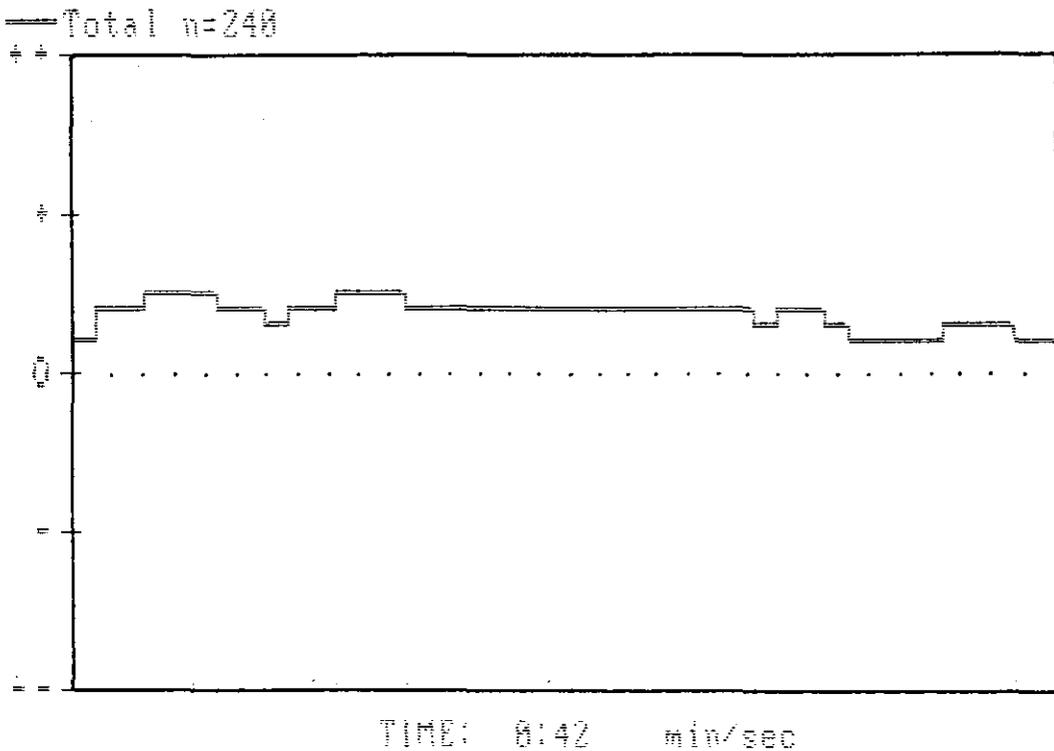
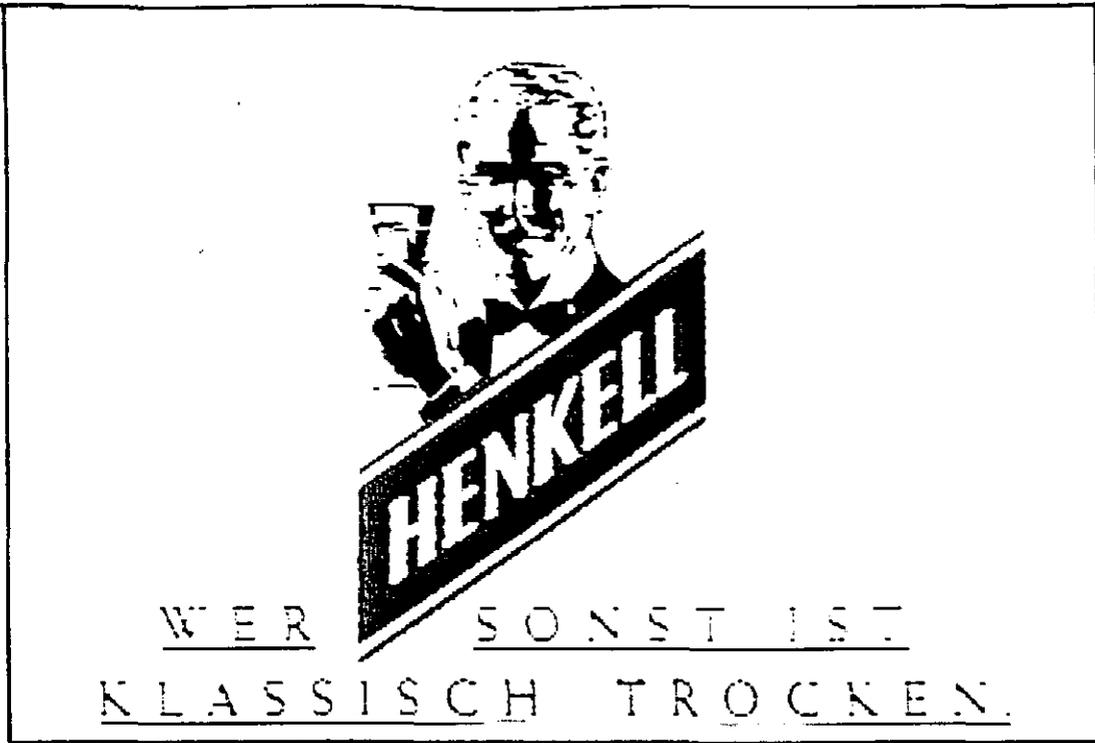


— TOTAL n=248



TIME: 0:20 min/sec

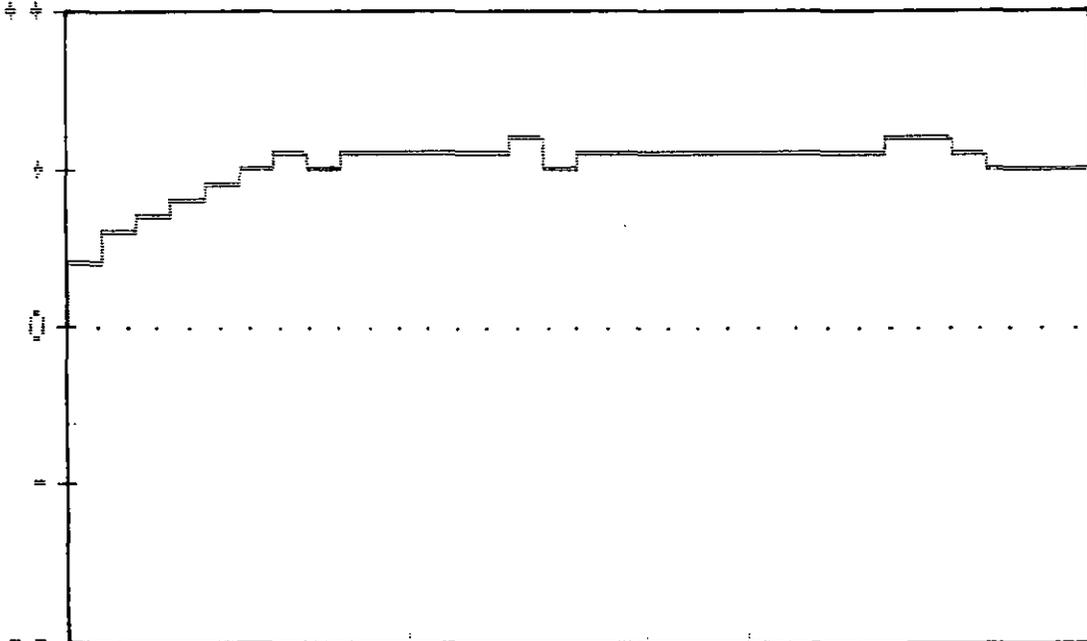
Weil jede Sekunde zählt.



Weil jede Sekunde zählt.



Total n=240

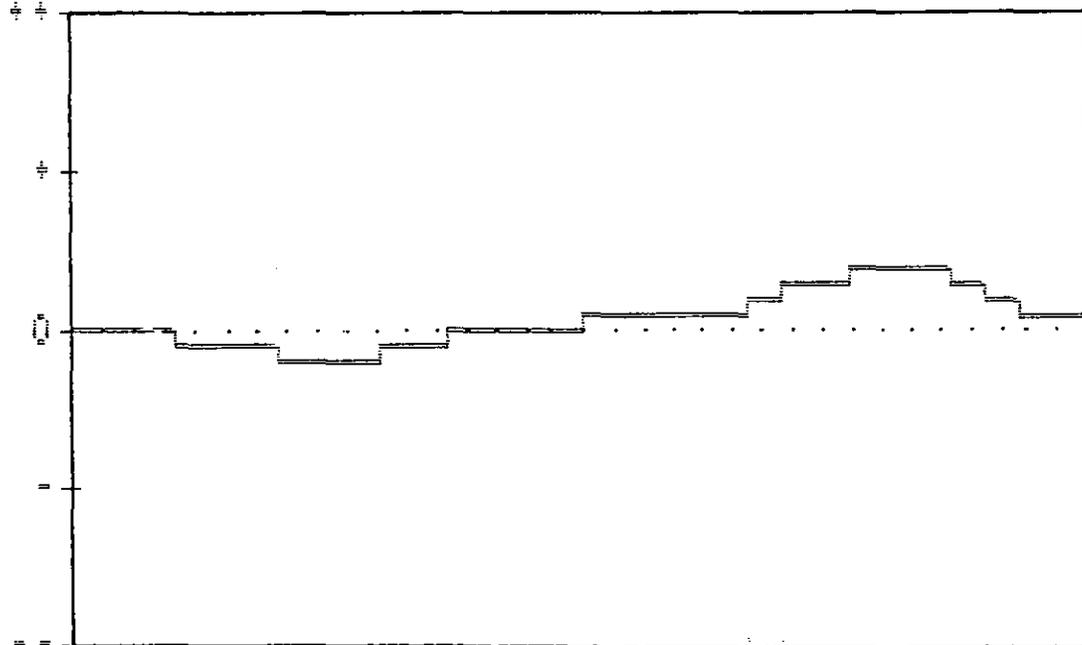


TIME: 0:36 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

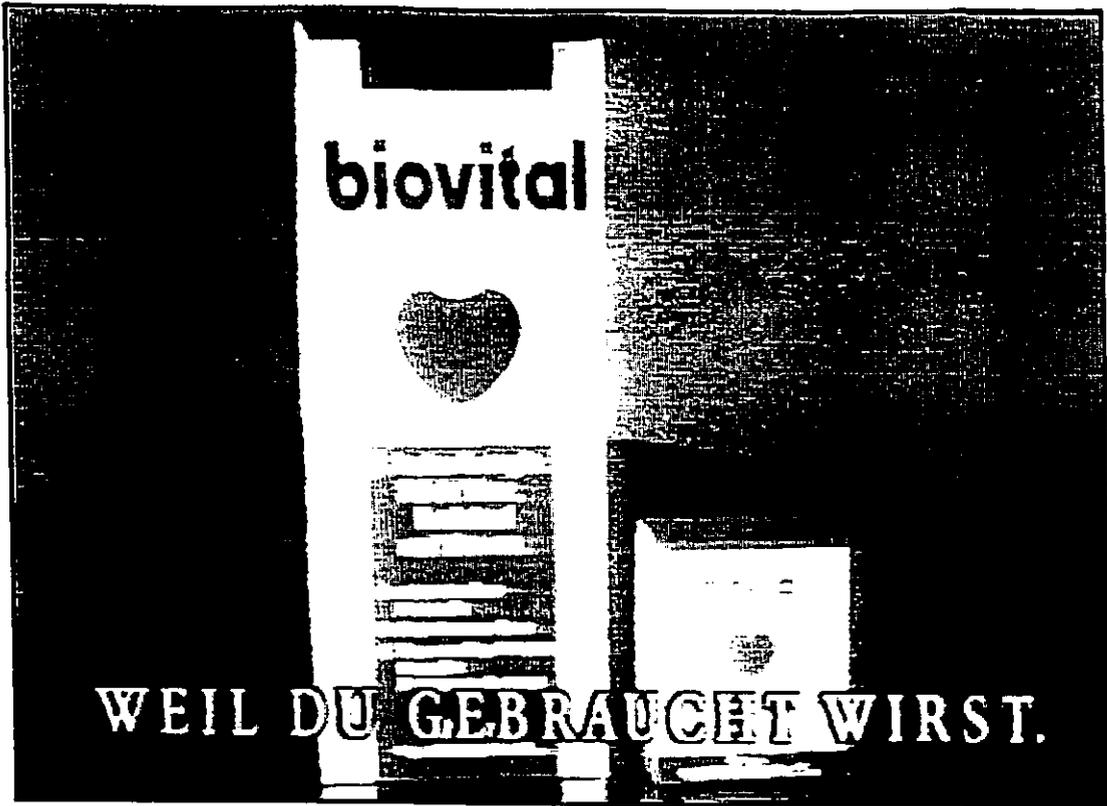


TOTAL n=248

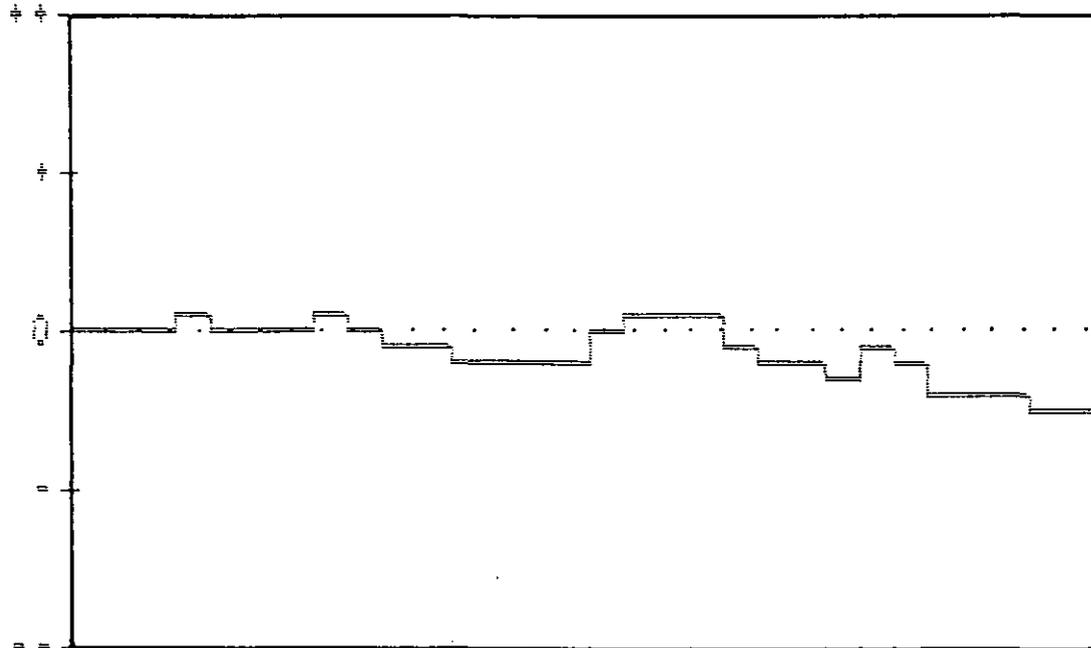


TIME: 0:38 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.



— TOTAL n=240

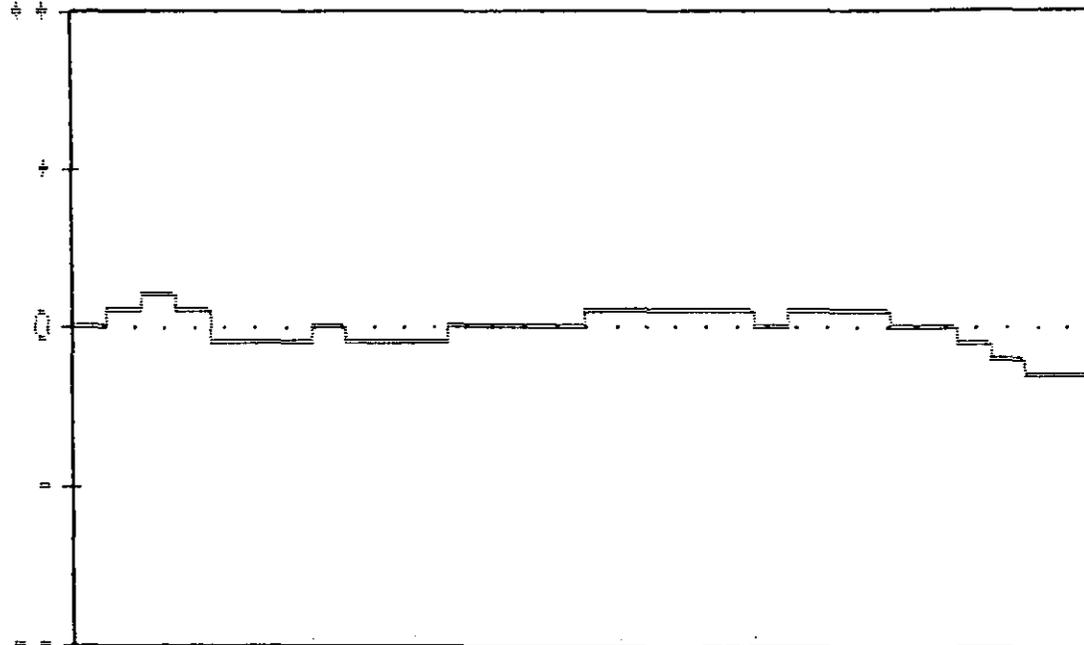


TIME: 0:30 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

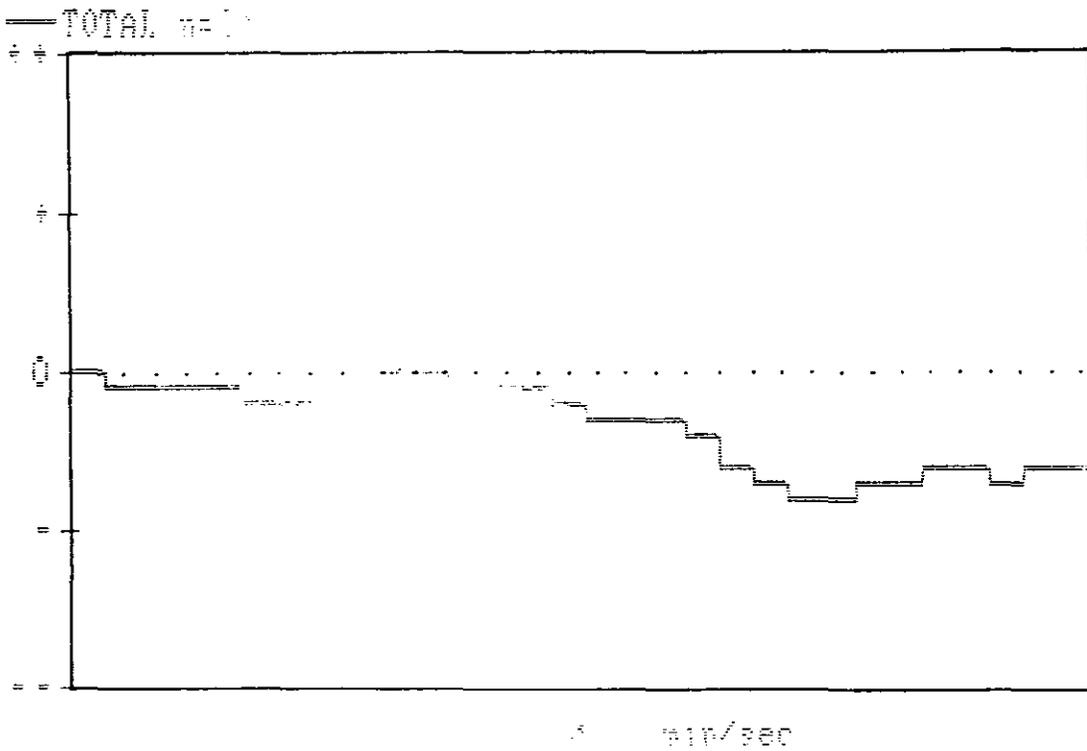
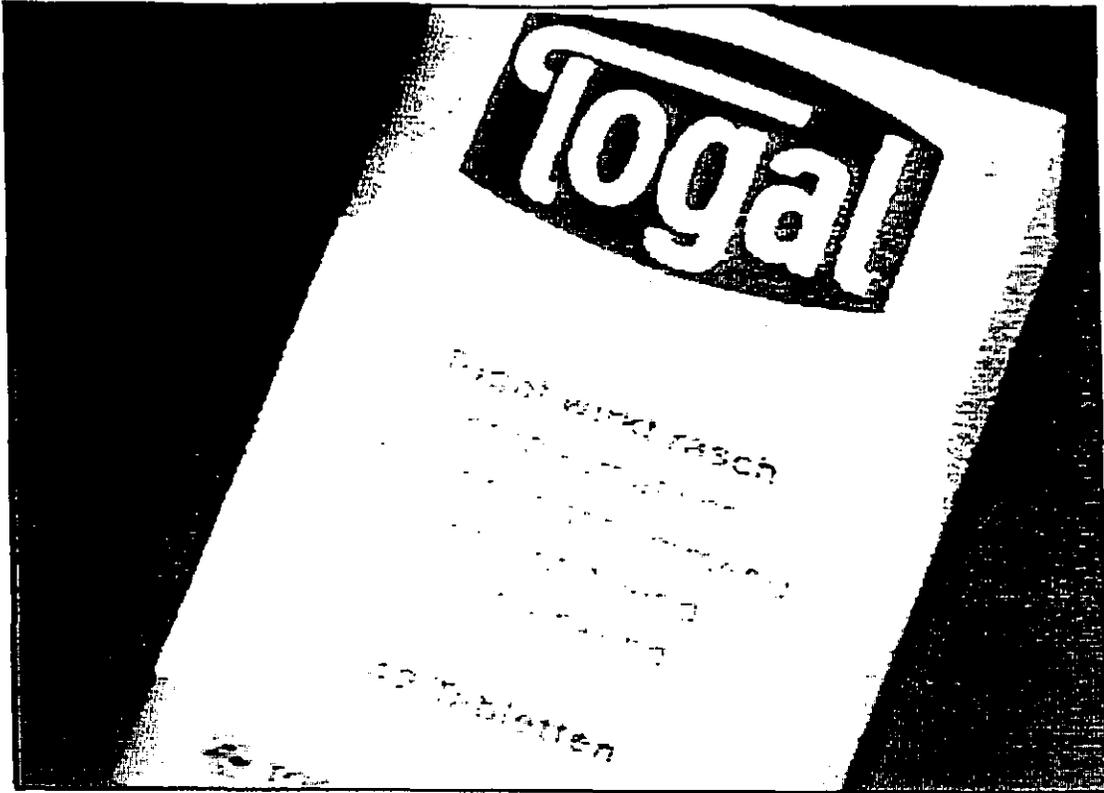


— TOTAL n=240

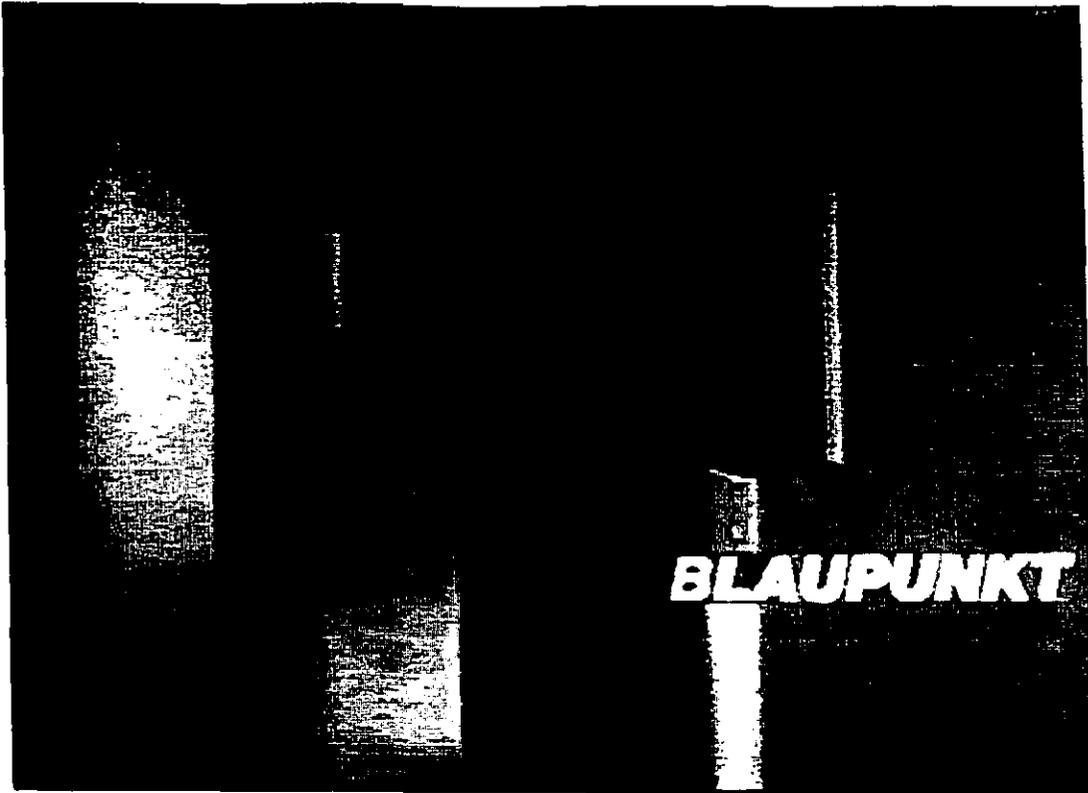


TIME: 8:30 min/sec

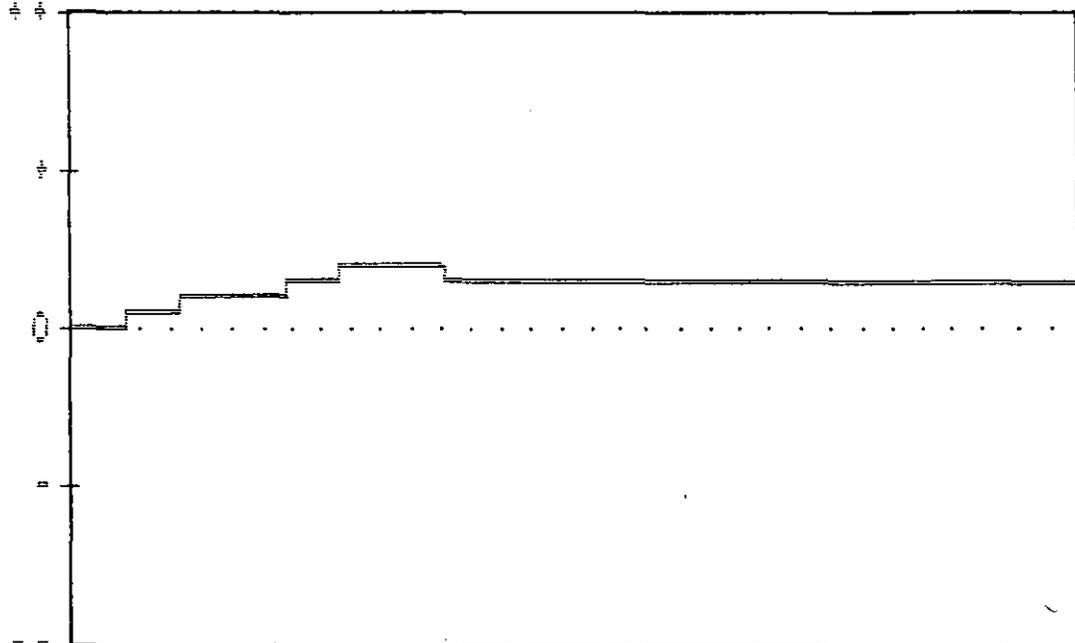
Weil jede Sekunde zählt.



Weil jede Sekunde zählt.



TOTAL n=248



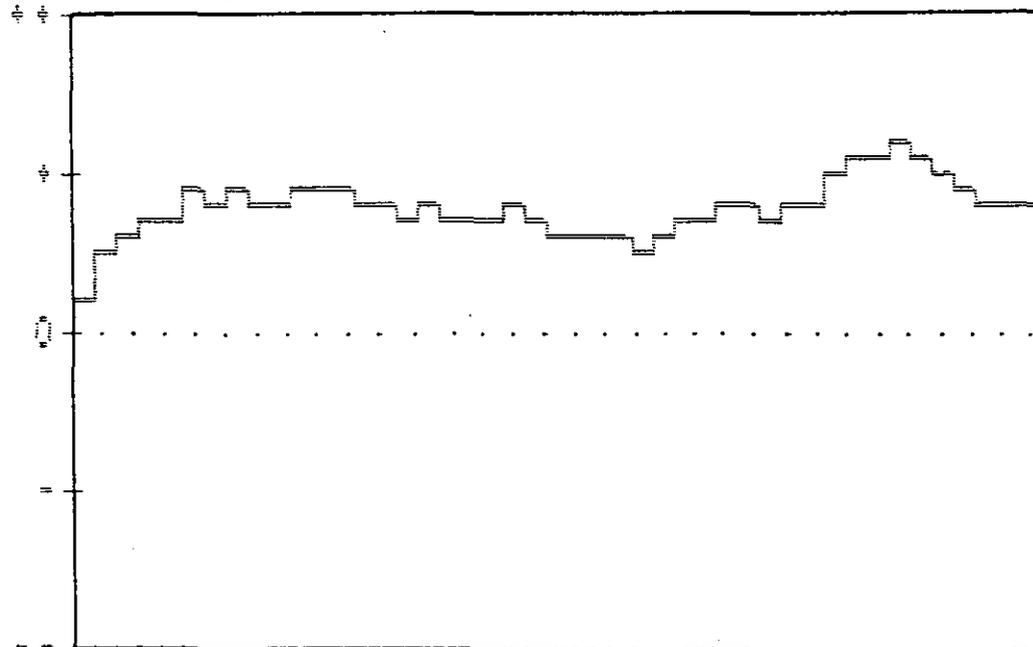
TIME: 0:19 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

*Bezahlen Sie einfach  
mit Ihrem guten Namen. <sup>®</sup>*



— TOTAL n=248

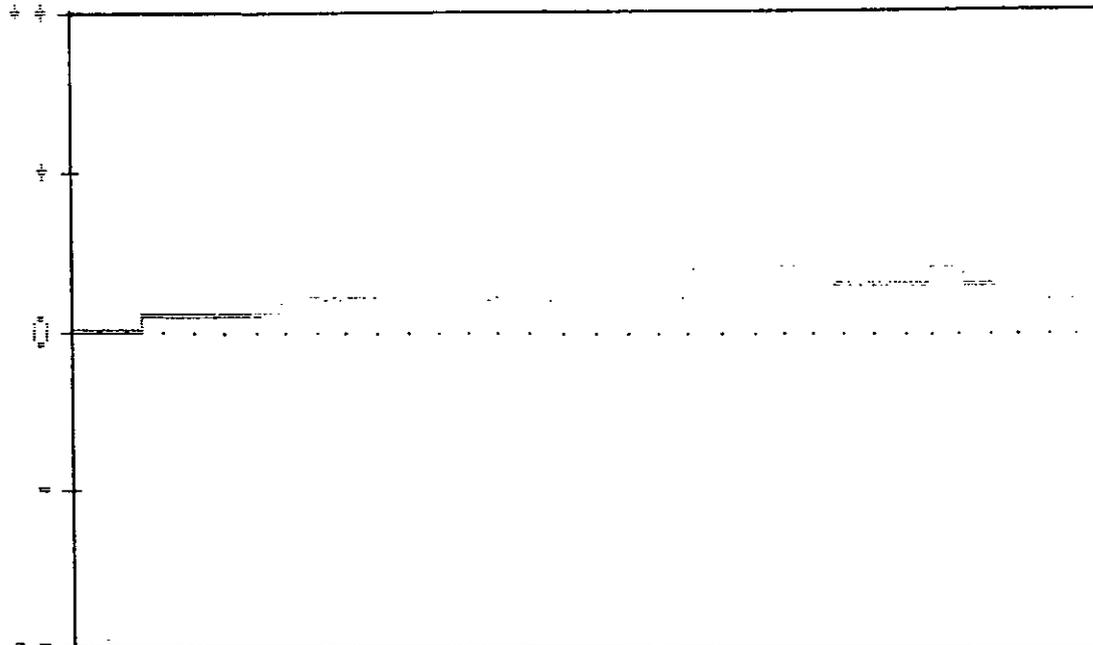


TIME: 0:45 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.



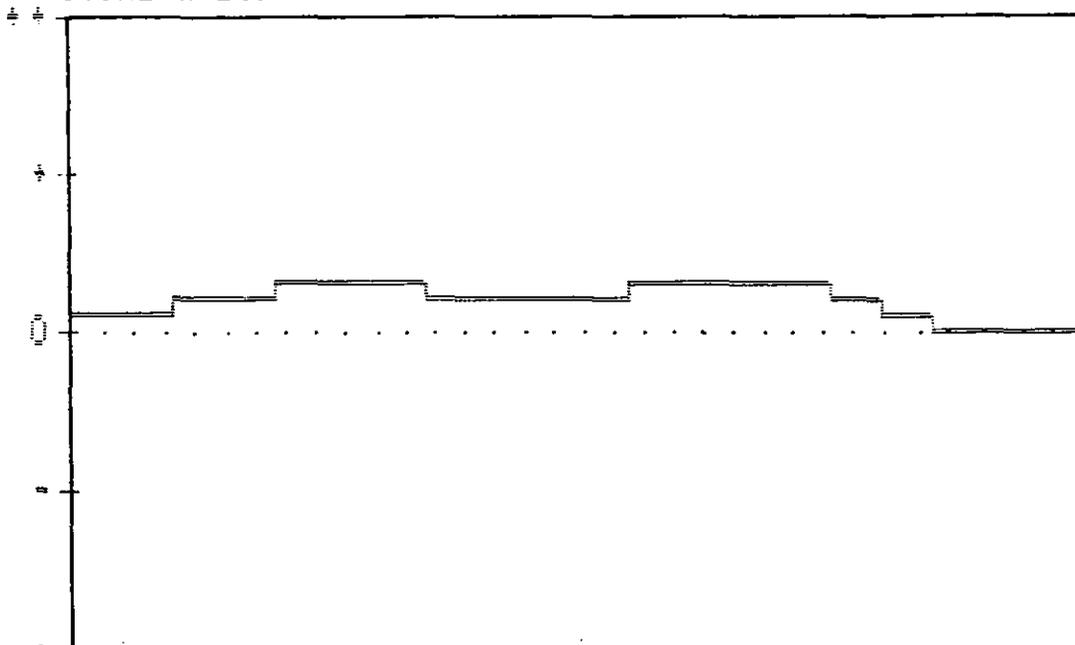
— TOTAL n=287



Weil jede Sekunde zählt.



— TOTAL n=246



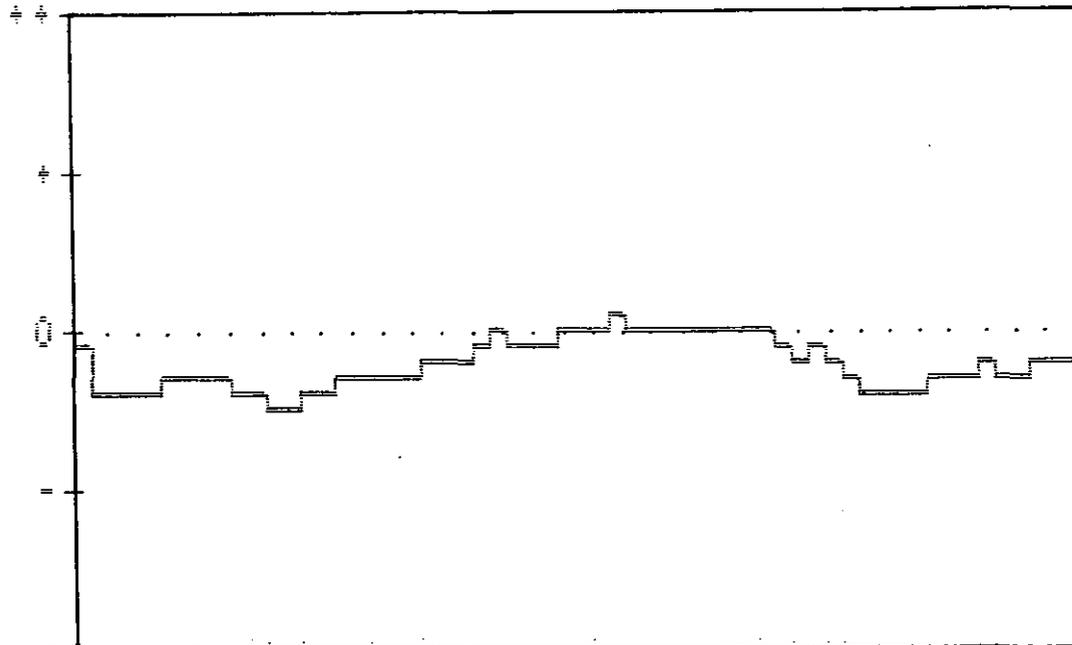
TIME: 8:28 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

**Perfekte Sauberkeit –  
40 % weniger Umweltbelastung.**



— TOTAL n=240



TIME: 0:59 min/sec

**Weil jede Sekunde zählt.**