**DI Dr. Clemens Schödl,** General Manager Gilead Sciences GesmbH

**Weiterkämpfen gegen HIV/AIDS**

„Das Ziel dieses Gilead Media Updates ist es, Awareness zu schaffen, Experteninfos bereitzustellen und vor allem: den Kampf gegen HIV/AIDS fortzuführen“, so DI Dr. Clemens Schödl, General Manager von Gilead Sciences Österreich. „Warum das so wichtig ist? Ein paar Zahlen sollen dies verdeutlichen: 50% der Neuinfektionen erfolgen durch Personen, die nichts von Ihrer Erkrankung wissen. Jeder 6. Betroffene weiß nicht, dass er infiziert ist. In Europa leben laut Schätzungen etwa 2,4 Millionen Menschen mit HIV – rund vierhunderttausend Personen sind sich also dessen nicht bewusst, weil sie ihre Diagnose noch nicht kennen. Dazu kommt, dass HIV-Infektionen häufig erst sehr spät erkannt werden, in Österreich sind es mehr als 40%.[[1]](#footnote-1) Doch: Je früher man seinen Status kennt, desto früher kann die Therapie begonnen werden. Dadurch kann die eigene Prognose verbessert und weitere Ansteckungen können verhindert werden. Heute haben Menschen mit HIV eine Lebenserwartung, die in etwa jener der nicht HIV-positiven Bevölkerung entspricht.“

**Test together: We live. We love. We test.**

*Test together*, so lautet der Name der Kampagne, die Gilead anlässlich der Euro Pride 2019 in Kooperation mit den AIDS-Hilfen Österreich ins Leben gerufen hat, um die Hemmschwelle vor einem HIV-Test zu senken. „Der Titel *Test together* drückt aus, was uns besonders am Herzen liegt: Niemand soll mit dem Thema HIV alleine gelassen werden. Weder vor der Diagnose, noch beim Testen selbst, noch danach. Und es war uns besonders wichtig, mit der Kampagne eine klare Message zu kommunizieren: ‚We live. We love. We test.‘ Jeder von uns sollte seinen HIV-Status kennen“, so Clemens Schödl. „Es muss alles getan werden, um die 90-90-90 Ziele der Vereinten Nationen zu erreichen.“ Die bedeutet: Bis zum Jahr 2020 sollen 90% aller Menschen mit HIV ihren Immunstatus kennen, 90 % der Menschen mit HIV-Diagnose sollen lebensrettende antiretrovirale Therapie erhalten und bei 90% der Menschen unter HIV-Therapie soll die Viruslast unter die Nachweisgrenze gesenkt worden sein.

**Der 360 Grad Ansatz: 90-90-90 PLUS 90 Ziele = 0**

Schödl: „Gilead erweitert diese drei Ziele um ein weiteres 90er-Ziel: Mindestens 90% der Menschen mit HIV haben eine hohe Lebensqualität und Menschen mit HIV/AIDS werden aufgrund ihrer Erkrankung nicht stigmatisiert, also Zero Stigma.“

Am Anfang, um all diese Ziele zu erreichen, steht aber natürlich der HIV-Test. Im Zuge dessen wies Schödl auch auf die bevorstehende European Testing Week vom 22.-29. November hin (Infos dazu: www.testwoche.net).

**Regional und global informieren, aufklären und handeln**

Gilead unterstützt in Österreich und weltweit zahlreiche Initiativen zur HIV-Aufklärung,   
-Testung und -Behandlung. „Wir nehmen unsere Verantwortung im Sinne des 360-Grad-Ansatzes sehr ernst und engagieren uns daher seit Jahren sowohl in Österreich, wo wir unter anderem über Jahre hinweg Hauptsponsor des Life Balls waren, als auch international“, betonte Schödl und brachte einige Beispiele. Mittels des **Generic Licensing Programme** zum Beispiel ermögliche Gilead Menschen in Entwicklungsländern einen kostengünstigen Zugang zu innovativen HIV-Medikamenten. Gilead war auch 2011 das erste pharmazeutische Unternehmen, das eine Vereinbarung mit dem Medicines Patent Pool geschlossen hat – einer UNO-Initiative, die die Lizenzierung von Arzneimittel-Patenten für die Verwendung in einkommensschwachen Ländern fördert. Schödl: „Viele innovative HIV-Arzneimittel werden so unmittelbar nach Marktzulassung in einkommensschwachen Ländern zu dort leistbaren Preisen verfügbar gemacht.“ Auch in den US-Südstaaten, einer von HIV/AIDS besonders betroffenen Region, ist Gilead mit seiner auf 10 Jahre und 100 Millionen USD ausgelegten **COMPASS** Initiative stark engagiert, um die Epidemie einzudämmen.

Das jüngste Projekt ist die **RADIAN**-Initiative, eine Kooperation von Gilead Sciences und der Elton John AIDS Foundation. Dabei handelt es sich um ein schlagkräftiges Programm für Osteuropa und Zentralasien, in das allein Gilead 25 Mio. USD investiert. Die Initiative besteht aus zwei Elementen – dem RADIAN-Programm „Model Cities“ (also Modellstädte) sowie dem RADIAN-Fonds „Unmet Need“. So soll es gelingen, Ressourcen ganz gezielt an Gemeinden mit besonders hohem Bedarf zu bringen und dort Kapazitäten für lebensrettende Hilfe aufzubauen. RADIAN wird dabei mit lokalen Organisationen zusammenarbeiten, Best Practices austauschen und die bereits vorhandenen Erfahrungen der Projektpartner einbringen.

Schödl abschließend: „Mit der RADIAN-Initiative legen wir nun einen Fokus auf eine Region, wo die am stärksten gefährdeten Menschen leben und die Unterstützung am dringendsten gebraucht wird.“

Kontakt

**DI Dr. Clemens Schödl**

Gilead Sciences GesmbH

Clemens.schoedl@gilead.com

Tel.: 0043 1 260 83-29

Rückfragen Presse

**Urban & Schenk medical media consulting**

Barbara Urban: +43 664/41 69 4 59, barbara.urban@medical-media-consulting.at

Mag. Harald Schenk: +43 664/160 75 99, [harald.schenk@medical-media-consulting.at](mailto:harald.schenk@medical-media-consulting.at)

1. <https://www.virologie.meduniwien.ac.at/fileadmin/virologie/files/Epidemiologie/2018/0218.pdf> [↑](#footnote-ref-1)