

## **Neue Kampagne zur HPV-Aufklärung bei Jungen und jungen Männern in Baden-Württemberg**

**DAK-Gesundheit und Krebsverband Baden-Württemberg setzen Kooperation fort**

**Prof. Jürgensen vom Klinikum Stuttgart: „Wenn wir Jungen frühzeitig erreichen, retten wir später Leben.“**

**Stuttgart, 1. August 2025. Die DAK-Gesundheit und der Krebsverband Baden-Württemberg starten gemeinsam ein neues Projekt zur HPV-Prävention bei Jungen und jungen Männern. Unter dem Titel „#OwnIt“ beginnt zum 1. August eine Social-Media-Kampagne, die gezielt auf Plattformen wie TikTok und Twitch aktiv ist – mit klarer Botschaft, hoher Reichweite und nah an der Lebensrealität der Zielgruppe. Entwickelt wird die Kampagne erneut von MESH Collective (WeAre Era), die bereits von 2021 bis 2023 mit dem Projekt „Baden-Württemberg vs. HPV“ erfolgreich aufklärten.**

### **Jungen sichtbar machen – Verantwortung neu verteilen**

Jährlich erkranken in Deutschland rund 10.500 Menschen an HPV-bedingten Tumoren – darunter auch Krebsarten, die Jungen und Männer betreffen. Viele dieser Erkrankungen wären durch eine rechtzeitige Impfung vermeidbar. Dennoch liegt die Impfquote bei 15-jährigen Jungen in Baden-Württemberg derzeit bei nur 23,4 Prozent – deutlich unter dem Wert bei Mädchen (42,4 Prozent). Mit der neuen Kampagne soll diese Lücke geschlossen werden. Landesweit betrifft das rund 630.000 Schulkinder im Alter zwischen 9 und 17 Jahren.

„Frühere Kampagnen richteten sich fast ausschließlich an Mädchen. Dabei betrifft HPV alle“, sagt Siegfried Euerle, Landeschef der DAK-Gesundheit in Baden-Württemberg. „Wir wollen Jungen nicht länger übersehen, sondern sie gezielt einbeziehen – als Teil der Lösung. Deshalb investieren wir in digitale Aufklärung, die nicht belehrt, sondern überzeugt. Ergänzend übernehmen wir als besondere Satzungsleistung auch die Impfkosten für junge Erwachsene bis 26 Jahre.“

## **Digitale Kanäle – echte Reichweite**

Im Zentrum stehen kurze, identitätsstiftende Videos auf TikTok sowie ein interaktives Talk-Format auf Twitch. Bis zu vier prominente Persönlichkeiten aus den Bereichen Jugend, Gesundheit und Aufklärung werden gemeinsam mit MESH Collective Inhalte entwickeln, die informieren und gleichzeitig zum Dialog einladen. Die Kampagne setzt bewusst auf partizipative Elemente: Jugendliche sollen sich nicht belehrt, sondern gesehen und ernst genommen fühlen.

„Noch immer erkranken viele Menschen an Krebs, den man durch eine einfache Impfung verhindern könnte“, so Marion von Wartenberg, stellvertretende Vorsitzende des Krebsverbands Baden-Württemberg. „Es ist an der Zeit, auch Jungen und junge Männer gezielt anzusprechen. Mit diesem Projekt schaffen wir Bewusstsein – und machen deutlich: Vorsorge ist keine Frage des Geschlechts, sondern eine Frage der Verantwortung.“

## **Auch die Medizin fordert klare Impulse**

Die frühe HPV-Impfung gilt in der medizinischen Praxis als eine der wirksamsten Präventionsmaßnahmen gegen bestimmte Krebsarten – und wird in Kliniken längst als gesellschaftliche Verantwortung verstanden.

„Impfen ist das schärfste Schwert der Prävention. Wenn wir Jungen frühzeitig erreichen, retten wir später Leben – ganz konkret und messbar“, sagt Prof. Dr. Jan Steffen Jürgensen, Vorstand des Klinikums Stuttgart. „Aufklärung darf dabei nicht bei Mädchen enden. Auch Jungen müssen gezielt angesprochen werden – mit Worten, die sie verstehen, und Formaten, die sie wirklich erreichen.“