

"Break The Chain": Neue Kampagne des BAG

Liebe Mitglieder von SEXUELLE GESUNDHEIT Schweiz, liebe Mitglieder des ExpertInnen-Netzwerk der sexuellen und reproduktiven Gesundheit

Im Kontext der Umsetzung unserer Mandate des Nationalen Programms HIV/STI 2011-2017 beteiligt sich SEXUELLE GESUNDHEIT Schweiz auch an Kampagnen des BAG. Dies ist schon seit längerem der Fall mit der LOVE LIFE Kampagne. Vor kurzem hat das BAG eine Spezialkampagne lanciert, die sich an Männer richtet, die Sex mit Männern haben (MSM). Diese Kampagne wird primär von den Checkpoints Zürich und Genf durchgeführt. Es können sich aber alle VCT-Teststellen daran beteiligen, welche Männer aus dieser Zielgruppe zu ihrer Klientel zählen. **Die Stellen entscheiden dementsprechend selber, ob und wie sie sich an dieser Kampagne beteiligen wollen und können.**

In dieser Sonderausgabe unseres Newsletters stellen wir Ihnen die Kampagne vor und erklären, wie Sie sich daran beteiligen können.

Ihr Team der Geschäftsstelle

SEXUELLE GESUNDHEIT Schweiz

Dachverband der Beratungsstellen für Familienplanung, Schwangerschaft, Sexualität und Bildung zur sexuellen Gesundheit.

Die Stiftung engagiert sich für die [Rechte](#) im Bereich der [sexuellen und reproduktiven Gesundheit](#) und dafür, dass der Zugang zu diesen Leistungen für alle gewährleistet ist.

News

"Break The Chain"

Kampagne zur Verminderung der HIV-Neuinfektionen bei Männern, die Sex mit Männern haben April 2012, <http://www.breakthechain.ch>

Worum geht es?

Das BAG lanciert gemeinsam mit den Checkpoints Zürich und Genf eine neue Kampagne, die sich an Männer richtet, die Sex mit Männern haben. Ziel der Kampagne ist es, die HIV-Ansteckungsrate in dieser Gruppe durch eine gezielte Intervention zu senken. Dies soll erreicht werden durch den persönlichen Einsatz bei den Männern während des Kampagnenmonats April. Indem sich diese verpflichten, während eines Monats auf ungeschützten Analverkehr zu verzichten, sollen Infektionsketten in sexuellen Netzwerken unterbrochen werden.

Eine besondere Bedeutung hat dabei die Primoinfektion, also die Phase unmittelbar nach einer HIV-Übertragung. In dieser Phase sind betroffene Menschen extrem infektiös und es kann bereits bei einem einzigen ungeschützten Kontakt zu einer Übertragung kommen. Innerhalb von sexuellen Netzwerken kann es dadurch zu eigentlichen Übertragungsketten kommen. Durch die Unterbrechung solcher Ketten kann die virale Last in einer Community wirkungsvoll gesenkt werden. Und damit wird letztlich das individuelle Risiko gesenkt, auf einen infektiösen Partner mit HIV zu treffen.

Wie funktioniert die Kampagne?

Männer, die bei der Kampagne mitmachen wollen, können sich anonym registrieren. Sie können ihren persönlichen Einsatz für den Kampagnenmonat wählen und dies auf der Website oder innerhalb einer eigens dafür entwickelten Smartphone App ("Break the chain") festlegen. Der Einsatz kann z.B. darin bestehen, im Monat April ausschliesslich Safer Sex zu haben, oder mit dem festen Partner Regeln in Bezug auf Schutz vor HIV zu vereinbaren, oder auf Sex zu verzichten und dafür andere Freizeitangebote wahrzunehmen usw. Die Kampagnenleitung hat dafür, zusammen mit diversen Sponsoren, ein attraktives Programm entwickelt. Den Teilnehmenden werden auf dieser Basis im April Angebote gemacht, die auf deren individuellen Einsatz zugeschnitten sind.

Am Ende der Kampagne werden die Teilnehmenden dann zum Test auf einer HIV-Teststelle eingeladen. Falls sie sich an die Bedingungen gehalten haben (keinen ungeschützten Sex im April), liefert dieser Test ein aussagekräftiges Resultat. Ausserdem wäre dann eine Person, die sich vor Kampagnenbeginn unwissentlich mit HIV infiziert hat, nicht mehr länger in der Primoinfektion und deshalb nun weniger infektiös.

>>

Was können Sie tun?

Break The Chain richtet sich an Männer, die Sex mit Männern haben. Dennoch können grundsätzlich alle VCT-Teststellen zum Erfolg der Kampagne beitragen. Z.B. mittels Banner auf der eigenen Website oder mittels Materialien, die auf der Beratungsstelle gezielt abgegeben werden können. Im März steht die Werbung für die Kampagne im Zentrum. Im April können Personen, die sich an der Kampagne beteiligen, auf Anfrage informiert werden.

Nebst der Werbung für die Kampagne sollte berücksichtigt werden, dass Teilnehmende an der Kampagne im Monat Mai einen HIV-Test machen sollten. Darauf können Interessenten hingewiesen werden.

Sie können aufgrund früherer Erfahrungen selber entscheiden, ob Sie an ihrer Teststelle diese Zielgruppe ansprechen können, bzw. wollen und ob sich der Einsatz dieses Kampagnenmaterials bei ihnen lohnt.

Welche Materialien gibt es?

Werbematerial für den Online-Einsatz (Banner, Quickread-Code für die Smartphone App) und zum Ausdrucken (Kleinplakate) sind auf der Website der Kampagne zu finden. Druckmaterial (Flyer, Kleber, Badges) kann bei der Kampagnenleitung bestellt werden.

Wenn Sie Fragen zum Einsatz dieser Materialien haben, können Sie sich mit der Kampagnenleitung in Verbindung setzen

Deutsch:

Hans Peter Waltisberg, Checkpoint Zürich
hp.waltisberg@checkpoint-zh.ch
044.455 59 00

Französisch:

Andrea Ostinelli, Dialogai/Checkpoint Genève
andrea@dialogai.org
022 906 40 40

Wir danken euch für eure Unterstützung!

Newsletter

Wenn Sie uns Informationen zu News, Veröffentlichungen und Agenda zukommen lassen wollen, schreiben Sie bitte eine Email an:

info@sexuelle-gesundheit.ch.

Unter derselben Adresse können Sie auch den Newsletter abonnieren

Indem Sie Mitglied von SEXUELLE GESUNDHEIT Schweiz werden, tragen Sie dazu bei, die sexuellen Rechte zu fördern und den Zugang für alle zu Leistungen der sexuellen und reproduktiven Gesundheit zu gewährleisten. Mitglied werden.

Die Newsletter von SEXUELLE GESUNDHEIT Schweiz sind auch auf unserer Website verfügbar (PDF):

<http://www.sexuelle-gesundheit.ch>