



Die Wirksamkeit personalkommunikativer Prävention Beispiel CSD 2012 in Köln

1. Forschungsthema

Personalkommunikative Aktionen sind Bestandteil einer verhaltensorientierten HIV-Primärprävention. Mithilfe des Präventainment-Konzept, Prävention und Entertainment, können personalkommunikative Präventionsangebote in spaßorientierte Veranstaltungen integriert werden, ohne negativ aufzufallen. Ganze Präventionskampagnen sowie Beratungsangebote standen im Fokus wissenschaftlicher Begleitforschung und konnten ihre Wirksamkeit nachweisen. Für den Bereich des Präventainment fehlt Begleitforschung bisher. Eine Evaluation der CSD-Paradeaktion der NRW-Präventionskampagne Herzenslust stellt einen ersten Schritt dar, diese Lücke zu schließen.

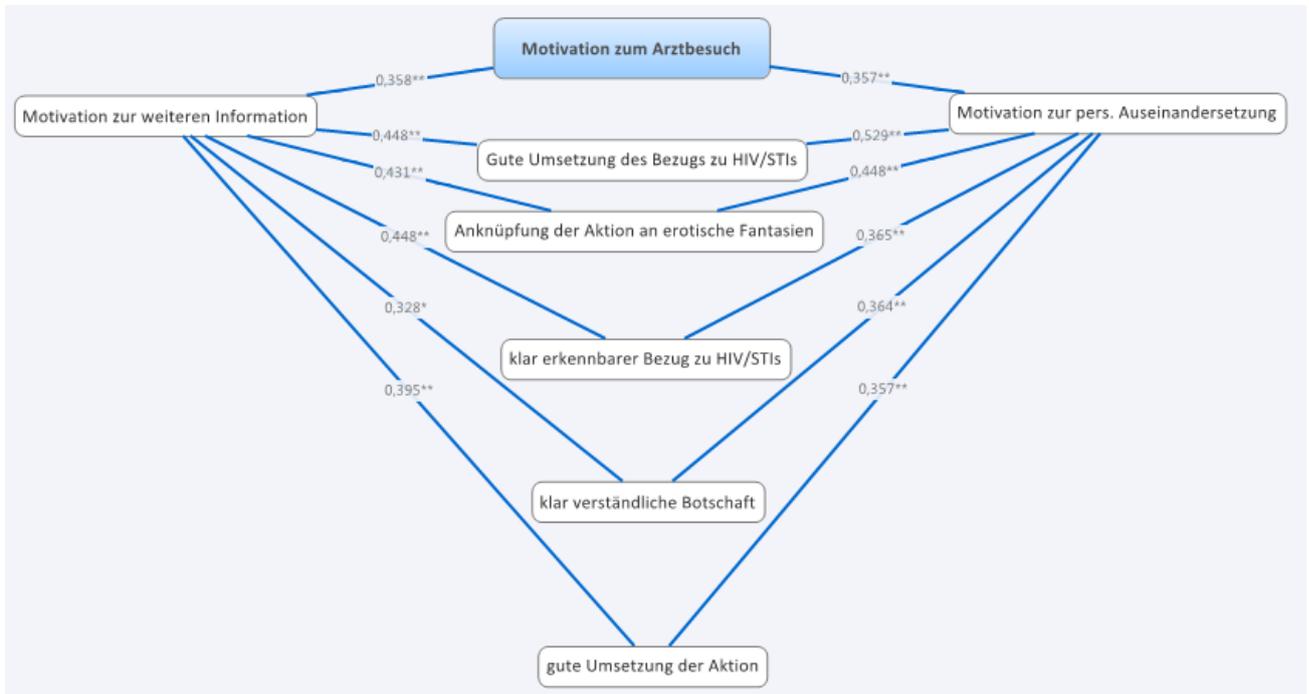
2. Beschreibung

Die Aktion zum Christopher-Street-Day in Köln stand unter dem Motto „SexMechanics“. Durch personalkommunikative Ansprache durch 140 Präventionisten, durch Branding des Paradewagens sowie durch Broschüren wurde darauf hingewiesen, dass regelmäßige Check-Ups auf STIs (ähnlich einer Auto-Inspektion) sinnvoll sind. Die Zuschauer der CSD-Parade wurden über Flyer eingeladen (Convenience Sample), sich an einer Online-Befragung zu beteiligen. Die Befragung (n=144 auswertbare „Fragebögen“) ging auf die Botschaften ein, die durch Präventionisten, Paradewagen und Broschüre verbreitet wurden.

3. Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse zeigen, dass ein Großteil der Befragten die „SexMechanics“-Gruppe in der Parade (insgesamt 100 Gruppen) gesehen (89,6%) und eine Info-Broschüre erhalten und angesehen (61,8 %) hat. Die Botschaft wird von den Befragten als klar erkennbar (77,5%) und gut umgesetzt (80,4%) beschrieben. Einem Großteil war es möglich, einen direkten Bezug zu HIV und STIs (60,8%) herzustellen und wurde angeregt, sich damit weiter zu beschäftigen (49%). Bei 49% knüpfte die Aktion an erotische Fantasien an. 34,4% wurden durch die Aktion zu regelmäßigen medizinischen Check-Ups motiviert.

Bei der Betrachtung der Korrelationen (Kendals-Tau-b) wird ein möglicher Zusammenhang sichtbar, durch welche Faktoren Präventionsaktionen Einfluss auf individuelle Handlungsmotivation (hier: Motivation zum Arztbesuch) nehmen können:



Die komplexeren Fragen, wie zum Beispiel nach Informationen zu Abstrichuntersuchungen auf STIs wurden nur unzureichend beantwortet.

4. Nächste Schritte

Wirksamkeit und Wirkungswege der personalkommunikativen Präventionsaktion wurden durch diese Erhebung dargestellt. Bei der Konzeption ähnlicher Aktionen sollten diese Ergebnisse berücksichtigt werden: Aus guter Umsetzung, klaren Botschaften und „sexy Auftritt“ (Items im Fragebogen) folgt auf der individuellen Ebene eine Motivation zur weiteren Auseinandersetzung.

Eine häufigere Evaluation von personalkommunikativen Aktionen kann helfen, Stärke und Richtung des Zusammenhangs zwischen Präventionsaktion und individueller Handlungsmotivation klarer beschreiben zu können.

5. Autoren:

Claudia Kalkoffen, FH Düsseldorf
 Reinhard Klenke, Aidshilfe NRW
 Markus Schmidt, Aidshilfe NRW
 Oliver Schubert, Aidshilfe NRW
 Thomas Trier, FH Düsseldorf
 Michael Wurm, Aidshilfe NRW