



Standpunkt

Neue Wege in der Kommunikation

Gesundheitsförderung ist eine relativ junge Disziplin und verfolgt ein anspruchsvolles Ziel: Menschen für gesundheitsrelevante Themen zu sensibilisieren, und sie auch zu entsprechendem Verhalten zu bewegen. Hierzu ist auch ein Kommunikationskonzept gefragt, über das die Adressaten tatsächlich erreicht und aktiviert werden. Die Meinungen darüber, wie ein solches Konzept auszusehen hat, sind selbst unter Fachleuten kontrovers. Gesundheitsförderung Schweiz hat sich für ein neues Konzept entschieden: Ab 2007 bündeln wir unsere Themen in drei Kernbereiche: „Gesundes Körpergewicht“, „Psychische Gesundheit – Stress“ und „Gesundheitsförderung und Prävention stärken“. In den Jahren 2005 und 2006 schlagen wir nun mit einer Strategie die Brücke, die bereits auf die genannten Kernbereiche zielt und konkrete Massnahmen kommuniziert.

Weil Projekte mehr sagen als tausend Worte, stellen wir sie ins Zentrum der Kommunikation. So erreichen wir eine hohe Nutzerorientierung. Wirkungsvolle Projekte sind aber nicht das einzige Anliegen von Gesundheitsförderung Schweiz, wir wollen uns auch als Kompetenzzentrum mit Vorbildcharakter profilieren. Dabei wirken wir auf drei Ebenen: Erstens wollen wir unser im internationalen Vergleich hohes Niveau halten, zweitens in der politischen Agenda der Schweiz deutlich wahrgenommen werden und drittens in der Bevölkerung grosse Akzeptanz geniessen. Neben den Endnutzern sprechen wir vor allem politische Entscheidungsträger an. Auf nationaler Ebene soll der Ansatz der Gesundheitsförderung als wichtiger Aspekt des Gesundheitssystems verstanden werden, Kantone sollen in der Gesetzgebung geeignete Rahmenbedingungen schaffen, Gemeinden die Anliegen der Gesundheitsförderung in die Politik integrieren.

Um alle genannten Zielgruppen anzusprechen, bedarf es einer bildhaften, praxisbezogenen und integrierten Kommunikation. Wir haben in den letzten Jahren gesehen, dass die Botschaft „Weg von der Krankheit, hin zu mehr Gesundheit“ nach neuen Kommunikationsstrategien und –mixen verlangt. In der Vergangenheit haben wir die Bevölkerung unter dem Absender „Feel Your Power“ und via „Dr. Luzi Fehr“ angesprochen. Dass wir heute nicht mehr auf „Teufel komm raus“ kommunizieren, hat mehrere Gründe: Die Kampagne und die institutionelle Kommunikation konnten nur schwer verlinkt, die Stiftung zu wenig bekannt gemacht werden. Das neue Kommunikationskonzept schafft in diesen Punkten Abhilfe.

Unsere Erfahrungen schlagen sich auch in unserer neuen Medienstrategie nieder. Sie ist auf die Inhalte der Gesundheitsförderung und auf die Interessen beteiligter Partner massgeschneidert, ergänzt herkömmliche Kommunikationsmixe, fördert die Zusammenarbeit mit festen Partnern, schafft regelmässigen Informationsfluss und garantiert eine erfolgreiche Zielgruppenansprache. Im Zentrum stehen die Gesundheitsmagazine „Fit-TV“ und „C'est tous les jours dimanche“, die von Gesundheitsförderung Schweiz unterstützt und von Partnern der Gesundheitsförderung gesponsert werden. „Fit-TV“ für die privaten Stationen TeleZüri, TeleTop, TeleOstschweiz, TeleBärn und TeleBasel sowie „C'est tous les jours dimanche“ für den staatlichen Sender TSR sind erfolgreich angelaufen und zeigen einen gelungenen Mix aus Service Public und Publireportage, der Inhalte der Gesundheitsförderung und Prävention transportiert und allen Beteiligten maximalen Nutzen bringt. Flankierend haben wir Partnerschaften in den Bereichen Print (Beobachter/20 Minuten), Internet (Bluewin), Mobile (SMS-Dienst mit Network) und Lokalradio (City Pool) aufgebaut.

Gemeinsam ist allen Kommunikationskanälen, dass sie unkompliziert vermitteln, was man selbst fürs Wohlbefinden tun kann. Dadurch können mehr Menschen für eine Anpassung ihrer Lebensgewohnheiten gewonnen werden. Gesundheitsförderung Schweiz wird also weiter in Kommunikationsmixe investieren, die nachweislich gut ankommen, Informationen breit streuen und so zur Gesundheit aller beitragen.

Peter Burri Follath ist stellvertretender Leiter der Kommunikation und Leiter der Kampagnen bei Gesundheitsförderung Schweiz.

Publikationen

Das Modell St.Gallen

Bertschinger, Christoph (2004). Erfahrungsbericht Betriebliches Gesundheitsmanagement in der kantonalen Verwaltung. Zürich/Bern: Radix Gesundheitsförderung/Gesundheitsförderung Schweiz

Internet: www.gesundheitsfoerderung.ch (siehe Über uns/Aktuelles/News).

Auf dieser Seite erscheinen Informationen von und über Gesundheitsförderung Schweiz. Die Stiftung hat zum Ziel, die Gesundheitsressourcen aller in der Schweiz lebenden Menschen zu fördern. Im Auftrag von Bund, Kantonen und Krankenkassen unterstützt sie Projekte, welche die Gesundheit stärken und koordiniert solche Aktivitäten gemeinsam mit Partnern.

Dufourstr. 30, Postfach 311
CH-3000 Bern 6
Tel. +41 (0) 31 350 04 04
Fax +41 (0) 31 368 17 00
office.bern@promotionsante.ch
www.gesundheitsfoerderung.ch

Avenue de la Gare 52, Case postale 670
CH-1001 Lausanne
Tel. +41 (0) 21 345 15 15
Fax +41 (0) 21 345 15 45
office@promotionsante.ch
www.promotionsante.ch