

„mach's mit auf Achse“: PKV unterstützt neue HIV-Präventionskampagne

Die PKV beteiligt sich erneut an der AIDS-Sommeraktion der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Im Mittelpunkt der diesjährigen Kampagne stehen 20 LKW, die unter dem Motto „mach's mit auf Achse“ durch Deutschland rollen. Auf 20 Metern Länge werben sie für den Schutz vor Aids und anderen sexuell übertragbaren Krankheiten.

Begleitet wird die Aidsprävention auf Rädern von 100.000 Großplakaten mit sechs neuen „mach's mit“-Motiven. Nach der finanziellen Unterstützung der internationalen AIDS-Konferenz der Bundesregierung im März ist dies bereits die zweite große Präventionsaktion, die im laufenden Jahr mit den Mitteln der privaten Krankenversicherungen gefördert wird. Auf der Grundlage des 2005 vereinbarten Kooperationsvertrags unterstützt die PKV die Präventionsarbeit der BZgA auch 2007 wieder mit insgesamt 3,4 Millionen Euro. Die BZgA lobt dieses Engagement der PKV als „strategisch höchst bedeutsames Beispiel für produktive Public-Private-Partnership. Die Aidsprävention bekommt so wieder ein größeres Gewicht in der deutschen Präventionspraxis“, sagt BZgA-Direktorin Prof. Dr. Elisabeth Pott.

Kontinuierliche Ansprache

Angesichts der in den letzten Jahren in Deutschland deutlich gestiegenen Zahl von Neudiagnosen mit HIV/Aids hat sich die PKV im Jahr 2005 dazu entschieden, gezielt Maßnahmen zu unterstützen, mit denen die öffentliche Aufmerksamkeit wieder vermehrt auf dieses Thema gelenkt wird. Dabei geht es neben der zielgruppenorientierten Präventionsarbeit vor allem auch um die Fortführung der kostenintensiven, breiten Öffentlichkeitsarbeit. So erfordert die Aufrechterhaltung der Aufmerksamkeit für HIV und AIDS eine kontinuierliche Ansprache der gesamten Bevölkerung. Die privaten Krankenversicherer haben sich hierzu bewusst für die Zusammenarbeit mit der BZgA entschieden. Nur sie besitzt die erforderliche lang-

jährige Erfahrung und Expertise, um die von den Mitgliedsunternehmen der PKV zur Verfügung gestellten Mittel bestmöglich einzusetzen.

Bei der Großflächenplakatierung geht die Kampagne neue Wege. Im Rahmen eines Kreativwettbewerbs waren Studierende aufgerufen, eine aufmerksamkeitsstarke Fotoserie zu entwickeln, die das „mach's mit“-Prinzip aufgreift. Die Jury des Fotowettbewerbs vergab zwei erste Plätze, eine der beiden Gewinnerkampagnen ist nun bundesweit auf Plakatwänden zu sehen. Dabei entfalten die Motive und ihre sexuellen Anspielungen die gewünschte Wirkung: Die Obst- und Gemüsesorten mit übergerollten Kondomen werden von 83 Prozent der Allgemeinbevölkerung und von 88 Prozent der 16- bis 20-Jährigen als „gerade richtig“ bewertet.

Wahrnehmung angestiegen

Parallel zum Beginn der neuen Kampagne stellte die BZgA die Ergebnisse ihrer

aktuellen Untersuchung „AIDS im öffentlichen Bewusstsein“ vor. Die Studie zeigt auf, dass mit den Gemüsemotiven die Plakatreichweite bei den 16- bis 20-Jährigen im letzten Jahr deutlich von 78 Prozent auf 94 Prozent gesteigert werden konnte. Zielgenau werden also gerade junge Menschen erreicht, die immer wieder neu über die Präventionsbotschaften informiert werden müssen.

Die „mach's mit“-Kampagne der BZgA gibt es bereits seit 1994. Inzwischen kennen über 90 Prozent der Bevölkerung die großen Plakate mit den bunten Kondomen, die mit frechen Schlagzeilen für den Schutz vor HIV und Aids werben. „mach's mit“ ist heute das sichtbarste und bekannteste Element der 1987 gestarteten Kampagne „Gib Aids keine Chance“ und hat in den vergangenen Jahren wesentlich dazu beigetragen, Kondome sowohl im privaten Leben als auch in der öffentlichen Wahrnehmung zum alltäglichen Gegenstand zu machen. *olb*



Einer der 20 LKW, die in diesen Tagen mit Unterstützung der PKV auf Deutschlands Straßen unterwegs sind.