

AIDS IM ÖFFENTLICHEN BEWUSSTSEIN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Wissen, Einstellungen und Verhalten zum Schutz vor
HIV/AIDS und anderen sexuell übertragbaren
Infektionen (STI)

Eine Wiederholungsbefragung der Bundeszentrale
für gesundheitliche Aufklärung, Köln

Kurzbericht / Mai 2017

ZITIERWEISE

Von Rüden, U. (2017). AIDS im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2016. Wissen, Einstellungen und Verhalten zum Schutz vor HIV/AIDS und anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI). BZgA-Forschungsbericht. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

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

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung ist eine Fachbehörde im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

Referat 2-25

Maarweg 149-161

50825 Köln

Tel.: 0221 8992 307

Fax: 0221 8992 300

E-Mail: forschung@bzga.de

<http://www.bzga.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/>

INHALT

STECKBRIEF ZUR UNTERSUCHUNG 2016	2
ZUSAMMENFASSUNG	4
1 EINLEITUNG	6
2 ERREICHBARKEIT DER BEVÖLKERUNG MIT INFORMATIONEN ZU HIV UND SEXUELL ÜBERTRAGBAREN INFEKTIONEN (STI)	7
2.1 Gesamtreichweiten der multimedialen HIV/STI- Aufklärungskampagne	7
2.2 Massenmediale HIV/STI-Aufklärung	8
2.3 Reichweiten intensiver HIV/STI-Aufklärung	11
2.4 HIV/STI-Aufklärung in der Schule	13
3 INFORMIERTHEIT ÜBER SEXUELL ÜBERTRAGBARE INFEKTIONEN (STI)	14
3.1 Bekanntheit von STI	14
3.2 Sorge vor sexuell übertragbaren Infektionen (STI)	15
4 SCHUTZ VOR HIV UND STI	18
4.1 Kondomverwendung von 16- bis 20-Jährigen	18
4.2 Kondomverwendung von alleinlebenden 16- bis 44-Jährigen	19
4.3 Kondomverwendung in wechselnden Partnerschaften	20

STECKBRIEF ZUR UNTERSUCHUNG 2016

Ziele und Methoden			
Projekttitel	AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016		
Ziele	Langfristig angelegte Untersuchung von Wissen, Einstellungen und Verhaltensweisen im Zusammenhang mit HIV (Human Immunodeficiency Virus) und anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) sowie der Veränderungen des Informations- und Kommunikationsverhaltens		
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-Telefonstichprobensystem, Zufallsauswahl von Personen im Haushalt); altersmäßig disproportional geschichteter Stichprobenplan (Bevölkerung ab 16 Jahre: n=3.603; 16- bis 44-Jährige: n=2.405)		
Ausschöpfung			
Stichprobengröße	n	%	%
	ungewichtet	ungewichtet	gewichtet
Insgesamt	3.603	100	100
Westdeutschland	3.116	87	85
Ostdeutschland	487	13	15
Männer	1.726	48	49
Frauen	1.877	52	51
16- bis 44-Jährige	2.405	67	40
Alleinlebende unter 45 Jahre	1.139	32	20
Männer	634	37	23
Frauen	505	27	18
Migrationshintergrund	652	18	16
Befragungszeitraum	Oktober 2016 bis Dezember 2016		
Interviewprogrammierung, Stichprobenziehung, Datenerhebung, Gewichtung:	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH, Berlin/Dortmund		
Studienplanung, Datenanalyse und Berichterstattung:	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln Referat 2-25 Dr. Ursula von Räden		

ZUSAMMENFASSUNG/ERGEBNISSE

Im Jahr 2016 wurden 87 % der Bevölkerung mit mindestens einem der HIV/STI-Aufklärungsmedien der BZgA innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten erreicht. Der Rückgang der Nutzung im Bereich einzelner Medien konnte durch den Einsatz weiterer, insbesondere digitaler Medien ausgeglichen werden.

Seit 2016 setzt die neue Kampagne LIEBESLEBEN mit Cartoons auf Großflächenplakaten und Citylights plakativ die Botschaften "Benutz' Kondome" und "Wenn was nicht stimmt, geh zum Arzt" in Szene. Zum Zeitpunkt der Befragung im Herbst 2016 war diese Plakatlinie bereits bei fast zwei Dritteln der Bevölkerung (62 %) bekannt. Bei Jüngeren sind die Plakate noch deutlich bekannter, bei den unter 30-Jährigen weiblichen Befragten zu 81% und bei den männlichen Befragten zu 79 %.

Medien mit intensiver HIV/STI-Aufklärung werden von der jüngeren Bevölkerung (16- bis 20-Jährigen) häufiger genutzt als von der Gesamtbevölkerung. Die Broschürennutzung der Jüngeren ist nur leicht rückläufig und liegt im Jahr 2016 immer noch bei 26 %. Im Internet haben sich 2016 40 % der 16- bis 20-Jährigen über HIV und andere STI informiert. Angebote zur HIV/STI-Prävention als Werbebanner, Spots oder in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter usw. wurden von 58 % wahrgenommen.

Gegenwärtig geben 94 % der 16- bis 20-jährigen Jugendlichen an, das Thema HIV sei bei ihnen im Unterricht behandelt worden. 79 % berichten, auch das Thema STI sei in der Schule behandelt worden.

Eine grundsätzliche Voraussetzung für die Informiertheit über STI ist deren Bekanntheit. Syphilis und Gonorrhö sind die am meisten bekannten STI in der Gesamtbevölkerung. Fast die Hälfte der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung nennt im Jahr 2016 Syphilis (49 %) und Gonorrhoe/Tripper (48 %). Die Chlamydien-Infektion, welche in der Gesamtbevölkerung am weitesten verbreitet ist, ist hingegen wesentlich weniger Menschen bekannt. Erfreulich ist, dass die Bekanntheit von Chlamydien in den letzten 10 Jahren von 1 % auf heute 14 % Prozent gesteigert werden konnte.

Die Sorge vor einer STI ist bei Befragten mit mehreren Sexualpartnerinnen und -partnern deutlich verbreiteter als in der übrigen Bevölkerung. Im Jahr 2016 gaben 40 % in dieser Gruppe an, sich wegen einer möglichen Infektion mit einer STI gesorgt zu haben. Allerdings haben von ihnen lediglich 58 % einen Arzt oder eine Ärztin aufgesucht, um eine mögliche Infektion abklären zu lassen.

In Bezug auf das Schutzverhalten bei den 16- bis 20-jährigen sexuell Aktiven zeigt sich, dass in den letzten Jahren vor allem die regelmäßige Kondomverwendung (immer oder häufig) weiter angestiegen ist. Insgesamt ist der Anteil derer in dieser Gruppe, die immer oder häufig Kondome benutzen, auch noch in den letzten Jahren weiter angestiegen und hat sich somit von 34 % im Jahr 1988 auf 76 % im Jahr 2016 mehr als verdoppelt. Bei den 16- bis 44-jährigen alleinlebenden Befragten stieg der Anteil derer, die häufig oder immer Kondome nutzten, von 1988 bis 2016 bei den Frauen von 26 % auf 59 % und bei den Männern von 35% auf 71 % an und liegt damit bei den Männern auf dem höchsten Stand im gesamten Beobachtungszeitraum. Bei den Frauen stagniert der Anteil seit mehreren Jahren bei etwa 60 %. Insbesondere die regelmäßige Kondomnutzung bei Partnerwechseln ist angestiegen. Der Anteil derer, die Kondome häufig oder immer benutzen, erhöhte sich von 23 % im Jahr 1988 auf 74 % im Jahr 2016, dem bisher höchsten Wert. Der Anteil derer, die auch in wechselnden Partnerschaften nie Kondome verwenden, sank auf den bislang niedrigsten Wert von 9 %.

1 EINLEITUNG

1987 erhielt die BZgA vom Bundesministerium für Gesundheit den Auftrag, eine nationale Kampagne zur AIDS-Prävention zu konzipieren und umzusetzen. Die Kampagne „Gib AIDS keine Chance“ informierte die Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland seitdem über HIV und AIDS und deren Infektionsrisiken. Sie wurde in den folgenden drei Jahrzehnten zu einer der größten und umfassendsten Kampagne zur gesundheitlichen Aufklärung in Deutschland.

In den vergangenen Jahren wurden weitere sexuell übertragbare Infektionen (STI) und neue Zielgruppen in die Aufklärungskampagne integriert. Die Gesamtkommunikation benötigte daher einen zentralen Absender, um die neuen Botschaften und Themenfelder zu kommunizieren. Nach fast 30 Jahren erfolgreicher Präventionsarbeit wurde „Gib AIDS keine Chance“ ab 2016 schrittweise durch eine neue Dachmarke ersetzt. Die neue Kampagne LIEBESLEBEN knüpft als massenkommunikative Kampagne an die Vorgängerkampagne an und setzt auch zukünftig auf eine humorvolle Ansprache mit positiver Handlungsempfehlung. Sowohl massen- als auch personalkommunikative Informationsangebote werden gezielt für unterschiedliche Gruppen der Bevölkerung bereitgestellt.

Hauptziele der integrierten HIV/STI-Präventionskampagne LIEBESLEBEN sind die Verhinderung der weiteren Verbreitung von HIV und anderen STI 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 Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein“,

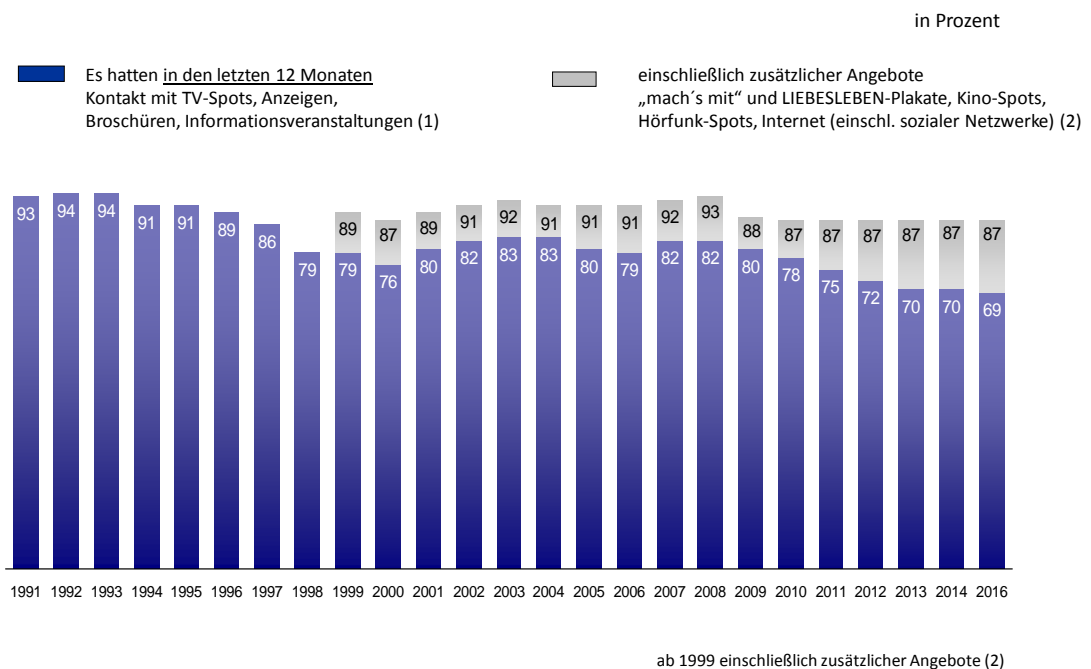
- inwieweit die Bevölkerung von den verschiedenen Aufklärungsmaßnahmen der Kampagne erreicht wird und die Informationsangebote nutzt,
- den Informationsstand in der Bevölkerung zu Infektionsrisiken und Schutzmöglichkeiten bzgl. HIV und anderer STI sowie
- die Ausprägung des Schutzverhaltens in der Bevölkerung wie z.B. die Nutzung von Kondomen in potenziellen sexuellen Risikosituationen.

Der vorliegende Endbericht enthält zentrale Ergebnisse der 29. Untersuchung, die Ende 2016 abgeschlossen wurde.

2 ERREICHBARKEIT DER BEVÖLKERUNG MIT INFORMATIONEN ZU HIV UND SEXUELL ÜBERTRAGBAREN INFEKTIONEN (STI)

Eine wesentliche Voraussetzung für die Wirksamkeit der HIV/STI-Aufklärungskampagne der BZgA ist die Erreichbarkeit der Bevölkerung mit Informationen zu HIV und STI. Dies lässt sich an der Wahrnehmung der multimedialen Kampagne LIEBESLEBEN durch die Bevölkerung messen.

2.1 Gesamtreichweiten der multimedialen HIV/STI-Aufklärungskampagne



© BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

ABBILDUNG 1: Gesamtreichweite der HIV/STI-Aufklärungsmedien Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre

Die HIV-Aufklärungskampagne setzte in der Anfangsphase im Wesentlichen TV-Spots, Anzeigen, Broschüren und Informationsveranstaltungen zur Aufklärung über HIV und AIDS ein. Die Schaltung und Streuung dieser vier Kernmedien der Kampagne waren so dicht, dass in den ersten Jahren mehr als neun Zehntel der Bevölkerung innerhalb eines Jahres mit mindestens einem Medium erreicht wurden.

Im Jahr 1991 lag die Reichweite bereits bei 93% und blieb die nächsten vier Jahre auf diesem hohen Niveau. Seit 1996 nahm die Gesamtreichweite dann auf 76 % im Jahr 1998 ab.

Nachdem die Daten der Studie "AIDS im öffentlichen Bewusstsein" diesen Reichweiten-Rückgang von Medien der HIV-Aufklärungskampagne aufzeigten, wurden nach und nach weitere Medien entwickelt und angeboten. Zusätzlich kamen Radio- und Kino-Spots, Großflächenplakate und das Internet zum Einsatz. Dadurch erhöhte sich der Gesamtanteil derer, die mit der HIV-Aufklärung erreicht wurden, wieder. Trotz rückläufiger Reichweiten einzelner Medien stieg so die Gesamtreichweite wieder und lag von 2002 bis 2006 auf einem stabilen hohen Niveau von über 90 %. Seit 2009 sanken diese Reichweiten auf etwas darunter. In den letzten Jahren wurde die Kampagne zu einer integrierten HIV/STI-Kampagne unter der Absenderschaft LIEBESLEBEN ausgebaut und arbeitet verstärkt auch mit STI-bezogenen Botschaften. Im Jahr 2016 wurden immer noch 87 % der Bevölkerung mit mindestens einem der Medien innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten erreicht.

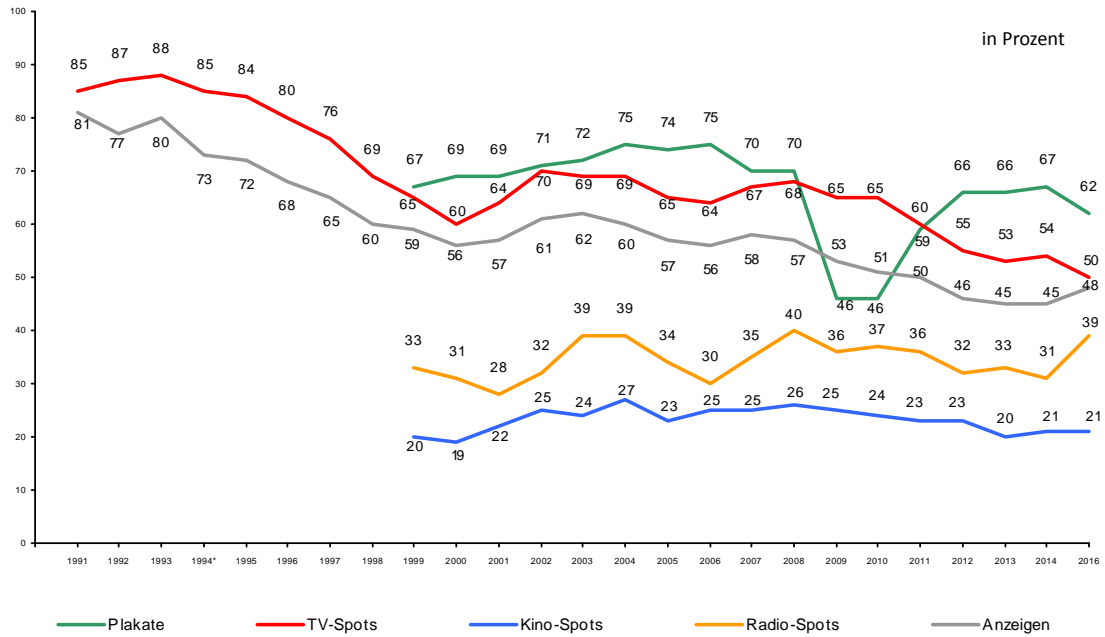
2.2 Massenmediale HIV/STI-Aufklärung

Die Wahrnehmung der gezielten HIV/STI-Aufklärungsmedien wird jährlich differenziert nach Medientyp, Zeitraum und Frequenz geprüft. Die Ergebnisse werden zu verschiedenen Reichweitenindikatoren aufbereitet. So wird z.B. untersucht, wie viele Menschen in den letzten 12 Monaten mit den jeweiligen Medien und Maßnahmen erreicht wurden.

Zunächst werden die Reichweiten der massenmedialen Formen der HIV/STI-Aufklärung aufgezeigt, anhand derer mit kurzen und prägnante Botschaften auf die Themen HIV und STI aufmerksam gemacht wird. Dies sind die Plakate der LIEBESLEBEN-Kampagne, TV- und Kino-Spots, Hörfunk-Spots und Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten.

Seit 2016 setzt die Kampagne unter der neuen Dachmarke LIEBESLEBEN mit Cartoons auf Großflächenplakaten und Citylights sowie auf Anzeigenmotiven plakativ die Botschaften "Benutz' Kondome" und "Wenn was nicht stimmt, geh zum Arzt" in Szene. Zum Zeitpunkt der Befragung im Herbst 2016 war die Plakatlinie von LIEBESLEBEN bereits dem Anteil von 62 % der

Bevölkerung bekannt. Dieser hohe Wert ist wichtig, um die neue Präventionskampagne LIEBESLEBEN in der Bevölkerung etablieren zu können.



*BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

ABBILDUNG 2: Reichweiten von massenmedialer HIV/STI-Aufklärung Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre; in den letzten 12 Monaten

Werden die Reichweiten der Großflächenplakate und Citylights nach Alter und Geschlecht dargestellt, so zeigt sich, dass die Plakate bei den Jüngeren noch deutlich bekannter sind, bei den unter 30-Jährigen gleichermaßen hoch bei weiblichen (81%) wie bei männlichen Befragten (79%).

TABELLE 1: Reichweiten der Plakate nach Alter und Geschlecht

Altersgruppen	Frauen	Männer
16-29 Jahre	81	79
30-44 Jahre	70	75
45-59 Jahre	60	64
Über 60 Jahre	40	47

Auch an die Anzeigen-Motive der LIEBESLEBEN-Kampagne erinnern sich 48 % der Gesamtbevölkerung, etwas mehr als in den Vorjahren. In der Rangfolge der Massenmedien folgen die TV-Spots mit insgesamt abnehmender Reichweite: Mehr als 80 % der Bevölkerung kannten zu Beginn der 90er Jahre die Aufklärungsspots der BZgA. Im Jahr 2016 können sich 50 % erinnern, in den letzten zwölf Monaten schon einmal einen solchen Spot gesehen zu haben. Da die Spots den Fernsehsendern ohne Einfluss auf die Ausstrahlung zur Verfügung gestellt werden, kann dieser Wert auch eine geringere Schaltung der Spots widerspiegeln, was der allgemein gesunkenen medialen Präsenz der Thematik entsprechen würde. Mit Kino-Spots wird seit ihrer Schaltung 1999 etwa ein Viertel bis ein Fünftel der Allgemeinbevölkerung erreicht; im Jahr 2016 sind es 21 %.

Die seit 1999 geschalteten Radio-Spots mit HIV/AIDS-Aufklärung werden nur in Teilregionen Deutschlands und nicht flächendeckend ausgestrahlt. Dennoch haben 39% im Jahr 2016 einen oder mehrere Hörfunk-Spots gehört. Dieser Anteil variierte seit 1999 zwischen 30% und 40%.

Innerhalb der massenmedialen HIV/STI-Aufklärung hatten bis 2008 Plakate mit den klassischen bunten Kondom-Motiven und danach die Gemüse-Kondommotive die höchsten Reichweiten und wurden von mehr als 70 Prozent der über 16-jährigen Bevölkerung innerhalb der letzten 12 Monate vor der Befragung gesehen. Die Motive, die seit 2009 geschaltet wurden, zeigen Fotos von Liebesorten, an denen Sex stattgefunden hat oder haben könnte. Diese Plakatlinie wurde in der Bevölkerung weniger stark wahrgenommen als die Vorläufer-Motive. Im Jahr 2009 erinnerten sich 46 % der über 16-jährigen Bevölkerung, die „mach's mit“ Plakate einmal oder mehrmals in den letzten 12 Monaten vor dem Befragungszeitpunkt gesehen zu haben. Nach

einer Überarbeitung der Plakatlinie – die Fotos wurden übersichtlicher und fokussierten stärker auf die Botschaft – konnten die Wahrnehmungswerte wieder auf 59 % erhöht werden.

In der ab 2012 geschalteten neuen Plakatlinie wurden erstmals Menschen als Kampagnenmotive gezeigt. Aus der Kampagne zur HIV-Prävention wurde eine integrierte Kampagne zur Prävention von HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI). Da sexuell übertragbare Infektionen nicht allein durch die Nutzung von Kondomen verhindert werden können, wurde die HIV-Präventionsbotschaft „Kondome schützen“ um die Botschaft erweitert, dass weiteres Wissen zu STI in Bezug auf Übertragbarkeit und Schutz ebenfalls wichtig ist. Diese Plakatlinie erreichte wieder höhere Reichweiten und wurde im Jahr 2014 von 67 % der Allgemeinbevölkerung gesehen. Damit eroberte sich das Plakat als Leitmedium wieder den ersten Rang.

2.3 Reichweiten intensiver HIV/STI-Aufklärung

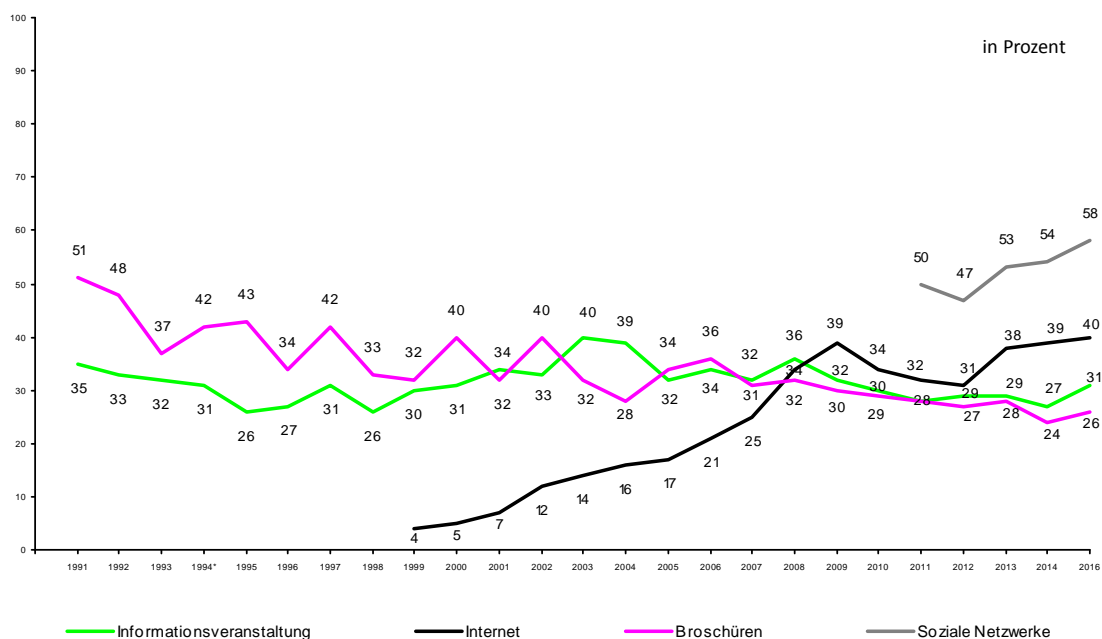
Angebote mit intensiver HIV/STI-Aufklärung umfassen Broschüren, Informationsveranstaltungen und Informationen aus dem Internet. Anhand dieser Medien ist es möglich, sich eingehender und umfassender über HIV/STI zu informieren. Da die Beschäftigung mit diesen Medien einen aktiven und zeitaufwändigeren Zugang erfordert, sind die Reichweiten dieser Medien deutlich geringer als die der massenmedialen HIV/STI-Aufklärungsmaßnahmen.

Die Nutzung von Broschüren zur Information über HIV und STI durch die Allgemeinbevölkerung ist über den Gesamtzeitraum betrachtet kontinuierlich zurückgegangen.

Die Information zu HIV und STI über intensivere Medienformen ist insbesondere für die junge nachwachsende Bevölkerung von Bedeutung. Zum einen deshalb, weil junge Menschen zunächst ein Basiswissen zu Infektionsrisiken und Schutzmöglichkeiten erwerben müssen und zum anderen, weil insbesondere in Phasen von Partnerwechseln potenziell höhere Risiken für HIV und andere sexuell übertragbare Infektionen bestehen.

Wie auch die massenmedialen Aufklärungsangebote werden die Medien mit intensiver HIV/STI-Aufklärung von der jüngeren Bevölkerung (16- bis 20-Jährigen) häufiger genutzt als von der Gesamtbevölkerung. Die Broschürennutzung der Jüngeren ist nur leicht rückläufig und liegt im Jahr 2016 bei 26 %. Mit personal-kommunikativer HIV/STI-Prävention durch Vorträge und Informationsveranstaltungen innerhalb der letzten zwölf Monate (meist in der Schule) wird seit 1991 etwa ein Drittel dieser für die Prävention relevanten Gruppe erreicht. Im Jahr 2016 liegt dieser Anteil mit 31 % etwas höher als in den vergangenen Jahren. 40 % der 16- bis 20-Jährigen

haben sich 2016 in den letzten zwölf Monaten im Internet über HIV und STI informiert. Der Trend zur gezielten Nutzung des Internets für Informationen über HIV/STI setzt sich nach einem steilen Anstieg im ersten Jahrzehnt nach 2000 und einem leichten Rückgang bis 2012 ab dem Jahr 2013 weiter fort.



*BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

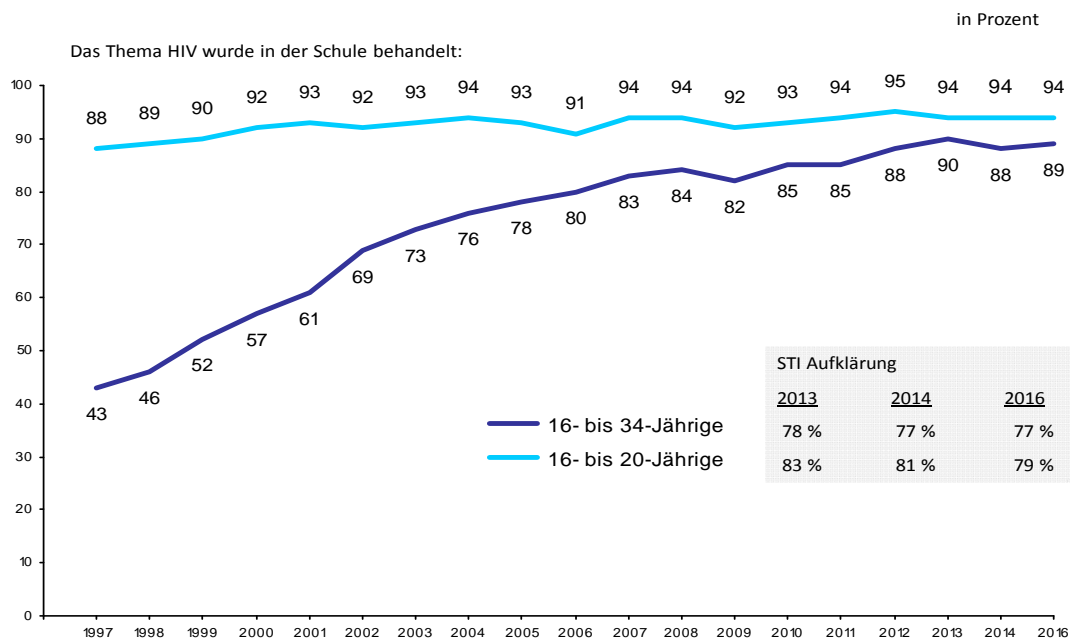
ABBILDUNG 3: Reichweiten der intensiven HIV/AIDS-Aufklärung 16- bis 20-Jährige; in den letzten 12 Monaten

Zusätzlich wird seit 2011 gefragt, ob im Internet Angebote zur HIV/STI-Prävention als Werbebanner, Spots oder in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter usw. gesehen wurden. Auf den Zeitraum der letzten 12 Monate bezogen gaben hier 58 % der 16- bis 20-Jährigen an, so mit HIV- und STI-Prävention in Berührung gekommen zu sein. Dieser Anteil liegt über dem Anteil derer (40 %), die angegeben haben, sich gezielt zum Thema HIV und STI im Internet informiert zu haben.

2.4 HIV/STI-Aufklärung in der Schule

Für junge Menschen ist die Aufklärung in der Schule eine wichtige Quelle für Informationen über HIV und STI. Gegenwärtig geben 94 % der 16- bis 20-jährigen Jugendlichen an, das Thema HIV sei bei ihnen im Unterricht behandelt worden. Auch in der Gruppe der heute 16- bis 34-Jährigen haben inzwischen 89 % während ihrer Schulzeit HIV-Aufklärung erhalten. Dies macht deutlich, dass fast alle jungen Menschen in Deutschland bereits in der Schule über HIV informiert werden und die Möglichkeit erhalten, sich ein Basiswissen zum Schutz vor HIV anzueignen.

In Bezug auf andere sexuell übertragbare Infektionen stellt sich die Situation etwas anders dar: Im Jahr 2016 gaben nur 79 % der 16- bis 20-Jährigen und 77 % der 16- bis 34-Jährigen an, dass das Thema STI in der Schule behandelt wurde.



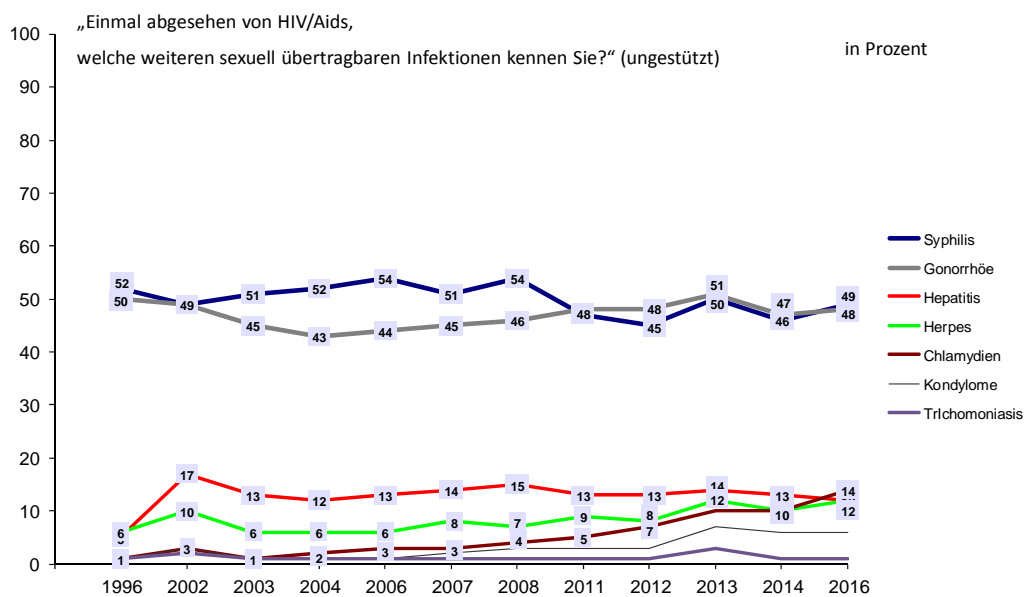
© BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

ABBILDUNG 4: HIV und STI-Aufklärung in der Schule (STI-Aufklärung erfragt ab 2013)

3 INFORMIERTHEIT ÜBER SEXUELL ÜBERTRAGBARE INFEKTIONEN (STI)

HIV-Prävention und die Aufklärung über Infektionsrisiken und Schutzmöglichkeiten bei anderen sexuell übertragbaren Infektionen (STI) stehen in einem engen Zusammenhang. In den jährlichen Wiederholungsbefragungen "AIDS im öffentlichen Bewusstsein" werden seit dem Jahr 1996 deshalb auch Fragen gestellt, die Aufschluss über Wissenstand, Informationsbedarf und Informationswünsche der Bevölkerung zu STI geben.

3.1 Bekanntheit von STI



*BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

ABBILDUNG 5: Bekanntheit sexuell übertragbare Infektionen Allgemeinbevölkerung ab 16 Jahre

Ein zunehmend wichtiges Ziel der Aufklärung im Rahmen der Kampagne „LIEBESLEBEN“ ist es, ein hohes Maß an Wissen über Infektionsrisiken und Schutzmöglichkeiten, nicht nur zu HIV, sondern auch zu anderen STI, in der Bevölkerung zu schaffen und zu erhalten.

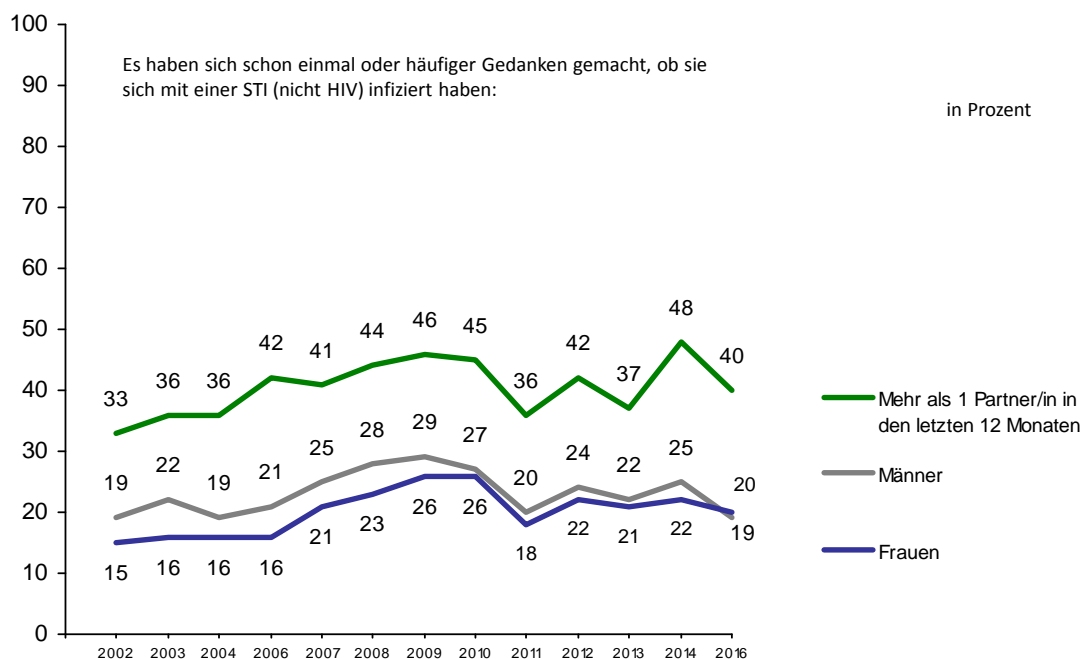
Die grundsätzliche Voraussetzung für die Informiertheit über STI ist deren Bekanntheit. Sie wurde für sieben STI erfasst. Die ausgewählten STI sind diejenigen mit der höchsten Verbreitung in der Bevölkerung bzw. in Teilgruppen der Bevölkerung. Diese sind: Syphilis, Gonorrhöe/Tripper, Hepatitis, Herpes, Chlamydien, Kondylome/Feigwarzen und Trichomoniasis.

Fast die Hälfte der über 16-jährigen Allgemeinbevölkerung nennen im Jahr 2016 Syphilis (49 %) und Gonorrhoe/Tripper (48 %). Die Bekanntheit von Chlamydien ist in den letzten Jahren auf 14 % gestiegen; sie lag vor 10 Jahren noch bei 1 %. Deutlich weniger Befragte geben Hepatitis und Herpes an (jeweils 12 %). Kondylome bzw. Feigwarzen und Trichomoniasis werden noch seltener genannt. (6%/1%).

3.2 Sorge vor sexuell übertragbaren Infektionen (STI)

Bei der ersten Befragung zu dieser Thematik im Jahr 2002 gaben 19 % der 16- bis 65-jährigen Männer und 15 % der Frauen an, sich bereits einmal oder mehrmals, wegen der Ansteckung mit sexuell übertragbaren Infektionen gesorgt zu haben. Diese Anteile stiegen auf 29 % bei den Männern und 26 % bei den Frauen im Jahr 2009. Bis 2011 gingen diese Anteile wieder auf 20 % bei den Männern und 18 % bei den Frauen zurück und liegen nach einer weiteren Zu- und Abnahme im Jahr 2016 bei 20 % bei den Frauen und 19 % bei den Männern.

Die Sorge vor einer STI ist bei denjenigen Befragten mit mehreren Sexualpartnerinnen und -partnern innerhalb des letzten Jahres deutlich verbreiteter. In dieser Gruppe ist der Anteil derer, die sich in Bezug auf STI gesorgt haben von 33 % im Jahr 2002 auf 46 % im Jahr 2009 angestiegen. Im Jahr 2016 gaben 40 % in dieser Gruppe an, sich wegen einer möglichen Infektion mit einer STI gesorgt zu haben.

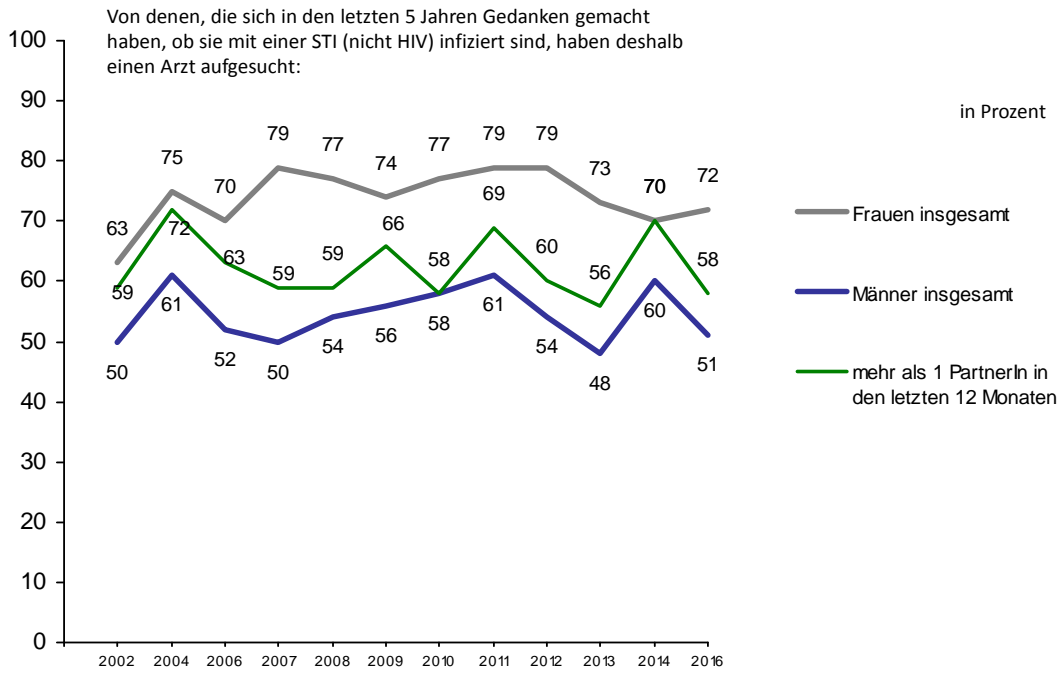


•BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

ABBILDUNG 6: Sorge vor STI
16- bis 65-jährige Allgemeinbevölkerung

Aus Sorge vor einer STI suchten im Jahr 2002 63 % der Frauen mit einem STI-Verdacht einen Arzt oder eine Ärztin auf, im Jahr 2016 waren es 72 %. Bei Männern schwankte der Anteil und lag mit 51 % im Jahr 2016 auf etwa gleichem Niveau wie im Jahr 2002 (50 %).

Insgesamt zeigt sich, dass die Sorge vor STI bei Personen mit wechselnden Partnerschaften seit 2002 etwas zugenommen hat, dass aber die Inanspruchnahme einer ärztlichen Versorgung sich nicht entsprechend erhöht hat. Frauen holen bei einer STI-Vermutung deutlich häufiger ärztlichen Rat ein (72 %) als Männer (51 %). Dieses Ergebnis könnte allerdings das allgemeine Inanspruchnahmeverhalten ärztlicher Behandlung von Frauen und Männern widerspiegeln. Die Inanspruchnahme ärztlicher Versorgung der Befragten mit mehreren Sexualpartnern oder –partnerinnen (Frauen und Männer zusammengefasst wegen geringer Fallzahl) liegt mit 58 % auf eher niedrigem Niveau.



*BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

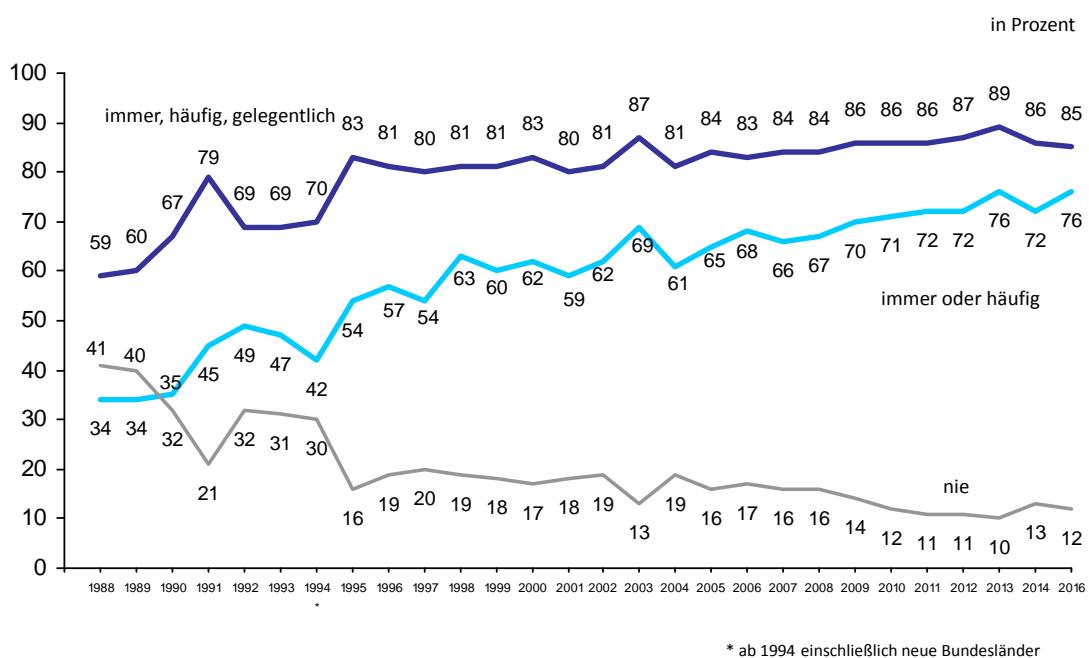
ABBILDUNG 7: Arztbesuch bei Sorge vor STI
16- bis 65-jährige Allgemeinbevölkerung

4 SCHUTZ VOR HIV UND STI

Bei den jüngeren Befragten kommen Partnerwechsel und spontane Sexualekontakte häufiger vor als in der Gesamtbevölkerung. Wegen dieser größeren Verbreitung eines potenziellen Risikoverhaltens stellen sie eine wichtige Gruppe für die Prävention dar.

Um das Schutzverhalten präziser abzubilden, wurde als Indikator auch die Häufigkeit der Kondomnutzung mit den Kategorien nie, gelegentlich, häufig und immer erfasst. In dieser Form wird das Schutzverhalten nicht nur auf einen einzelnen Sexualekontakt bezogen, sondern auf das allgemeine Schutzverhalten.

4.1 Kondomverwendung von 16- bis 20-Jährigen



• BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

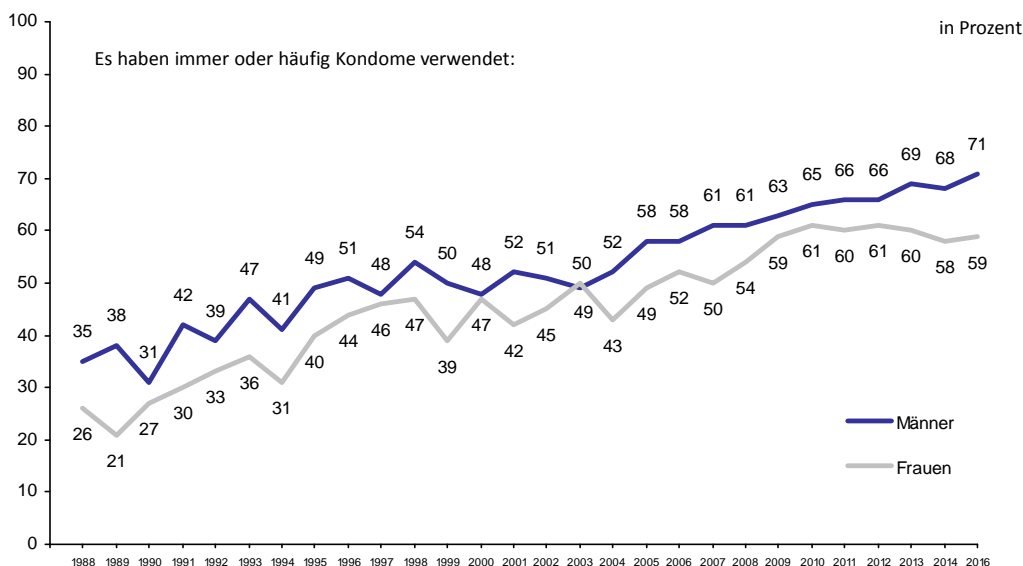
ABBILDUNG 8: Kondomverwendung von 16- bis 20-Jährigen mit Sexualekontakten im letzten Jahr

Seit 1988 hat die Kondomverwendung besonders in der nachwachsenden Generation, die z.B. in Phasen der Partnersuche potenziell häufigere Partnerwechsel haben, stark zugenommen.

In den letzten Jahren ist vor allem die regelmäßige Kondomverwendung (immer oder häufig) bei den 16- bis 20-jährigen sexuell Aktiven weiter angestiegen. Insgesamt ist der Anteil derer in dieser Gruppe, die immer oder häufig Kondome benutzen, auch in den letzten Jahren weiter angestiegen und hat sich somit von 34 % im Jahr 1988 auf 76 % im Jahr 2016 mehr als verdoppelt.

Im Jahr 2016 geben 85 % der 16- bis 20-Jährigen an, immer, häufig oder gelegentlich Kondome verwendet zu haben. 3 % haben keine Erfahrungen mit Kondomen. Der Anteil Jugendlicher, die zwar Erfahrungen mit Kondomen haben, sie aber nie verwenden, sank von 41 % im Jahr 1988 sehr schnell auf 16 % im Jahr 1995. Seitdem variiert der Wert gering und liegt 2016 bei 12%.

4.2 Kondomverwendung von alleinlebenden 16- bis 44-Jährigen



•BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

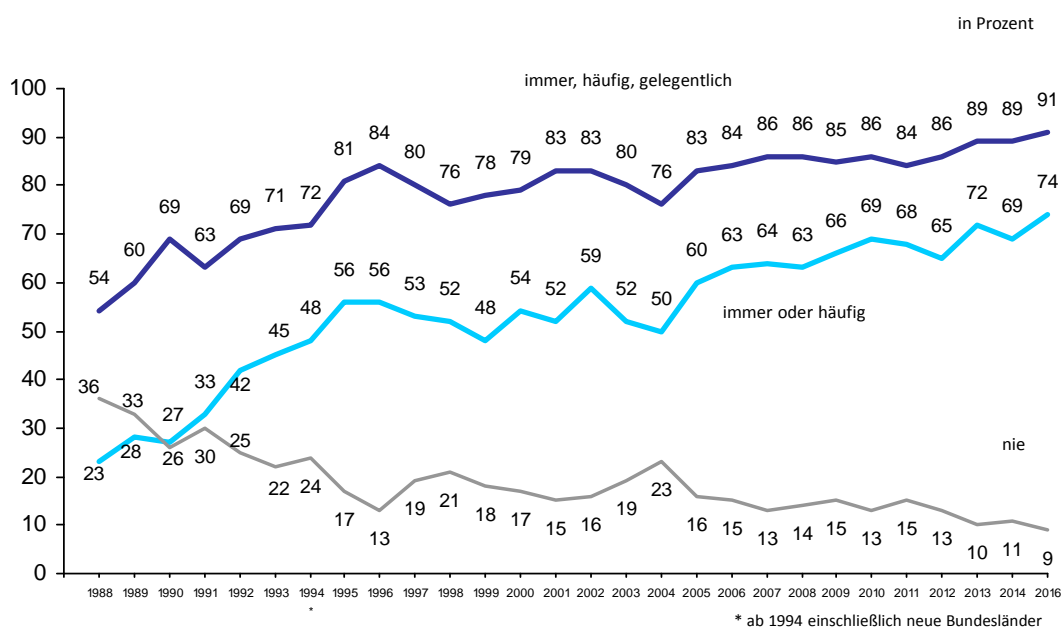
* ab 1994 einschließlich neue Bundesländer

ABBILDUNG 9: Kondomverwendung von alleinlebenden unter 45-Jährigen mit Sexualkontakten im letzten Jahr nach Geschlecht

Bei den Alleinlebenden im Alter von 16 bis 44 Jahren handelt es sich sowohl um Menschen in einer Partnerschaft, die nicht mit ihrem Partner oder ihrer Partnerin zusammen leben, als auch um Singles. In dieser Gruppe kommen Partnerwechsel und spontane Sexualkontakte mit Unbekannten häufiger vor als im Rest der Gesamtbevölkerung. Wegen dieser größeren Verbreitung eines potenziellen Risikoverhaltens stellen sie eine wichtige Gruppe für die Prävention dar.

In den ersten zwanzig Jahren des Beobachtungszeitraums nahm insbesondere die regelmäßige Kondomnutzung (immer oder häufig) deutlich zu. Von 1988 bis 2016 stieg der Anteil derer, die häufig oder immer Kondome nutzten, bei den Frauen von 26 % auf 59 % und bei den Männern von 35 % auf 71 % an und liegt damit bei den Männern auf dem höchsten Stand im gesamten Beobachtungszeitraum. Bei den Frauen stagniert der Anteil seit mehreren Jahren bei etwa 60%.

4.3 Kondomverwendung in wechselnden Partnerschaften



•BZgA – Repräsentativerhebung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein 2016“

ABBILDUNG 10: Häufigkeit der Kondomverwendung
16- bis 65-Jährige mit mehr als einem Sexualpartner/einer Sexualpartnerin im letzten Jahr

Die Präventionskampagne der BZgA spricht auch gezielt Personen an, die nicht monogam leben. Die Kondomnutzung nahm bei Befragten, die in den letzten 12 Monaten vor der Befragung mehrere Sexualpartner oder –partnerinnen hatten, seit 1988, als die Frage zum ersten Mal gestellt wurde, erheblich zu. Der Anteil derer, die immer, häufig oder gelegentlich Kondome verwenden, stieg von 54 % im Jahr 1988 auf 91 % im Jahr 2016 an. Dies ist der bislang höchste Wert seit Befragungsbeginn.

Insbesondere die regelmäßige Kondomnutzung bei Partnerwechseln ist angestiegen. Der Anteil derer, die Kondome häufig oder immer benutzen, erhöhte sich von 23 % im Jahr 1988 auf 74 % im Jahr 2016, dem bisher höchsten Wert. Der Anteil derer, die auch in wechselnden Partnerschaften nie Kondome verwenden, sank auf den bislang niedrigsten Wert von 9 %.