

# Das Gesundheitsministerium



## 1993 Ëch ? Aids ?

Aids betrifft nicht nur die Anderen. Aids geht uns alle an : Heteros, Homos, Säuglinge, junge Leute, ältere Leute, ...



## 1994 Schützen Sie sich vor Aids

Die Umfragen zeigen, dass Kondome nicht bzw. zu selten benutzt werden. Daher muss die Bevölkerung dazu motiviert werden. Das Motiv der Kampagne stellt das Virus sowie das wirksamste Mittel zum Schutz dar: das Kondom, ... abgesehen von Treue zwischen nichtinfizierten Partnern oder Enthaltensamkeit.



## Welche Rolle hat das Gesundheitsministerium ?

Angesichts der fortschreitenden Entwicklung der Aids- Epidemie hat Luxemburg eine neue nationale Strategie für den Kampf gegen HIV/Aids für die Jahre 2006-2010 verabschiedet.

Diese basiert auf einem Aktionsplan, der mehr als 60 konkrete Maßnahmen umfasst. Der Schwerpunkt dieses dritten Aktionsplans liegt auf der Prävention. Eine bedeutende Rolle spielt hierbei die Information, Aufklärung und Sensibilisierung der Allgemeinbevölkerung, besonders gefährdeter Gruppen sowie speziell der Jugendlichen. Die vorgesehenen Aktionen werden in enger Zusammenarbeit mit nationalen Institutionen (andere Ministerien, Aids- Komitee, ...) sowie lokalen Akteuren (Aidsberodung, Stop Aids Now, Planning Familial) realisiert und regelmäßig evaluiert.

Ein Beispiel für diese vernetzten Aktionen ist die Bereitstellung von Kondomautomaten in den Sekundarschulen im Rahmen der Initiative „Für eine verantwortungsbewusste Sexualität“.

Dank der interdisziplinären Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Bildung /SCRIPT, der Aidsberodung und dem Planning Familial haben die Jugendlichen seit dem Schuljahresbeginn 2006 die Möglichkeit, günstig und diskret Kondome zu erwerben (0,20 € für 4 Stück). Gleichzeitig wird in der Schule eine Informations- und Sensibilisierungskampagne zum Thema „verantwortungsbewusste Sexualität“ gestartet, die insbesondere die Benutzung des Kondoms aufgreift. Zusätzlich werden Fortbildungskurse für das Lehrpersonal organisiert.



## Die Plakatkampagnen seit 1993

Anlässlich des von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) ins Leben gerufenen Welt-Aids-Tags am 1. Dezember organisiert die Abteilung für Präventiv- und Sozialmedizin der Gesundheitsdirektion, jährliche Informations- und Aufklärungskampagnen für die breite Bevölkerung.

## Die Präventionsbotschaften

### ► Verbreitung der Kernbotschaften :

„Die Zahl der HIV-Neuinfektionen nimmt weiterhin zu“  
„Jeder ist betroffen“

### ► Die Gesellschaft daran erinnern :

- dass Aids nicht heilbar ist
- dass man sich weiterhin schützen muss
- dass nur verantwortungsbewusstes Verhalten schützt

### ► Mögliche Übertragungswege und Schutzmöglichkeiten erklären.

### ► Solidarität gegenüber HIV-positiven/ an Aids erkrankten Menschen fördern und Diskriminierung bekämpfen.

Ziel ist es, die Aufmerksamkeit für das Thema Aids aufrecht zu erhalten, das Wissen über HIV/Aids systematisch zu stärken und eine positive Einstellung gegenüber der Benutzung des Kondoms zu fördern, da neue Generationen an Jugendlichen heranwachsen und neue Bevölkerungsgruppen ins Land kommen, die nicht notwendigerweise informiert sind. Sobald keine regelmäßige öffentliche Diskussion mehr stattfindet, lässt die Aufmerksamkeit nach und die Risikobereitschaft nimmt zu.



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
Ministère de la Santé  
Direction de la Santé



**1995**  
**Europe against Aids**

Diese europäische Kampagne hebt die Wichtigkeit des Kondoms hervor. Durch den Folon (belgischer Zeichner)- Stil richtet sich diese Kampagne vorrangig an Jugendliche, um sie zur Nutzung von Kondomen zu motivieren und das Kondom an sich gleichzeitig zu „enttabuisieren“.



**1997**  
**Das Kondom**

Für die Sommerferien wurde ein spezielles Motiv entworfen, um vor allem Jugendliche daran zu erinnern, wie wichtig es ist, besonders in den Ferien bei „Gelegenheitssex“ mit einem unbekanntem Partner, Kondome zu verwenden.



**1996**  
**David**

Vor allem Jugendliche benutzen das Kondom zu wenig, da es ihnen entweder zu teuer erscheint oder für sie ein Tabu ist. Ziel dieser Kampagne ist es daher, den Kauf von Kondomen zu banalisieren. Niemand sollte sich mehr schämen in einem Geschäft oder einer Apotheke nach Kondomen zu fragen.

1998

## Kondome von Anfang an

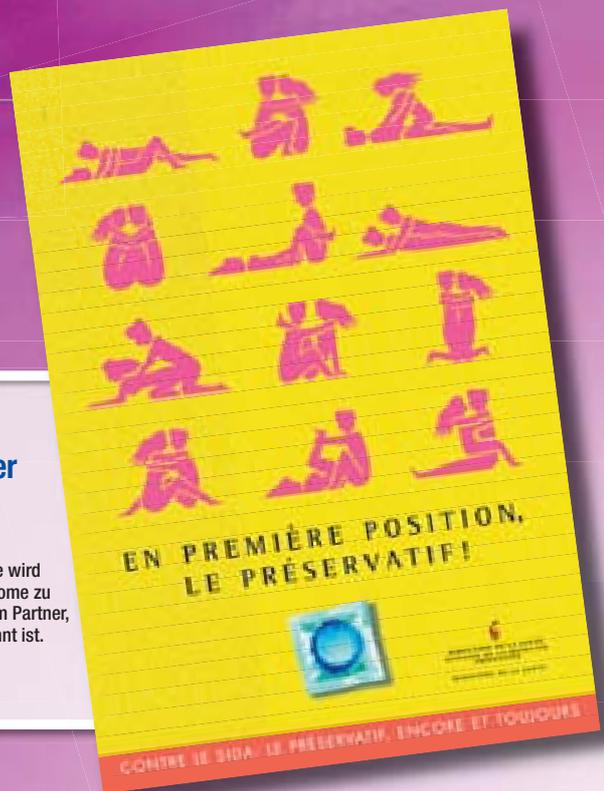
Drei Poster verbinden in humorvoller Weise den sexuellen Akt mit dem Kondom. Zusätzlich sollen Frauen motiviert werden, darauf zu bestehen, dass ihr Partner ein Kondom benutzt.

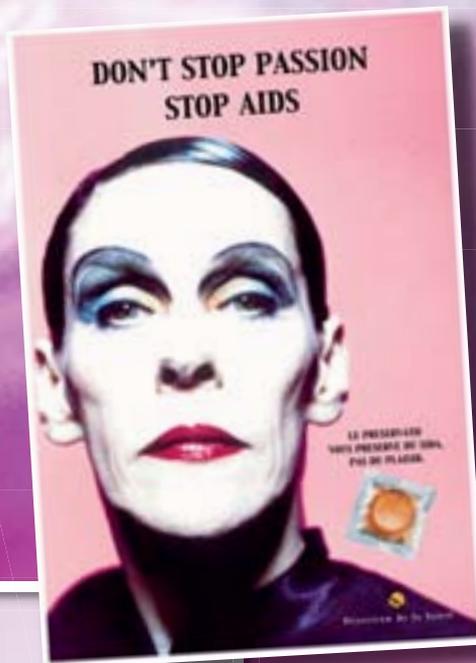
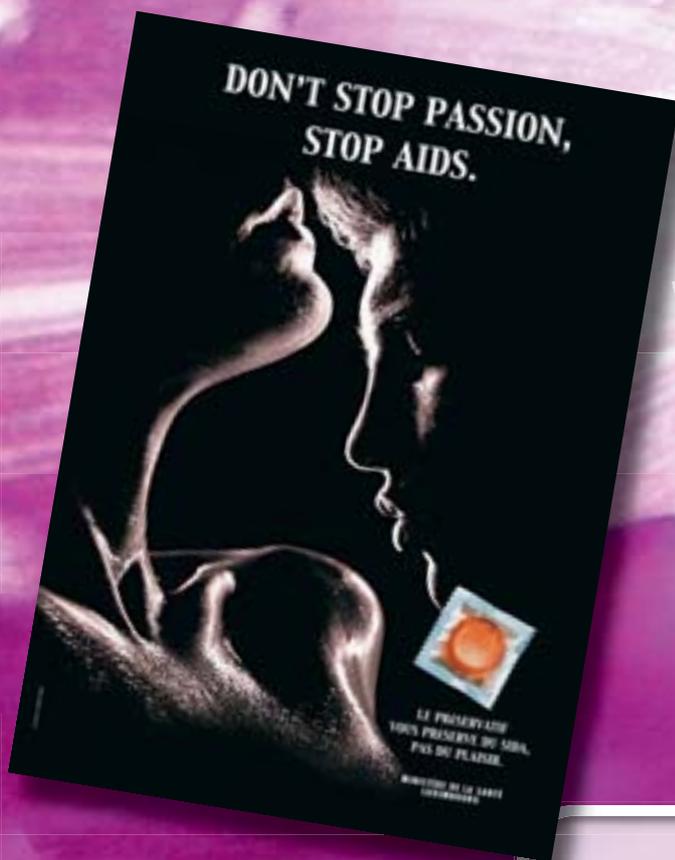


1999

## Das Kondom an erster Stelle

Durch diese provokative Kampagne wird erneut die Wichtigkeit betont Kondome zu benutzen; gerade bei Sex mit einem Partner, dessen Seronegativität nicht bekannt ist.



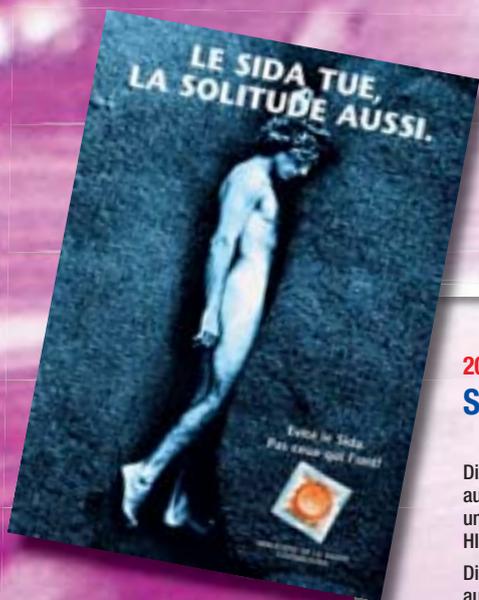


2000-2001

### Don't stop passion, stop Aids

Durch die Kombinationstherapie (Triotherapie) ist die Wachsamkeit in der Bevölkerung eingeschlafen. Schockierende Motive sind notwendig, um die Bevölkerung wachzurütteln. Derzeit entsteht die Mehrzahl der Neuinfektionen bei heterosexuellen Sexualkontakten: Aids kann jeden treffen!

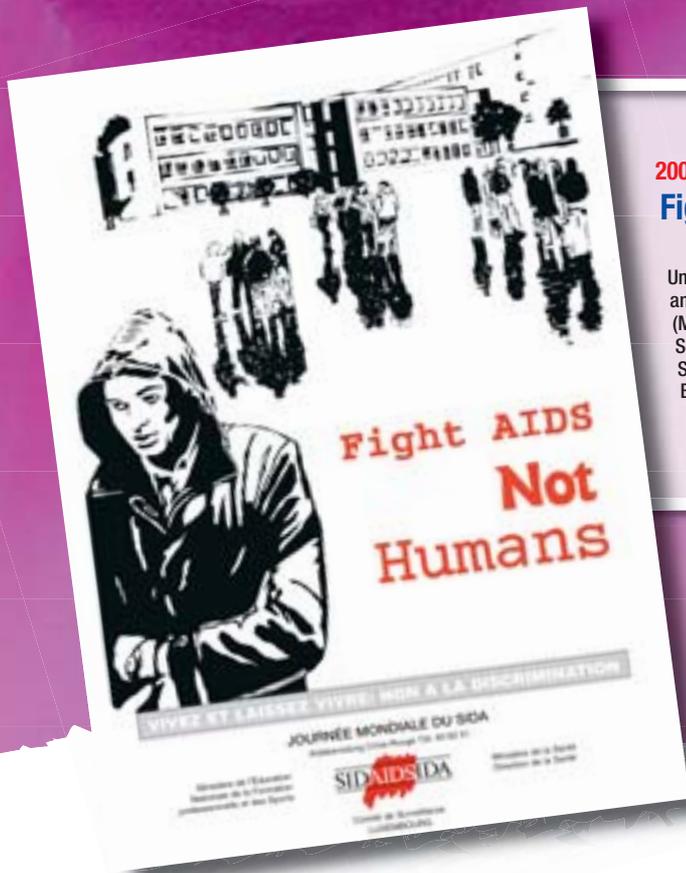
„Leidenschaftlicher Sex“ und das Benutzen von Kondomen schließen sich nicht aus.



**2002**  
**Solidarität**

Diese Kampagne greift das Motto der WHO auf: Den Kampf gegen die Stigmatisierung und Diskriminierung von Menschen, die mit HIV/AIDS leben.

Die beiden Slogans „Aids tötet, Einsamkeit auch“ im Jahr 2002, sowie „Vermeide Aids, nicht die Betroffenen“ im Jahr 2003, zeigen die soziale Ausgrenzung HIV-positiver Menschen und fördern gegenseitige Toleranz und Solidarität.



**2003**  
**Fight Aids not humans**

Um die Auseinandersetzung mit dem Thema HIV/AIDS anzuregen, wurde in Zusammenarbeit mit dem SCRIPT (Ministerium für Bildung) ein Plakatwettbewerb in den Sekundarschulen organisiert. Das hier dargestellte Siegerplakat wurde während einer Woche in den Bushaltestellen ausgestellt.



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
Ministère de la Santé  
Direction de la Santé

## LE PRESERVATIF. PLUS QUE JAMAIS!



Direction de la Santé  
MINISTÈRE DE LA SANTÉ / LUXEMBOURG

POUR STOPPER LA PROGRESSION DU SIDA

2004

### Das Kondom, wichtiger denn je

Die Wachsamkeit der Bevölkerung hat nachgelassen. Aids breitet sich weiter aus. Nie zuvor gab es im Laufe eines Jahres so viele Neuinfektionen.

Das Kondom wird auf eine simple, humorvolle Art hervorgehoben, um in aller Deutlichkeit an dessen Gebrauch zu erinnern.

2005

### World Aids Day is every day

Alles deutet einmal mehr darauf hin, dass sich die Epidemie weiter ausbreitet. 62% der Neuinfektionen entstehen durch heterosexuelle Sexualkontakte.

Die Kampagne im Jahr 2005 steht unter dem Zeichen der Mobilisierung. Deshalb wurde ein umfassender Wettbewerb von Slogans, Grafiken und Logos zum Thema HIV/Aids-Prävention via Radio und Presse sowie in den Schulen gestartet. Die besten Motive wurden auf T-Shirts gedruckt und von Freiwilligen von StopAidsNow verkauft.

