

Gesundes ÖSTERREICH

MAGAZIN FÜR GESUNDHEITSFÖRDERUNG UND PRÄVENTION

Gesundheitskommunikation – Botschaften erfolgreich vermitteln



WISSEN

Alle Menschen mit
Gesundheitsthemen
erreichen

IM INTERVIEW

Eva Baumann,
Bernd Hufnagl,
Claudia Lampert

AUS DER PRAXIS

Wie Medien
gezielt eingesetzt
werden

DER NEUE WEG

Die Initiativen
des Fonds Gesundes
Österreich

18 GESUNDHEIT VERMITTELN

Weshalb der Schritt vom Wissen zum Handeln oft so schwer ist



MENSCHEN & MEINUNGEN

Kurz & bündig
5-7

Die Kommunikationsexpertin Eva Baumann erklärt, wie Gesundheitsbotschaften gestaltet werden sollten.
8

Umfrage: Drei Expert/innen über ihre Strategien für Gesundheitskommunikation
11

Gastbeitrag von Aline Halhuber-Ahlmann: Frauen wollen nicht nur funktionieren.
12

Gastbeitrag von Thomas Altgeld: Männer mit Gesundheitsbotschaften erreichen
13

Drei Kurzporträts
14

WISSEN

Kurz & bündig
15 + 16

ÖPGK-Seite
17

Thema: Medien, Kommunikation und Gesundheitsförderung
18-38

Kommunikation ist entscheidend für den Erfolg von Projekten.
20

Daten & Fakten
22

Gesund aufwachsen
24

Moderne Gesundheitsinitiativen verbinden Kommunikation mit Aktivitäten.
26

Die Initiative „Auf gesunde Nachbarschaft!“ sorgt für bessere soziale Kontakte.
28

Die Initiative „50 Tage Bewegung“ fördert gesunde körperliche Aktivität.
29

Die Tabakpräventionsinitiative YOLO!
30

Eine neue Initiative soll die Ernährungsweisen von Kindern verbessern.
31

Herwig Ostermann über den Dialog zwischen Wissenschaft und Politik
32

Gabriele Soyel über gute Gesund-

heitsinformation
33

Der rasche Wandel der Arbeitswelt stellt die Betriebliche Gesundheitsförderung vor neue Herausforderungen.
36

Bernd Hufnagl über die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Arbeitswelt
38

SELBSTHILFE

Eine deutsche Studie zeigt, warum Menschen eine Selbsthilfegruppe besuchen.
39



Die schwer Erreichbaren ansprechen:

„Es gibt keine gesundheitsfernen Schichten“.

34

Auf einen Blick: Die Adressen der Selbsthilfe-Dachverbände
40

Die Lebensqualität von Epilepsiekranken verbessern
41

Selbsthilfe für Menschen mit Sozialphobie
42

PRAXIS

Kurz & bündig
43-45

Ein Projekt hat Elf- bis 15-Jährigen gezeigt, dass es am Rad nie fad wird.
46

Polizistinnen und Polizisten wurden für den sensiblen Umgang mit demenzkranken Menschen geschult.
48

Ein engagiertes Projekt für Jugendliche zur Prävention von Cybermobbing
50

Bessere Mittagsverpflegung für Kinder und Jugendliche in Kindergärten und Schulen
52

Kurz vor Schluss
54



Foto: Klaus Ränger

Liebe Leserin, lieber Leser!

„Man kann nicht nicht kommunizieren“, hat schon der österreichische Kommunikationswissenschaftler und Autor *Paul Watzlawick* gesagt. In der Arbeit des Fonds Gesundes Österreich ist Kommunikation zentral – jene mit der Öffentlichkeit insgesamt ebenso wie jene mit Stakeholdern, Fachleuten und Praktiker/innen der Gesundheitsförderung. Gute Kommunikation ist die Voraussetzung, um unsere Inhalte wirkungsvoll zu vermitteln. Sie ist auch eine Kernkompetenz für Gesundheitsfördererinnen und Gesundheitsförderer und hat großen Anteil am Erfolg von Projekten. Denn der Schritt vom Wissen zum Handeln ist oft nicht einfach. Durch gute Gesundheitskommunikation in Verbindung mit Möglichkeiten zur praktischen Anwendung wird er wesentlich erleichtert.

Welche Botschaften dafür ausgewählt und wie sie am besten kommuniziert werden sollen, ist Schwerpunktthema dieser Ausgabe unseres Magazins „Gesundes Österreich“. Wir haben dafür mit renommierten Kommunikationswissenschaftler/innen und ebenso mit Expertinnen und Experten für die Praxis gesprochen. Die wichtigsten und spannendsten Aussagen finden Sie in den Artikeln und Interviews in diesem Heft. Zu guter Kommunikation gehört auch die ansprechende Gestaltung von Medien – „Gesundes Österreich“ erscheint ab dieser Ausgabe in einem neuen Layout.

Ich hoffe, dass es Ihnen ebenso gut gefällt wie uns und wünsche Ihnen eine informative Lektüre mit vielen Anregungen für Ihre Arbeit und Ihren Alltag,

Klaus Ropin,
Geschäftsbereichsleiter
des Fonds Gesundes Österreich



Genug Zeit für Gespräche, Bewegung und Schlaf erhalten uns gesund

Kommunikation ist ein Gesundheitsfaktor

Soziale Kontakte sind wichtig für unsere Gesundheit. Eine aktuelle Studie japanischer Forscher belegt das anhand objektiver Daten speziell in Bezug auf die Denkleistung älterer Menschen. Mit Hilfe eines Armbandsensors wurde gemessen,

wie viel Zeit 855 gesunde Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit einem durchschnittlichen Alter von 73,8 Jahren mit Gehen, im Schlaf und nicht zuletzt auch im sozialen Austausch in Gesprächen verbrachten. Dabei konnte festgestellt werden, dass sich alle drei genannten Lebensstilfaktoren positiv auswirken. Je höher die Schrittzahl war und je mehr Zeit schlafend oder mit Unterhaltungen verbracht wurde, desto besser waren auch

die mit Hilfe eines standardisierter Tests gemessenen Denkleistungen der Versuchspersonen. In Bezug auf die Schlaf- und die Gesprächsdauer wurden auch Werte festgestellt, ab denen es im Durchschnitt wieder zu einer Abnahme der mentalen Funktionen kommt. Bei Unterhaltungen beträgt diese Grenze 321,1 Minuten, also rund fünfeinhalb Stunden, bei der gesamten Schlafdauer 434,1 Minuten, also etwas mehr als 7 Stunden.

Die Autor/innen der in der April-Ausgabe des wissenschaftlichen Journals „Frontiers in Neurology“ veröffentlichten Studie schließen aus deren Ergebnissen jedenfalls, dass ausreichende Bewegung, genug Zeit für Gespräche und ausgewogener Schlaf Schutzfaktoren für die Gehirnfunktion sind. Die „drei großen S“ – Schritte, Soziales und Schlaf – können somit wesentlich dazu beitragen, die Gesundheit im Alter zu erhalten.



Die Zahl der gesunde Betriebe wächst weiter

BGF-Gütesiegel

„Betriebliche Gesundheitsförderung ist ein Konzept, bei dem es nur Gewinner gibt: Die Beschäftigten durch mehr Gesundheit und Wohlbefinden, die Unternehmen durch motiviertere Mitarbeiter und weniger Krankenstände, und das Gesundheitswesen, da langfristig Kosten vermieden werden“, sagt *Klaus Ropin*, der Leiter des Fonds Gesundes Österreich (FGÖ). Der FGÖ hat deshalb in Kooperation mit dem Österreichischen Netzwerk Betriebliche Gesundheitsförderung (ÖNBGF) ein Qualitätsmanagementsystem entwickelt,

das seit nunmehr 15 Jahren den kontinuierlichen und qualitätsgesicherten Ausbau der BGF in Österreich unterstützt. Zentraler Bestandteil dieses Systems ist das BGF-Gütesiegel. Es wird für jeweils drei Jahre an Unternehmen verliehen, die ein Pilotprojekt zur

Betrieblichen Gesundheitsförderung erfolgreich abgeschlossen haben oder an solche, die BGF bereits in ihren regulären Betrieb integriert haben. Heuer wurden in ganz Österreich 401 BGF-Gütesiegel verliehen, so viele wie noch nie zuvor. 209 Betriebe

haben die Auszeichnung zum ersten Mal erhalten, die restlichen 192 zum wiederholten Male. Gastronomie- und Handwerksbetriebe waren ebenso dabei wie Industrieunternehmen, Sozialeinrichtungen und Organisationen des öffentlichen Dienstes. Der kleinste ausgezeichnete Betrieb beschäftigt vier Personen, der größte 23.000.



Allein in **Oberösterreich** wurden 79 Unternehmen mit dem BGF-Gütesiegel ausgezeichnet, unter anderen auch die Seniorenbetreuung des Magistrats der Stadt Wels.

Die neue Bundesministerin

Kurzporträt

Brigitte Zarfl ist seit Anfang Juni Bundesministerin für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz. Sie stammt aus Krems, hat 1980 maturiert und danach Ernährungswissenschaften und Lebensmitteltechnologie studiert. 1996 hat sie an der Universität Wien promoviert und war in der Folge als Universitätsassistentin am Institut für Ernährungswissenschaften sowie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Ludwig-Boltzmann-Institut für



Stoffwechselerkrankungen und Ernährung tätig. Ab 1997 arbeitete die Mutter zweier Töchter als Fachreferentin für allgemeines Gesundheitswesen im

Bundesministerin

Brigitte Zarfl: „Wir müssen intensiv daran arbeiten, dass die Menschen gesund älter werden können.“

Kabinetts der damaligen Ministerin für Arbeit, Gesundheit und Soziales *Lore Hostasch*.

Ab 2004 hat Brigitte Zarfl Österreich im Sozialschutzausschuss der Europäischen Union vertreten. 2006 wurde sie

Abteilungsleiterin und drei Jahre später Gruppenleiterin und stellvertretende Sektionsleiterin im Sozialministerium. „Erfreulicherweise steigt unsere Lebens

erwartung. Dies bedingt, dass wir durch Initiativen der Gesundheitsförderung intensiv daran arbeiten müssen, dass die Menschen gesund älter werden können“, meint die neue Bundesministerin für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz und ergänzt: „Der Fonds Gesundes Österreich mit seinem vielfältigen Programm zur Förderung der Gesundheit aller Menschen in Österreich ist dabei seit 20 Jahren ein wichtiger, unverzichtbarer Partner, der viel dazu beiträgt, die Herausforderungen jetzt und in der Zukunft bestmöglich zu bewältigen.“

Gesundheit führt!

FGÖ-Projekt erhielt den Vorsorgepreis

Führungskräfte beeinflussen die Gesundheit ihrer Mitarbeiter/innen direkt durch ihr Verhalten und indirekt durch die Gestaltung der Arbeitsbedingungen. Sie können als Vorbilder wirken und erleben oft auch selbst hohe Belastungen. Bei dem vom Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) geförderten Pilotprojekt „Gesundheit führt!“ wurde daher erprobt, wie Führungskräfte

noch besser in Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) eingebunden werden können. Das Projekt wurde Anfang des Jahres mit dem Vorsorgepreis der Initiative „Tut gut!“ in der Kategorie Betriebe Niederösterreich ausgezeichnet. Die wesentlichen Erkenntnisse daraus wurden nun auch in einem neuen Band aus der Reihe Wissen des Fonds Gesundes Österreich zusammengefasst. Dieser steht unter fgoe.org/gesundheit_fuehrt_WB_15 zum Download zur Verfügung.



Das erfolgreiche Projekt wurde Anfang des Jahres auch mit dem **Vorsorgepreis** der niederösterreichischen Initiative „Tut gut!“ ausgezeichnet



Der Städtische Kindergarten **Kunterbunt** aus Ferlach wurde in der Kategorie „Gesunder Kindergarten“ ausgezeichnet.

Kärnten feiert die besten Projekte

Gesundheitspreis 2019

48 Projekte für Gesundheitsförderung haben sich heuer um den Gesundheitspreis des Landes Kärnten beworben, der bereits zum 14. Mal ausgeschrieben wurde. In der Kategorie „Allgemeine Gemeindeprojekte“ holte sich Grafenstein mit dem Generationenprojekt „Alt und Jung – neuer Schwung“ den ersten Platz. Den ersten Platz in der Kategorie „Gesunde Schule“ hat die Volksschule Globasnitz mit dem Projekt „Minifant“ für gesunde, regionale und saisonale Ernährung belegt. In der Kategorie „Gesunder Kindergarten“ landete der Städtische Kindergarten Kunterbunt aus Ferlach an vorderster Stelle. Beim Projekt „Gesund und sicher durch das Kindergartenjahr“ wurde den Kindern gezeigt, wie sie Gefahrensituationen vermeiden und bewältigen können.

Hier könnte Ihr Text stehen

Gastkolumne

Hier könnte schon in unserer nächsten Ausgabe Ihre Gastkolumne für „Gesundes Österreich“ stehen. Schreiben Sie uns, was sie an Gesundheitsförderung besonders interessiert, erfreut oder anspricht. Welche Bedeutung hat Gesundheitsförderung in Ihrem Leben? Haben Sie praktische Erfahrungen und Tipps, Inspirationen und Visionen zu Prävention und Gesundheitsförderung, die Sie an unsere Leser/innen weitergeben möchten? Wir haben in der kommenden Ausgabe Platz



dafür reserviert. Bitte senden Sie Ihren Text für eine Gastkolumne in „Gesundes Österreich“ mit einer Länge von maximal 1.700 Zeichen (inklusive Leerzeichen) bis spätestens Frei

tag 11. Oktober per E-Mail an: Redaktion „Gesundes Österreich“, Dietmar Schobel, schobel@gmx.at, mit dem Betreff „Gastkolumne“.

16

Prozent der österreichischen Schülerinnen und Schüler trinken täglich stark zuckerhaltige, synthetische Limonaden. Das hat die 2014 durchgeführte Studie Health Behaviour in School-aged Children der Weltgesundheitsorganisation WHO gezeigt. Ein Pilotprojekt der Initiative „Tut gut!“ hat deshalb im vergangenen Schuljahr 22 niederösterreichische Volksschulen mit rund 3.000 Schülerinnen und Schülern zu „Wasserschulen“

gemacht. Das Ziel dabei war, dass die teilnehmenden Kinder mindestens einen halben Liter Wasser pro Schultag trinken und auch als Vorbilder und Multiplikator/innen in den Familien wirken. Denn ausreichend Wasser zu sich zu nehmen, ist wichtiger Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung. In dem Projekt namens „H2NOE – Wasserschule in NÖ“ wurden unter anderem Gratis-Trinkflaschen und Materialien für den Unterricht zur Verfügung gestellt sowie Workshops für die Lehrkräfte veranstaltet.

Gesunde Rezepte für Babys und Kleinkinder

Initiative NÖ Tut gut!

Ausgewogene Ernährung ist in jedem Lebensalter wichtig, und das gilt ganz besonders auch für Schwangere, Stillende und Kleinkinder. Die Initiative „Tut gut!“ in Niederösterreich hat die wichtigsten Informationen rund um dieses Thema und 50 erprobte Rezepte für Babys und Kleinkinder bis zu vier Jahren in einem Kochbuch zusammengestellt. Es hat 128 Seiten und kann kostenlos unter

www.noetutgut.at/info-material heruntergeladen oder bestellt werden.

Das **Babykochbuch** wurde Anfang des Jahres präsentiert.



3 FRAGEN AN

Christoph Dockweiler

1 Worin liegt der Schwerpunkt Ihrer Forschung?

Wir erforschen, wie digitale Kommunikation im Gesundheitsbereich die Interessen ihrer Nutzer abdecken kann. Das geht am besten, wenn die Anwender schon bei der Planung miteinbezogen werden.

2 Wer im Internet nach Gesundheitsinformationen sucht, wird damit überflutet und findet viele falsche Fakten. Wie kann das verbessert werden?

Qualitätskontrolle beim Hochladen ist eine Möglichkeit und staatliche Gesundheitsportale sind eine weitere. Auch private Anbieter können ihrer Verantwortung mehr nachkommen. So löscht etwa das Foto- und Video-Portal Instagram seit Kurzem falsche Informationen über Impfen. Am wichtigsten wäre jedoch, die Kompetenz der Bürgerinnen und Bürger zur Beurteilung von Gesundheitsinformationen zu erhöhen.

3 Wie gesund sind GesundheitsApps?

Inzwischen gibt es Hunderttausende GesundheitsApps und viele sind von schlechter Qualität. Generell ist der Nachteil dieser Anwendungen, dass sie den Fokus ausschließlich auf das Gesundheitsverhalten Einzelner richten. An erster Stelle beeinflussen jedoch die Lebensverhältnisse unsere Gesundheit. Das sollte bei der Gestaltung von GesundheitsApps berücksichtigt werden.

Christoph Dockweiler ist Leiter des Centre for ePublic Health Research der School of Public Health der Universität Bielefeld.

Wir sollten zeigen, dass gesundes Verhalten Spaß macht

Eva Baumann, Universitätsprofessorin in Hannover und Expertin für Gesundheitskommunikation, über aktuelle Entwicklungen in diesem Forschungsgebiet und wie Gesundheitsbotschaften gestaltet werden sollten.

TEXT: DIETMAR SCHOBEL

GESUNDES ÖSTERREICH

Frau Professor Baumann, was ist Gesundheitskommunikation?

Eva Baumann: Gesundheitskommunikation ist im deutschsprachigen Raum eine relativ junge wissenschaftliche Disziplin. Sie beschäftigt sich damit, wie Wissen, Meinungen, Erfahrungen und Gefühle zu Gesundheitsthemen vermittelt und ausgetauscht werden.

GESUNDES ÖSTERREICH

Wie hat sich dieser Bereich von Forschung und Wissenschaft in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten entwickelt?

Zu Beginn ging es meist nur um die Frage: Wie müssen wir kommunizieren, damit Menschen gesünder werden? Heute beschäftigen wir uns mit allen Formen der Vermittlung von gesundheitlichen In-

halten, auch jenseits der Gesundheitsversorgung. Das umfasst auch jene Kommunikation, hinter der nicht die Intention steht, andere von der Bedeutung von gesundem Verhalten zu überzeugen. Denken wir nur daran, wie oft es etwa in Spielfilmen oder TV-Serien auch um Gesundheit und Krankheit geht. Oder wie oft dies in Alltagsgesprächen zum Thema wird. Schließlich ist in den vergangenen

7 FRAGEN AN EVA BAUMANN

1 Was wollten Sie als Kind werden?
Besitzerin eines Reitstalls

2 Wo möchten Sie leben?
Dort, wo die Menschen sind, mit denen ich mich wohl fühle

3 Welche drei Dinge würden Sie auf eine einsame Insel mitnehmen?
Meinen Mann, mein Pferd und einen Computer

4 Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?
Wenn jemand ohne böse Absicht eine Dummheit begeht

5 Was verabscheuen Sie am meisten?
Wenn Menschen wider besseren Wissens handeln und ihre Macht gezielt zum eigenen Vorteil und zum Nachteil anderer einsetzen

6 Wer sind Ihre Heldinnen und Helden der Wirklichkeit?
Menschen, die in sich ruhen, sich selbst nicht zu ernst nehmen, nicht nur reden, sondern handeln und sich trotz aller Hindernisse im Leben eine positive Einstellung bewahren

7 Wie lässt sich „Gesundheitsförderung“ in einem Satz beschreiben?
Gesundheitsförderung bedeutet, sich nicht an dem zu orientieren, was uns krank macht, sondern daran, was uns gesund erhält.



Jahren zunehmend zum Forschungsgegenstand geworden, ob und wie die Kommunikation selbst, speziell jene über elektronische Medien, möglicherweise unser Wohlbefinden fördern oder die Gesundheit beeinträchtigen kann. Während im angloamerikanischen Raum bereits seit Jahrzehnten zu Hintergründen, Verläufen und Folgen der Gesundheitskommunikation geforscht wird, rückt das Feld nun auch im deutschsprachigen Raum zunehmend auf die Agenda.

GESUNDES ÖSTERREICH

Was bedeutet das konkret?

Wir können uns dem Kommunikationsprozess aus Sicht derjenigen nähern, die Botschaften senden, Aufmerksamkeit für Gesundheitsthemen erregen oder Einstellungen und Gesundheitsverhalten verändern wollen. Oder wir können ihn aus der Perspektive jener betrachten, die adressiert werden sollen oder Informationen suchen – der Rezipientinnen und Rezipienten. Im letztgenannten Fall sehen

„Wir sollten zeigen, dass **gesundes Verhalten** Freude macht, Freunde bringt und Geld spart.“

EVA BAUMANN, KOMMUNIKATIONSEXPERTIN

wir uns zum Beispiel an, wer überhaupt durch Gesundheitsbotschaften erreicht wird, was die Bedürfnisse dieser Menschen sind, welche medialen Kanäle sie nutzen, unter welchen Bedingungen sie das tun, was ihre Aufmerksamkeit weckt und was das bei ihnen zur Folge hat. Eine zentrale Erkenntnis daraus ist, dass Gesundheitsbotschaften vor allem dann Gehör finden, wenn sie Motive ansprechen, die starken Bezug zum Leben der Rezipientinnen und Rezipienten haben. Das trifft in besonders hohem Ausmaß

zu, wenn diese generell an Gesundheitsthemen interessiert sind, sich Sorgen um ihre Gesundheit machen, oder wenn bei ihnen akut eine bestimmte Krankheit diagnostiziert wurde und sie nun nach Informationen dazu suchen. Wenn man selbst betroffen ist, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass Gesundheitsinformationen Beachtung erhalten wesentlich.

GESUNDES ÖSTERREICH

Wie sollte Kommunikation zur Gesundheitsförderung am besten gestaltet werden?

Menschen durch Kommunikation zu einem gesundheitsförderlicheren Verhalten zu bewegen ist eine große Herausforderung. Wir sind in Routinen und Gewohnheiten eingebunden, und damit wir diese ändern, sind starke und nachhaltige Impulse notwendig. Ein guter Ansatz ist jedenfalls, die Menschen in ihren Lebenswelten abzuholen und bei den kleinen Herausforderungen des Alltags anzusetzen. Außerdem ist es emp

fehlenswert, nicht nur einzelne Menschen als Empfängerinnen und Empfänger von Gesundheitskommunikation im Blick zu haben, sondern auch ihr soziales Umfeld. Die Peer-Group, also unsere persönliche Bezugsgruppe, hat nicht nur bei Jugendlichen sondern in jedem Alter großen Einfluss. Wenn in einer bestimmten Gruppe gesundes Verhalten generell positiv bewertet wird, dann kann sich das auf alle Mitglieder dieser Community auswirken. Dabei sollte man auch bedenken, dass Furcht- und Angstappelle, mit denen in der Gesundheits- und Risikokommunikation häufig gearbeitet wird, nur unter bestimmten Bedingungen die gewünschte Wirkung entfalten.

GESUNDES ÖSTERREICH

Was sollte stattdessen vermittelt werden?

Positive Botschaften können bisweilen sogar besser motivieren und funktionieren. Wir sollten häufiger zeigen, dass es Spaß macht, sich gesund zu verhalten, dass man sich wohler fühlt, dabei Freunde findet

oder Geld spart. Außerdem sollte Gesundheitskommunikation mit einer konkreten Empfehlung verbunden sein. Statt allgemein zu fordern: „Iss' gesünder!“, kann man zum Beispiel empfehlen, fünf Mal am Tag Obst oder Gemüse zu sich zu nehmen. Wo immer das möglich ist, sollten die Menschen eingebunden werden und Möglichkeiten zum Mitmachen erhalten. Das geschieht etwa, wenn niederschwellige Angebote für gesunde Bewegung gemacht werden oder auch, wenn online interaktive und multimediale Tools zum Thema Gesundheit zugänglich sind, wie beispielsweise Selbsttests oder Entscheidungshilfen. Zudem deutet einiges darauf hin, dass Gesundheitsinformationen besonders wirkungsvoll sind, wenn sie bildlich oder multimedial dargestellt oder in eine Geschichte „verpackt“ und durch Visualisierungen ergänzt werden. Dann erhalten sie mehr Aufmerksamkeit, werden besser verstanden und erinnert und erzeugen eine höhere Bereitschaft, das empfohlene Verhalten zu übernehmen oder beizubehalten.

GESUNDES ÖSTERREICH

Welche Bedeutung haben die digitalen Medien für die Gesundheitskommunikation?

Digitale Medien und soziale Netzwerke haben auch in der Gesundheitskommunikation zunehmende Bedeutung. Die Qualität der Informationen, die über diese Kanäle kommuniziert und geteilt werden, ist jedoch sehr unterschiedlich. Für den Endverbraucher ist es oft sehr schwer sie zu beurteilen. Wir wissen aber auch, dass die Bürgerinnen und Bürger bei gesundheitlichen Fragen nach wie vor in Ärztinnen und Ärzte sowie Apothekerinnen und Apotheker das größte Vertrauen setzen. Deshalb wäre es für die Gesundheitsförderung sicher lohnend, wenn dieses Potenzial – auch in Verbindung mit medialen Informationen – noch besser genutzt würde. Das heißt, diese beiden Gruppen von Fachleuten sollten in den Kommunikationsprozess stärker eingebunden werden, beispielsweise, indem sie auf qualitätsgesicherte Webseiten verweisen.



„Wo immer es möglich ist, sollten die Menschen **Möglichkeiten zum Mitmachen** erhalten.“

EIN KURZER LEBENSLAUF VON EVA BAUMANN

„Ich fand es immer spannend, gute Kommunikation zu gestalten“, erzählt Eva Baumann, Expertin für Gesundheitskommunikation. Sie wurde 1974 in Krefeld geboren und wurde nach dem Abitur beim Verlag der Tageszeitung „Rheinische Post“ in Düsseldorf zur Verlagskauffrau ausgebildet. Ab 1997 hat sie am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (IJK) der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover (HMTMH) Medienmanagement, Angewandte Kommunikationsforschung und Betriebswirtschaftslehre studiert. Seit 2015 ist sie Professorin für Kommunikationswissenschaft an der HMTMH sowie Leiterin des Hannover

Center for Health Communication. Seit April 2016 ist sie zudem stellvertretende Vorsitzende der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Außerdem ist Eva Baumann Gründungsmitglied des „Netzwerkes Medien und Gesundheitskommunikation“ sowie der Fachgruppe Gesundheitskommunikation in der DGPK. Was tut die Fachfrau selbst für ihre Gesundheit? „Zu wenig... Aber ich versuche zumindest, Bewegung in meinen Alltag einzubauen“, antwortet Eva Baumann und ergänzt: „Meine Leidenschaft gilt der Reiterei – das ist meine beste Work-Life-Balance.“

Wie kommunizieren Sie Gesundheit?

Drei Expert/innen über ihre Strategien für Gesundheitskommunikation und weshalb dabei kein Zwang zu einem ausschließlich gesunden Leben vermittelt werden sollte.

PHILIPP THUMMER

Stellvertretender Geschäftsführer und verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit beim avomed Tirol

Wissen ist die Voraussetzung für Verhaltensänderungen. Die Grundlage von Gesundheitskommunikation ist daher, Fakten zu vermitteln. In Bezug auf eine unserer wichtigsten Zielgruppen, die Kinder, ist für

uns auch die Vorbildwirkung der Eltern zentral. Wenn man mit den Kindern redet, muss man auch die Väter und Mütter erreichen. Insgesamt hat der avomed viele unterschiedliche Programme, die über verschiedenste Kommunikationskanäle unterschiedlichste Gruppen ansprechen sollen. Presseaussendungen, Folder und Broschüren spielen dabei ebenso eine Rolle, wie unsere Website, Give-Aways, Präsenz in Radio und TV sowie persönliche Ansprache und Mund

propaganda. Wir versuchen auch diejenigen zu erreichen, die sich bislang nicht oder nur wenig für Gesundheit interessieren, zum Beispiel indem wir bei großen Messen oder in Einkaufszentren kostenlose Gesundheits-Checks anbieten. Es sollte jedoch kein Zwang vermittelt werden, unbedingt gesund leben zu müssen. Gesundsein bedeutet, auf sich selbst zu achten, die Balance zu bewahren – und sich ab und an auch etwas vermeintlich Ungesundes zu gönnen.



FRANZISKA RENNER

Leiterin der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation der Wiener Gesundheitsförderung

Als Wiener Gesundheitsförderung können und sollen wir das Positive in den Vordergrund stellen. Die Botschaften in unseren Broschüren sind ein gutes Beispiel dafür – schon im Titel: „Gesunde Ernährung schmeckt“, „Bewegung wirkt“ oder „Seelische Gesundheit macht

stark“. Leider gehen in unserer Zeit positive Themen bei den Medien oft unter. Um Aufmerksamkeit zu erzeugen, ist deshalb aus meiner Sicht Storytelling eine gute Möglichkeit – gerade im digitalen Bereich und fürs Fernsehen. Das kann bedeuten, dass wir von einem Pensionisten berichten, der beim Nordic Walking-Treff nicht nur seiner Gesundheit Gutes tut, sondern auch die Geselligkeit genießt. Oder wir zeigen eine Fünfjährige, die zum ersten Mal Broccoli kostet – und bemerkt, dass er gut schmeckt. Unabhängig vom Medi

um ist es uns wichtig, über alle Kanäle die gleichen zentralen Botschaften in möglichst einfachen Worten zu vermitteln und so alle Schichten der Bevölkerung zu erreichen. Dem aktuellen gesellschaftlichen Trend, unbedingt gesund leben zu müssen, können wir nichts abgewinnen. Den sprichwörtlichen „erhobenen Zeigefinger“ gibt es bei uns nicht, wir setzen lieber auf Empowerment. Die Menschen sollen für sich selbst entscheiden können, was ihnen gut tut und was nicht. Wir helfen ihnen dabei.



MANUEL BUKOVICS

Pressesprecher AVOS und AMD Salzburg

Ein wesentliches Ziel meiner Tätigkeit ist, dass Medien darüber berichten, was AVOS für Prävention und Gesundheitsförderung im Land Salzburg leistet, aber auch was unsere zahlreichen Projektpartner dazu beitragen. Dabei wenden wir uns nicht nur an Radio, TV und große

Zeitungen, sondern ebenso an Bezirks- und Gemeindemedien. Über diese soll unsere Arbeit für Gesundheitsförderung letztlich auch in der Bevölkerung möglichst sichtbar und bekannt werden. Die beste Voraussetzung dafür sind Presseaussendungen, die eine gute und spannende Geschichte erzählen und die Leserinnen und Leser unterhalten. Sie müssen Neuigkeitswert haben und das Wissen von Expertinnen und Experten mit Statements der Teilnehmenden unserer zahlrei

chen Projekte und Programme für ausgewogene Ernährung, gesunde Bewegung und psychosoziale Gesundheit verbinden. So wird theoretisches Know-how mit der Praxis kombiniert. Generell ist in der Gesundheitskommunikation Fingerspitzengefühl notwendig. Wir sollten nicht mit Drohungen arbeiten, sondern vielmehr positive Botschaften vermitteln, Anreize geben und vorzeigen, dass es Spaß macht, gemeinsam etwas für die Gesundheit zu tun.



Frauen wollen nicht nur funktionieren

Männern ist das reibungslose Funktionieren ihres Körpers wichtig, Frauen orientieren sich eher an ihrer Befindlichkeit. Das sollte in der Gesundheitskommunikation berücksichtigt werden, schreibt **Aline Halhuber-Ahlmann** in ihrem Gastbeitrag.

Frauen sind grundsätzlich sehr interessiert an Gesundheitsthemen – oft schon zu interessiert. Sie lassen ihr Leben von Diäten, Gesundheitsdogmen und -mythen oder auch Influencer/innen und Fitnessgurus bestimmen sowie von Frauenzeitschriften, die Gesundheit und Schönheit zum Zwang machen.

Frauen orientieren sich an ihrer Befindlichkeit, Männern ist eher das reibungslose Funktionieren ihres Körpers wichtig. Entsprechend unterschiedlich gestalten sich die Kommunikationswege: Für Männer ist der Vergleich mit einem Auto vielleicht hilfreich, um sie zur Gesundenuntersuchung zu bewegen: „Ihrem Wagen gönnen Sie ja auch einen Service!“. Für Frauen sind es wohl eher Botschaften wie: „sich belastbar, gestärkt und gesund fühlen...“ oder: „schützen Sie sich vor...“, die sie ansprechen.

Expertinnen für Gesundheitsfragen

Früher war Frau die „Hausärztin“ in der Familie und ihr Wissen kam allen jungen und alten Familienmitgliedern zugute. Das Wissen, was gegen allerlei Beschwerden hilft, lernten sie von anderen Frauen, meist älteren, die wegen mancher Geheimnisse rund um Fruchtbarkeit, Geburt und erwünschter Unfruchtbarkeit schon mal als „Hexen“ diffamiert wurden. Nicht alles würde heute wohl Gnade vor den kritischen Augen der evidenzbasierten

Medizin finden, aber tatsächlich ermächtigte dieses Wissen die Frauen auch als Expertinnen für Gesundheitsfragen.

Heute ist die Herausforderung gute Gesundheitsinformationen von pseudowissenschaftlichem Geschwurbel – das häufig sehr teuer ist – zu unterscheiden. Nicht nur Dr. Google verbreitet so manchen Unsinn, sondern leider auch die Tante, Mutter oder Freundin könnten Marketingexpert/innen wissenschaftlich unbewiesene und hoffentlich ungefährliche Gesundheitsversprechen glauben.

Wem glauben?

Aber wem dann noch glauben? Jedenfalls niemandem, der globale Heilsversprechen gibt. Das Pulver, das gegen Diabetes, Hochdruck, Arthrose im Knie, psychische Erkrankungen, sexuelle Unzufriedenheit, eheliche Untreue oder Computerviren schützt, gibt es einfach nicht. Menschen, die Gesundheitsförderung machen wollen, sollten genauso wenig den Versuch unternehmen, solche Heilsversprechungen zu machen. Gewichtsabnahme und Bewegung an der frischen Luft tun allen Menschen gut – aber nur, wenn es funktioniert (Diäten versagen zu 95 Prozent) und auch Freude macht.

Frauen sind grundsätzlich leicht zu „bewegen“ und zu motivieren, aber nicht primär durch Wettkampf und Leistungsdruck, wie es wohl bei jungen Männern besser funk-



Aline Halhuber-Ahlmann ist Geschäftsführerin des FrauenGesundheits-Zentrums Salzburg.

tioniert. Frauen reden gerne miteinander und Frauengespräche dienen immer auch dem gesundheitlichen Erfahrungsaustausch. Aber es sind die selbst gemachten Erfahrungen, beispielsweise im Umgang mit Schwangerschaft, Geburt, seelischem und körperlichem Wohlbefinden, mit denen Frauen sich gegenseitig unterstützen.

Tupperpartys mit gesicherten Informationen

Vielleicht können Kommunikationssettings wie bei den berühmten „Tupperpartys“ auch dazu dienen, gesicherte und gute Gesundheitsinformationen zu verbreiten? Es geht eben nicht um den Verkauf teurer Produkte, sondern darum, gemeinsam mit geschulten, gesundheitskompetenten Frauen im Freundinnen- (oder Frauen-) -kreis den empowernden Erfahrungsaustausch zu ermöglichen. Allerdings mit striktem Diät-, Guru- und Fanatismus-Verbot.

Auf den Stärken der Männer aufbauen

Wer Männer mit Gesundheitsthemen erreichen will, sollte sie nicht als defizitäre Wesen begreifen, sondern auf positiven Bildern von Männlichkeit aufbauen, schreibt **Thomas Altgeld** in seinem Gastbeitrag.

„**It's a Man's World**“, ist der Titel eines alten Songs von *James Brown*, der schon in den 1960er Jahren Lebenswelten und Identitäten von Männern und Jungen genial interpretierte. Vielleicht sollte er zum Pflichthörprogramm für alle gemacht werden, die Konzepte zur Gesundheitsförderung für Männer entwickeln, damit sie sich in die Konstruktionen von Männlichkeit(en) „eingrooven“ können. Der ermüdende Diskurs, der Männer und Jungen als schwer erreichbare Zielgruppen für Gesundheitsthemen stigmatisiert, blendet deren Selbstwahrnehmungen bisher nämlich völlig aus. Gleiches gilt auch für Präventionsangebote, die allzu oft nach einem Standard konzipiert werden, der Genderaspekte außer Acht lässt. Die mangelnde Nutzung solcher Angebote durch Männer ist auch auf die geschlechterinsensible Ausgestaltung zurückzuführen. Die Wirkung von (Informations-)Materialien zu überschätzen, ist dabei möglicherweise der größte und unterm Strich auch teuerste Irrweg in dem Versuch, Männer zu erreichen.

Die Strategie der WHO

Die Weltgesundheitsorganisation WHO hat in ihrer ersten Strategie zur Förderung der Gesundheit von Männern in der Europäischen Region 2018 klar benannt, dass effektive männergerechte Gesundheitsförderung Männer eben nicht als vom Gesundheitsbewusstsein her defizitäre Wesen begreifen darf.

Sie benennt drei Grundvoraussetzungen:

- auf einem positiven Bild von Jungen und Männern aufzubauen und dieses zu fördern – unabhängig von deren Alter, sexueller Orientierung, Geschlechtsidentität, ethnischer Zugehörigkeit, Kultur und Religion
- darauf zu verzichten, geschlechtsspezifische Vorurteile zu verwenden, die zu einem Fortbestehen von ungleichen und schädlichen Rollenbildern und Verhaltensweisen beitragen
- stützende Umfeldler zu entwickeln, die einen positiven, ganzheitlichen Ansatz gegenüber der Rolle von Männern als Väter, Partner, Kollegen und Betreuer fördern.

Nachholbedarf in Europa

Länder mit einer ausformulierten politischen Männergesundheitsstrategie erfüllen diese Voraussetzungen bereits seit Jahren. Während der Men's Health Week 2015 in Australien wurden im Rahmen von vielen lokalen Veranstaltungen die „many contributions large and small, that men and boys make to our society and to the community“ gewürdigt und gefeiert. Neben dem ressourcenorientierten Blick findet auch die Nutzung sozialer Medien für männerspezifische Kommunikation in

einigen anderen Ländern bereits auf hohem Niveau statt. Der Men's Health Monat in Neuseeland 2017 zur psychischen Gesundheit stand unter dem Kampagnenmotto #MenStartTalking und forderte Männer auf, einfach zu fragen, wie es anderen Männern in ihrem Umfeld geht. Dazu gab es fast nur digitale Informationsangebote. Gerade die Digitalisierung bietet große Chancen für die Entwicklung einer jungen- und männergerechten Gesundheitskommunikation, weil sie technischer, vernetzter und spielerischer daher kommt. In Europa sind vergleichbare ressourcenstärkende Ansätze für Männergesundheit bisher schwer zu finden, im deutschsprachigen Raum gar nicht. Das sollte sich ändern.



Thomas Altgeld ist der Geschäftsführer der Landesvereinigung für Gesundheit und Akademie für Sozialmedizin Niedersachsen e.V.



BIRGIT HLADSCHIK-KERMER

„Die Gesundheitsversorgung ist viel zu sehr auf die Behandlung von Krankheiten fokussiert. Das was uns weiterhin gesund erhält, findet hingegen zu wenig Beachtung. Dabei könnte und sollte Gesundheitsförderung gerade auch in Arztgesprächen eine Rolle spielen“, meint die Gesundheitspsychologin und Kommunikationsexpertin des Zentrums für Public Health der

Medizinischen Universität Wien Birgit Hladschik-Kermer (52). Sie stammt aus Hard am Bodensee in Vorarlberg, hat an der Universität Wien Psychologie studiert, ist ausgebildete Psychotherapeutin der Gesellschaft für Logotherapie und Existenzanalyse und hat an der Universität Heidelberg eine Ausbildung zum Master of Medical Education absolviert. Sie lebt mit ihrem Mann

und ihren beiden 15 Jahre alten Zwillingstöchtern in Wien und macht in ihrer Freizeit bei Pilates, Yoga oder medizinischem Krafttraining mindestens drei Mal pro Woche gesunde Bewegung. „Diese Termine sind mir heilig“, lacht Birgit Hladschik-Kermer, die am Wochenende auch gerne am Kahlenberg walken geht und im Winter beim Ski fahren und Eislaufen aktiv ist.

// **Gesundheitsförderung sollte auch in Arztgesprächen eine Rolle spielen.**

BIRGIT HLADSCHIK-KERMER, GESUNDHEITSPSYCHOLOGIN //



MATTHIAS HASTALL

„Ich selbst bin wahrscheinlich kein Vorbild für gesundes Verhalten. Ich nehme mir zwar immer wieder vor, körperlich aktiver zu sein, doch es gelingt mir selten“, sagt der Experte für Gesundheitskommunikation und Mitherausgeber mehrerer Fachbücher zu diesem Thema Matthias Hastall (43). Er wurde in Neubrandenburg geboren, hat an der Technischen Universität (TU) Dres

den Kommunikationswissenschaft studiert und zum Thema „Gesundheitskommunikation“ promoviert. Seit 2016 ist er Professor an der Fakultät Rehabilitationswissenschaften der TU Dortmund. „Eines meiner wichtigsten Ziele als Wissenschaftler ist es, dazu beizutragen, die Menschen für die Relevanz sozialer Fragen zu sensibilisieren und zum kritischen Denken zu inspirieren“,

betont Matthias Hastall. Er lebt mit seiner Lebensgefährtin in Dortmund im Ruhrgebiet und tankt Energie beim Spielen mit den gemeinsamen Kindern *Michael* (9) und *Tom* (7) und beim Erkunden der vielen Highlights der Region. Und er versucht Bewegung zumindest in seinen Alltag einzubauen, indem er die Treppe statt des Liftes verwendet oder mit dem Fahrrad fährt.

// **Ich selbst bin wahrscheinlich kein Vorbild für gesundes Verhalten.**

MATTHIAS HASTALL, EXPERTE FÜR GESUNDHEITSKOMMUNIKATION //



SIMONE MEIDL

„Gesundheit muss für alle möglich sein, unabhängig vom sozialen Status“, sagt Simone Meidl, Expertin für den Bereich sozioökonomisch benachteiligter Menschen bei AVOS Prävention und Gesundheitsförderung Salzburg. Sie ist 1978 geboren, hat zwei Mal die Schule abgebrochen und dann eine Lehre als Floristin begonnen. 2008 hat sie die Studienberechtigungsprüfung für Soziologie abgelegt und

dieses Studium dann im Jänner 2013 abgeschlossen. Simone Meidl ist schon seit zehn Jahren ehrenamtliche Bewährungshelferin beim Verein „NEUSTART“ und war für diesen auch Koordinatorin eines Gesundheitsförderungsprojekts. Seit 2012 ist sie bei AVOS als Gesundheitsreferentin tätig. Sie lebt in einer Partnerschaft, ist Mut

ter einer 17-jährigen Tochter und macht in ihrer Freizeit viel Sport – vom Bergsteigen am Untersberg über Laufen und Inlineskaten bis zu Freiluft-Fitnessstraining im Park. „Ich habe erst spät entdeckt, dass mir gesunde Bewegung gut tut. Dafür bin ich jetzt jeden Tag zumindest ein Mal körperlich aktiv“, sagt Simone Meidl.

// **Gesundheit muss für alle möglich sein, unabhängig vom sozialen Status.**

SIMONE MEIDL, GESUNDHEITSREFERENTIN BEI AVOS SALZBURG //



GO! Girls only

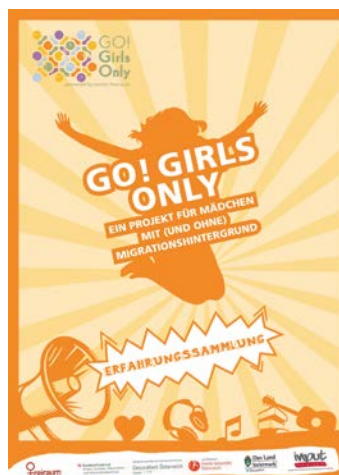
Mädchengesundheit

„GO! Girls only“ heißt ein vom Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) gefördertes Projekt, das im steirischen Bezirk Leibnitz die Gesundheit von Mädchen mit Migrationshintergrund und aus sozio-ökonomisch benachteiligten Familien gestärkt hat. Die wichtigsten Erfahrungen daraus wurden nun in einem Handbuch gesammelt. Mentor/innen mit Migrationshintergrund und Multiplikator/innen waren bei dem Projekt ebenso eingebunden wie die Eltern, kommunale

Verantwortungsträger/innen, verschiedenen Medien, die allgemeine Öffentlichkeit und nicht zuletzt auch Peers aus dem Kreise der Mädchen selbst. Gesundheits-Events, wöchentliche Gruppen, Mädchenpartys, das Herrichten eines Mädchenraums und ein Radio-Workshop sind nur einige der vielfältigen Aktivitäten. „Bei diesem Projekt ist es gelungen, einen Rahmen herzustellen, in dem sich die Mädchen einbringen und entwickeln konnten. Sie konnten die Erfahrung machen, wichtig zu sein, dazu zu gehören, jemandem helfen und etwas bewirken zu können sowie

ihre Meinung in der Öffentlichkeit zum Ausdruck zu bringen“, fasst *Gerlinde Rohrauer-Näf*, Gesundheitsreferentin beim

FGÖ, wesentliche Elemente der umfassenden Maßnahme zur Gesundheitsförderung zusammen.



Ein **Handbuch** enthält die wichtigsten Erfahrungen aus dem Projekt „GO! Girls only“. Es steht unter: www.verein-freiraum.at zur Verfügung.

Alles, was Sie wissen müssen

Buchtipps

Wer einen systematischen Überblick über das Forschungsfeld „Health Communication“ sucht, findet diesen im „Handbuch Gesundheitskommunikation“ aus dem Verlag Hans Huber. Autorinnen und Autoren aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen – wie den Kommunikationswissenschaften, Gesundheitswissenschaften, Medizin, Psychologie und Soziologie – haben Beiträge für diesen umfangreichen Sammelband geschrieben. Das Themenspektrum umfasst dabei unter anderem interpersonale und massenmediale Kommunikation sowie die wachsende Bedeutung der digitalen Medien. Politik- und Praxisbezüge werden ebenso berücksichtigt wie die Perspektiven der Anbieter und Nutzer von Gesundheitskommunikation.



Handbuch
Gesundheitskommunikation
herausgegeben von Klaus Hurrelmann
und Eva Baumann, Verlag Hans Huber,
Bern, 2014, 536 Seiten, 59,95 Euro

„Gesundes Österreich“ wird mobil

Die App für alle

Wenn Sie die vorliegende Ausgabe von „Gesundes Österreich“

unterwegs oder zuhause am Handy oder Tablet lesen wollen, haben Sie dazu nun dank einer neuen App jederzeit und überall Zugang. Neben einer praktischen Suchfunktion enthält sie unter anderem auch eine Seitenübersicht sowie eine Bildergalerie und man kann sich die Texte auch vorlesen lassen. Die Anwendungssoftware für die Lektüre unserer Zeitschrift für Prävention und Gesundheitsförderung auf mobilen Devices kann sowohl in einer Version für Android-Geräte als auch in einer Version für iPhones und iPads heruntergeladen werden. Die QR-Codes zum App Store/Play Store finden Sie auf fgoe.org/Magazin_App



Gesunde Vielfalt – zwischen Herausforderung und Chance

Wiener Gesundheitsförderungskonferenz 2019

Unsere Gesellschaft ist bunt! Durch die Globalisierung, den Wandel des Arbeitsmarktes und aufgrund der demografischen Entwicklung nimmt die Vielfalt in unserer Gesellschaft zu. Damit werden auch Gesundheitsthemen und das Gesundheitsverhalten immer komplexer und vielschichtiger. „Gesunde Vielfalt – zwischen Herausforderung und Chance“ ist daher das Thema der Wiener Gesundheitsförderungskonferenz 2019 am 17. September in den Festräumen des Wiener Rathauses. Internationale Vortragende wie *Haci Halil Uslucan*, der Wissenschaftliche Leiter des Zentrums für Türkeistudien und Integrationsforschung an der Universität Duisburg-Essen, oder die Münchner Philosophin und Autorin *Rebekka Reinhard* werden in ihren Referaten neue Zugänge zu einem konstruktiven und gesundheitsförderlichen Umgang mit der wachsenden Diversität anregen. Die Website www.wig.or.at enthält weitere Details zu der Konferenz.



27 Prozent der Menschen in Vorarlberg haben in einer Studie zum Thema Gesundheitskompetenz angegeben, dass sie Schwierigkeiten haben „zu beurteilen, welche Impfungen sie eventuell brauchen“. Das Projekt „Stärkung der Gesundheitskompetenz bei Kinderimpfungen in Vorarlberg“ der *aks gesundheit GmbH* setzt genau da an: Ziel ist es, leicht verständliche, evidenzbasierte Impfinformationen gemeinsam mit Eltern für

eine selbstbestimmte Impfentscheidung zu entwickeln. Zur Qualitätssicherung dienen die 15 Qualitätskriterien der Guten Gesundheitsinformation Österreich, die vom Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz (BMASGK) gemeinsam mit der Österreichischen Plattform Gesundheitskompetenz (ÖPGK) herausgegeben wurden. Das Projekt wird vom Gesundheitsförderungsfonds Vorarlberg gefördert und läuft bis August 2021.

Kommunikation ist wesentlich

Gute Gesundheitskommunikation kann wesentlich zu besserer Gesundheit beitragen. Deshalb wurden 15 Qualitätskriterien dafür entwickelt und Trainer/innen für bessere Gesprächsführung ausgebildet.



Die Trainer/innen für bessere Gesprächsqualität in der Gesundheitsversorgung mit Magdalena Arrouas, Abteilungsleiterin, Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz (2. von rechts) und Josef Probst, Generaldirektor im Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger (ganz rechts).

Gute Kommunikation ist wesentlich für Gesundheitskompetenz, also die Fähigkeit Gesundheitsinformationen finden, verstehen, beurteilen und anwenden zu können. „Gute Gesundheitsinformationen“ sind deshalb einer der drei Arbeitsschwerpunkte der Österreichischen Plattform für Gesundheitskompetenz (ÖPGK). In diesem Rahmen wurden auch 15 Qualitätskriterien dafür entwickelt. Als Standards für die Praxis dienen sie der Orientierung, wie leicht verständliche und wissenschaftlich abgesicherte Gesundheitsinformationen verfasst werden sollen. Sie richten sich an Personen und Organisationen, die Informationen zu Gesundheit und Krankheiten herausgeben, finanzieren, verfassen und verbreiten. Die Kriterien der „Guten Gesundheitsinformation Österreich“ können dafür verwendet werden Broschüren, Videos, Websites, Apps und andere Medien mit Gesundheitsinformationen zu erstellen. Sie umfassen unter anderem, wie Zielgruppen identifiziert und Evidenz ausgewählt, Recherchen durchgeführt und deren Ergebnisse

sachlich angemessen dargestellt werden sollten. Weitere Informationen dazu sind über die Website oepgk.at/schwerpunkte-der-oepgk zugänglich.

Die Gespräche verbessern

Die Qualität der mündlichen Gesundheitskommunikation zu verbessern, ist ein weiterer Arbeitsschwerpunkt der ÖPGK. Gespräche zwischen Gesundheitsfachkräften und Bürgerinnen und Bürgern sind Studien zufolge hochrelevant für Gesundheits-Outcomes, und hier setzt auch die bundesweite Strategie „Verbesserung der Gesprächsqualität in der Krankenversorgung“ an, eine Maßnahme zur Umsetzung des Gesundheitsziels drei „Die Gesundheitskompetenz der Bevölkerung stärken“. Im Auftrag der Bundesgesundheitsagentur und in Kooperation mit EACH: International Association for Communication in Healthcare wurde dazu unter dem Dach der ÖPGK auch ein spezieller Trainerlehrgang durchgeführt. 19 Trainer/innen, die selbst in verschiedenen Gesundheitsberufen tätig sind, wurden in

elf Seminartagen sowie durch supervidierte Lehrauftritte und Praxisprojekte zum Thema bessere Gesprächsqualität in der Gesundheitsversorgung ausgebildet. Aus dieser Kerngruppe soll Schritt für Schritt ein bundesweites Trainernetzwerk aufgebaut werden. Auch dies ein wichtiger Beitrag zu mehr Gesundheit durch bessere Kommunikation.

Digitalisierung braucht Gesundheitskompetenz

Digitalisierung ist kein fernes Zukunftskonzept. Sie ist aus unterschiedlichsten Lebenswelten nicht mehr wegzudenken und Gesundheitskompetenz ist unerlässlich, um im Datenschwung die jeweils richtigen Informationen finden, beurteilen, verstehen und anwenden zu können. Die 5. Konferenz der Österreichischen Plattform Gesundheitskompetenz (ÖPGK) widmet sich daher dem Thema „Digitalisierung braucht Gesundheitskompetenz“. Sie findet am 19. September 2019 im City Hotel Design & Classic in St. Pölten statt. Weitere Informationen sind unter oepgk.at/5-oepgk-konferenz-st-poelten abrufbar.

Gesundheit vermitteln

Was bei Gesundheitskommunikation berücksichtigt werden sollte, und weshalb uns der Schritt vom Wissen zum Tun oft so schwer fällt.

TEXT: DIETMAR SCHOBEL

„Rauchen tötet“, „Bewegung wirkt“ oder „Impfen schützt“: Viele Gesundheitsbotschaften klingen ebenso einfach wie vernünftig. Den meisten von uns sind sie auch längst schon bekannt. Weshalb fällt uns der Schritt vom Wissen zum Tun dennoch oft so schwer?

„Wissen und Verhalten sind unterschiedliche Instanzen und der Weg von Ersterem zu Letzterem ist meistens sehr weit und nur in kleinen Schritten zu bewältigen“, erklärt die Psychologin *Birgit Hladschik-Kermer*, Kommunikationsexpertin am Zentrum für Public Health an der MedUni Wien. Wenn ungesundes Verhalten über längere Zeit hinweg gepflogen und dadurch „antrainiert“ wurde, ist es besonders schwer, es wieder zu ändern. In aller Regel ist es deshalb einfacher, etwas völlig Neues zu erlernen, als sich von gewohnten Mustern des Denkens, Fühlens und Verhaltens zu lösen. Auch das ist aus der wissenschaftlichen Psychologie bekannt.

Der Wurm muss dem Fisch schmecken

Wer Kommunikation für Gesundheitsförderung plant und umsetzt, sollte sich dieser psychologischen Aspekte auf individueller Ebene bewusst sein. Doch was ist darüber hinaus auf strategischer Ebene zu beachten? „Kommunikationsprozesse sind komplex und verfügen über sehr vie-

le Stellschrauben. Doch selbstverständlich gilt auch für Gesundheitskommunikation die grundlegende Marketingweisheit: ‚Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler‘“, erklärt *Matthias Hastall*, Professor für Qualitative Forschungsmethoden und Strategische Kommunikation für Gesundheit, Inklusion und Teilhabe an der Fakultät Rehabilitationswissenschaften der Technischen Universität Dortmund. Daraus folge, dass es in Bezug auf die Wahrnehmung und Wirkung von Botschaften ausschließlich auf die Perspektive der Empfängerinnen und Empfänger ankomme.

Kommunikationsstrategien für Gesundheitsförderung müssen deshalb die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe bestmöglich berücksichtigen. In Bezug auf einzelne Adressaten können zudem verschiedene „Stadien“ der Aufmerksamkeit und Auseinandersetzung mit einer Gesundheitsbotschaft unterschieden werden. So gibt es unter anderem jene

- die noch nichts von den positiven Gesundheitswirkungen eines bestimmten Verhaltens gehört haben
- die das für sich als nicht notwendig erachten
- die ihr Verhalten ändern wollen
- und jene, die sich bereits gesünder verhalten und das aufrechterhalten wollen.

Botschaften den Zielen anpassen

Die Beschäftigung mit der Zielgruppe setzt auch voraus, dass die Kommunikator/innen Ziele für ihre Botschaften festlegen, wie etwa Aufmerksamkeit zu erregen, den Wissenserwerb zu fördern, Gefühle und Gedanken auszulösen oder letztlich Einstellungen und Verhalten zu verändern. Schließlich stellt sich auch die Frage nach den Inhalten von Gesundheitskommunikation, also welche Botschaften vermittelt und wie diese am besten formuliert werden sollen. Dafür gibt es vielfältige Möglichkeiten, die dem jeweiligen Thema, den erwünschten Zielen sowie der Zielgruppe und deren Interessen und Bedürfnissen angepasst werden sollten.

Was im Einzelnen für wen in welcher Weise am besten wirkt, ist in vielen Fällen nicht exakt wissenschaftlich belegt, da Gesundheitskommunikation insgesamt noch ein junges Forschungsgebiet ist. In einem Punkt sind sich die von „Gesundes Österreich“ dazu befragten Fachleute jedoch einig: „Furchtappelle“, wie das eingangs erwähnte „Rauchen tötet“ oder beispielsweise „Bewegungsmangel macht krank“, bewähren sich kaum oder gar nicht. „Furchtappelle können bei vielen Menschen Abwehrprozesse und damit sogar das Gegenteil des von den Kommunikatoren erwünschten Verhaltens auslösen – ein Phänomen das auch ‚Reaktanz‘ ge-



nannt wird“, betont Matthias Hastall. Die Betroffenen beharren dann auf ihren seit langem ausgeübten ungesunden Verhaltensweisen, weil eine Änderung ihr Selbstbild und Selbstwertgefühl in Frage stellen würde oder weil die Gesundheitsbotschaften als Versuch der Manipulation empfunden werden.

So genanntes „Gewinn-Framing“ ist deshalb zu bevorzugen – selbst wenn die Risiken gesundheitsschädlichen Verhaltens nicht in allen Settings oder Lebenswelten gänzlich ausgeblendet werden können. Es betont die Vorteile gesünderen Verhaltens und entsprechende Botschaften lauten etwa: „Nichtraucher leben länger“ oder „Bewegung erhält gesund“.

Vernunft und Gefühle ansprechen

Grundsätzlich kann auch an die Vernunft oder die Gefühle der Empfängerinnen und Empfänger appelliert werden. So kann gesundes Verhalten zum Beispiel als Auslöser für Emotionen wie Freude, Glück, Hoffnung oder Liebe beschrieben werden, oder es kann gezeigt werden, dass es Anerkennung durch andere und Attraktivität bringt. Nüchterne Statistiken geben die

„Gedacht heißt nicht gesagt, gesagt heißt nicht gehört, gehört heißt nicht verstanden, verstanden heißt nicht einverstanden, einverstanden heißt nicht angewendet, angewendet heißt nicht beibehalten.“

Konrad Lorenz (1903 – 1989), Verhaltensforscher und Nobelpreisträger

Vorteile gesunden Verhaltens in Form von Zahlen und Fakten wieder. Fallbeispiele oder Testimonials, wie Expert/innen, Prominente oder Angehörige der Zielgruppe, können sowohl Gefühle als auch die Rationalität ansprechen.

Falls Gesundheitsbotschaften tatsächlich einen Verhaltensimpuls auslösen, müssen die Betroffenen wissen, wie er umgesetzt werden kann und ihre Lebensverhältnisse müssen gesundes Verhalten auch ermöglichen. Das kann in der Kommunikation zum Beispiel berücksichtigt werden, indem konkrete Tipps gegeben und praktische

Angebote gemacht werden. „Wir müssen uns aber auch klar sein, dass Gesundheitsbotschaften in Konkurrenz zu Hunderten anderen Werbe- und PR-Botschaften aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft stehen. Viele scheitern deshalb bereits daran, überhaupt erst einmal Aufmerksamkeit zu erregen“, relativiert Matthias Hastall und sagt zusammenfassend: „Das macht es umso wichtiger, sich einen Überblick über die Vielzahl an kommunikativen Strategien zu verschaffen, die zur Verfügung stehen und jene auszuwählen, die für das jeweilige Vorhaben zur Gesundheitsförderung am besten geeignet erscheint.“

Erfolgsfaktor Kommunikation

Die Qualität der Kommunikation ist entscheidend für den Erfolg von Projekten. Das umfasst die Kommunikation mit der Zielgruppe ebenso wie jene innerhalb des Teams und mit den Partnern im Umfeld von Projekten.

TEXT: DIETMAR SCHOBEL

„Man kann nicht nicht kommunizieren“ wusste schon der in Kärnten geborene Kommunikationswissenschaftler und Autor *Paul Watzlawick* (1921 – 2007). Tatsächlich spielt die Vermittlung von Informationen von einem Sender zu einem Empfänger in allen Lebensbereichen und -situationen eine Rolle. Das gilt natürlich auch für Gesundheitsförderung und *Markus Mikl*, beim Fonds Gesundes Österreich gemeinsam mit *Gabriele Ordo* und *Petra Winkler* für Öffentlichkeitsarbeit zuständig, betont: „Kommunikation ist ein zentraler Faktor für den Erfolg von Projekten und eine Kernkompetenz für Gesundheitsfördererinnen und Gesundheitsförderer.“

Kommunikation umfasst persönliche Ansprache ebenso wie die Informationsvermittlung über klassische und digitale Medien. Im Bezug auf Projekte zur Gesundheitsförderung beginnt sie in al-

ler Regel bei der Projektplanung. Mögliche Partner/innen und Unterstützer/innen sollen für das Projekt gewonnen und Vertreter/innen der Zielgruppe durch Partizipation möglichst frühzeitig miteingebunden und nach ihren Anliegen gefragt werden. *Markus Mikl*: „Bei der Planung von Projekten müssen Freiräume offen gelassen werden, um die Bedürfnisse der Teilnehmenden dann auch entsprechend berücksichtigen zu können.“

Erste Orientierung für Strategien

Ein von dem US-amerikanischen Politik- und Kommunikationswissenschaftler *Harold Dwight Lasswell* (1902 – 1978) formulierter Leitsatz kann eine erste Orientierung für die Strategie zur Projektkommunikation geben. Er lautet: „Wer sagt was in welchem Kanal zu wem mit welchem Effekt?“ Neben der Quelle, der Zielgruppe, der Botschaft und den erwünschten Wirkungen von Kommunikation sind also auch die Kanäle zu reflektieren, über welche die Informationen transportiert werden.

Im Einzelnen sind das zum Beispiel:

- persönliche Ansprache etwa in Gesprächen, bei Kick-off-Veranstaltungen oder durch Vernetzungstreffen
- klassische und digitale Medien, die speziell für das Projekt geschaffen

werden, wie etwa Folder, Broschüren, Websites, Facebook-Gruppen oder Newsletter

- sowie bestehende klassische und digitale Massenmedien.

Für Letztere kann das Ziel gesetzt werden, sie durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit kostenlos oder gegen Bezahlung zu Multiplikatoren für das Projekt zu machen. Das Spektrum reicht hier von überregionalen und lokalen Zeitungen über Radio- und TV-Sender bis zu großen Online-Medien.

Kanäle gezielt auswählen

Durch die Digitalisierung ist die Palette medialer Kanäle in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten wesentlich erweitert worden und sie umfasst aktuell auch soziale Medien wie Twitter, Messenger-Apps wie WhatsApp, Video- und Fotodienste wie YouTube oder Instagram und viele andere mehr. „Durch die Vielzahl an neuen Medien ergeben sich auch viele neue Chancen, Gesundheitsbotschaften an die Frau oder den Mann zu bringen“, meint *Petra Winkler*. Andererseits sei es dadurch aber auch längst nicht mehr möglich, alle Medien abzudecken. Das mache es umso wichtiger, gezielt jene Kanäle auszuwählen, die von der jeweiligen Zielgruppe am häufigsten genutzt werden (siehe auch Kasten: „App dich fit“).



Petra Winkler:

„Durch die Vielzahl an neuen Medien ergeben sich auch viele neue Chancen, Gesundheitsbotschaften zu vermitteln.“



Teilnehmerinnen und Teilnehmer von „App dich fit“ in der **Landesberufsschule Bad Radkersburg** mit ihrem Turnlehrer Stefan Summer (stehend) und Patrick Palz von Styria vitalis (kniend)

Externe und interne Kommunikation

Neben der externen Kommunikation mit der Zielgruppe, politischen Entscheidungsträger/innen, Fachstellen und Expert/innen ist auch die interne Kommunikation entscheidend. „Selbst das Projekt mit dem besten Konzept kann scheitern, wenn der Informationsaustausch innerhalb des Projektteams nicht funktioniert“, weiß Gabriele Ordo und betont: „Deshalb muss versucht werden, eine gemeinsame Sprache zu finden und gegenseitige Wertschätzung und Anerkennung sind die Voraussetzungen dafür.“

Der Bedeutung von Kommunikation für die Praxis der Gesundheitsförderung wird auch im Seminarprogramm Bildungsnetzwerk des Fonds Gesundes Österreich durch entsprechende Fortbildungsangebote Rechnung getragen. Der Berater für Betriebliche Gesundheitsförderung und Kommunikationsexperte *Helmut Buzzi* zählt seit 2005 zu den Vortragenden und sagt: „Im Gesundheitsbereich gibt es zahlreiche hoch engagierte Leute, die mit großem Elan und viel Idealis-

mus an ihre Vorhaben herangehen. Auf die große Bedeutung der Projektkommunikation wird dabei aber oft vergessen.“ Seine Lehrveranstaltungen sollen deshalb vermitteln, dass die Planung von Projekten unbedingt auch eine gut strukturierte Kommunikationsstrategie beinhalten sollte. Sie umfassen nicht nur eine Übersicht über die wichtigsten Kommunikationsmittel – von Aushängen, über E-Mails bis zu Versammlungen und Meetings, sondern erklären unter anderem auch, wie man sich selbst und sein Projekt in drei Minuten gut präsentieren kann oder weshalb gute Presseaussendungen Journalisten Arbeit abnehmen sollten, indem sie die Fragen: Wer?, Wie?, Was?, Wann?, Wo? und Warum? kurz und bündig beantworten. „Wer selbst kein guter Kommunikator ist, kann die Öffentlichkeitsarbeit nach Möglichkeit auch an Fachleute für dieses Thema bei Projektpartnern wie Gemeinden oder Betrieben delegieren“, empfiehlt Helmut Buzzi und sagt zusammenfassend: „Kommunikation ist zu mindestens 50 Prozent dafür verantwortlich, ob ein Projekt gelingt oder scheitert.“



App dich fit

Durch die digitalen Medien gibt es sehr viele neue Kanäle und Möglichkeiten Gesundheitsförderung zu kommunizieren. Wie die hohe Affinität von Jugendlichen zu ihren Smartphones dafür genutzt werden kann, zeigt das Projekt „App dich fit“ von Styria vitalis. Es soll die Schulzeit und den Alltag von Schülerinnen und Schülern der Berufsschulen Mureck und Bad Radkersburg in der Steiermark bewegungsfreundlicher gestalten und macht Trainingspläne und -videos über eine HandyApp zugänglich. „Wir haben die Teilnehmenden zu Beginn gebeten, selbst Trendsportarten auszuwählen, die sie gern erproben wollen“, beschreibt der Projektleiter *Patrick Palz* von Styria vitalis ein wesentliches Element des noch bis September 2019 laufenden Projekts. Jetzt gehören Ultimate Frisbee, Bubble Soccer, Jumping, Selbstverteidigung und Tanzen zum Turnunterricht. Gemeinsam mit den Berufsschüler/innen wurden auch Video-Tutorials entwickelt, damit diese Trendsportarten in anderen Berufsschulen oder im Alltag der Lehrlinge umgesetzt werden können. Zudem wurden verschiedene Bewegungs-Wettbewerbe veranstaltet und die Gewinner/innen mit Sachpreisen belohnt.

Gesundheit & Kommunikation in Zahlen

Daten & Fakten zum Thema Medien und Gesundheitsinformation



PRINT & DIGITAL

1 von zwei so genannten „Best Ager“ im Alter zwischen 50 und 79 würde es schwer fallen, auch nur eine Woche auf die gedruckte Tageszeitung zu verzichten. In der Welt der Millennials zwischen 14 und 25 Jahren spielt diese hingegen kaum noch eine Rolle. Und was für

die 50-79-Jährigen das Buch ist, ist für die 14-25-Jährigen YouTube. Und wenn die Best Ager öffentlich-rechtlich fernsehen, streamen die Millennials on demand. In einem sind sich die Generationen aber einig: Auf das Mobiltelefon können und wollen sie nicht mehr verzichten.

Quelle: Presseinformation „Alt werden wir später“ von marketagent.com vom 12. Februar 2019

55

QUELLEN

Prozent der Menschen ab 16 Jahren in Österreich informieren sich zu Gesundheitsthemen hauptsächlich über das Internet. Für 45 Prozent ist der Hausarzt eine besonders wich-

tige Quelle für Gesundheitsinformationen und Tageszeitungen liegen mit 17 Prozent an dritter Stelle dieses Rankings. Am meisten Glaubwürdigkeit hat für die Österreicher/innen dabei allerdings der Hausarzt. Ihm vertrauen 44 Prozent, den über das Internet zugängli-

chen Informationsquellen 20 und Tageszeitungen nur sechs Prozent besonders.

Quelle: Gesundheitsbarometer 2015 des Instituts für Strategieanalysen im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit



Viele wurden im Internet schon einmal gemobbt

CYBERMOBBING

21

Prozent der Schweizer Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren gaben 2016 an, dass

sie im Internet – zum Beispiel auf Facebook – schon einmal fertiggemacht wurden. Zwölf Prozent haben erlebt, dass Falsches oder Beleidigendes über sie verbreitet wurde und 33 Prozent gaben an, dass Fotos oder Videos ohne ihre Zustimmung ins weltweite Netz gestellt wurden.

Quelle: Factsheet Cybermobbing, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften



DIGITAL GAP



74

Prozent der Menschen mit einem Einkommen ab 3.000 Euro informieren sich über das Internet zu Gesundheitsthemen. Unter jenen, deren Einkommen weniger als 1.500 Euro beträgt, machen das hingegen nur 57 Prozent.

Quelle: #SmartHealth-Studie der Techniker Krankenkasse Deutschland, 2016

Der Tag beginnt mit Radio hören

RADIO

9

von 10 Menschen in Österreich haben laut einer Umfrage von marketagent.com am gestrigen Tag Audioinhalte konsumiert – sei es Musik, Nachrichten, der Verkehrsfunk oder Podcasts. Für einen guten Start in den Tag verlassen sich die Österreicherinnen und Österreicher vor allem morgens gerne auf das klassische Radio. Im Laufe der zweiten Tageshälfte hingegen können Onlinedienste mit ihren Services punkten und lassen uns am liebsten zu Hause (61 Prozent) oder im Auto (53 Prozent) ungestört mitträllern.

Quelle: Presseinformation „Wie hört Österreich?“ von marketagent.com vom 2. April 2019



Gesund aufwachsen im digitalen Zeitalter

Die Medienpädagogin **Claudia Lampert** im Interview über Kinder und digitale Medien, die richtige Balance zwischen Online- und Offline-Aktivitäten und weshalb die Kleinsten nicht so viel vor einem Bildschirm sitzen sollten. TEXT: DIETMAR SCHOBEL

GESUNDES ÖSTERREICH

Computer, Laptops und Smartphones gehören heute zum Alltag. Welche Gesundheitsfolgen hat das für Heranwachsende?

Claudia Lampert: Fast alle Jugendlichen besitzen heute ein Smartphone und viele dieser Mobiltelefone sind zumindest in der Freizeit ständig eingeschaltet. Diese Kinder sind also permanent online und können jederzeit in Kontakt mit Freunden und Familie treten. Das ist erst einmal positiv. Ab welcher Dauer die Nutzung problematisch wird, hängt auch davon ab, wofür das Handy verwendet wird – zur Kommunikation und Beziehungspflege, zur Informationssuche, zum Lernen oder zum Spielen. Wichtig ist auch, dass Online- und Offline-Aktivitäten in der Balance bleiben. Wer viel Sport betreibt oder an der frischen Luft ist, kann auch einmal mehrere Stunden vor dem Bildschirm verbringen, ohne dass das gleich negative Gesundheitsfolgen hat.

GESUNDES ÖSTERREICH

Kinder kommen heute oft schon sehr früh mit digitalen Medien in Berührung. Was wissen wir darüber, wie sich deren Nutzung auf verschiedenen Altersstufen auswirkt?

Je jünger die Kinder sind, desto weniger Zeit sollten sie vor einem Bildschirm verbringen. Die ersten Lebensjahre sind besonders intensive Phasen, in denen wichtige Entwicklungsaufgaben zu bewältigen sind. Das ist nur möglich, indem die reale Welt aktiv und mit allen Sinnen erkundet wird. Die Weltgesundheitsorganisation hat vor Kurzem eine neue Empfehlung herausgegeben. Laut dieser sollten Kinder unter zwei Jahren noch überhaupt keinen Zugang zu Smartphones oder auch Fernsehern haben.

GESUNDES ÖSTERREICH

Werden diese Empfehlungen im Alltag auch berücksichtigt?

Das ist natürlich sehr unterschiedlich. Es gibt Eltern, die Bildschirm-Medien als Schnuller-Ersatz oder Babysitter verwenden. In den meisten Familien dürfen Kinder aber tatsächlich erst ab etwa zwei Jahren Tablets benutzen und manchmal auch die Smartphones der Eltern. Für Vor- und Grundschulkindern sind Tablets oft Familiengeräte, mit denen sie Fotos und Videos anschauen oder Spiele spielen, wenn die Eltern dies erlauben. Der Eintritt in eine weiterführende Schule ist in vielen Familien der Zeitpunkt, zu dem

27%

der 12- bis 17-jährigen geben an, wegen der manchmal oder sogar sehr häufig zu wenig zu schlafen.

Kinder ein eigenes Smartphone erhalten. Mit dem Smartphone gewinnen auch vermehrt Social Media Angebote wie WhatsApp, Snapchat, Tik Tok, Instagram oder YouTube an Bedeutung. Aktuell ist allerdings zu beobachten, dass die Altersgrenze für das eigene Smartphone kontinuierlich sinkt.

GESUNDES ÖSTERREICH

Wie werden die sozialen Medien von Kindern und Jugendlichen vor allem benutzt?



Claudia Lampert
ist Senior Researcher
am Leibniz-Institut für
Medienforschung |
Hans-Bredow-
Institut (HBI) und be-
fasst sich mit Fragen
des Aufwachsens in
digitalisierten Medien-
umgebungen sowie
mit dem Themenfeld
der Gesundheits-
kommunikation.

DATEN & FAKTEN

Fast alle Kinder, nämlich 98 Prozent haben potentiell die Möglichkeit, zuhause das Internet zu nutzen. Das zeigt die deutsche Studie „Kindheit, Internet, Medien 2018“ des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest. Bei den Sechs- bis Siebenjährigen nutzt gut ein Drittel zumindest selten das Internet. Im Alter von acht bis neun Jahren sind knapp drei von fünf Kindern online. Mit zehn bis elf Jahren zählen vier von fünf Kindern zu den Internetnutzern und bei den Zwölf- bis 13-Jährigen nehmen mit 94 Prozent fast alle Kinder Online-Dienste in Anspruch. Im Alltag der Kinder steht das Fernsehen für 95 Prozent an erster Stelle der regelmäßig mindestens einmal pro Woche ausgeübten Aktivitäten, gefolgt von Treffen mit Freunden, Hausaufgaben und Lernen sowie dem Spielen drinnen oder Spielen draußen. Etwa vier von fünf Kindern unternehmen auch mindestens einmal in der Woche etwas mit der Familie. Bücher sind ebenfalls ein fester Bestandteil des Medienalltags der Kinder. 51 Prozent lesen regelmäßig in ihrer Freizeit, insgesamt greifen 83 Prozent zumindest selten zum Buch. Weitere Informationen sind unter www.mpfs.de abrufbar.

Für Teenager haben soziale Medien eine sehr hohe Bedeutung, denn sie stehen über diese mit ihren Peers oder Personen mit ähnlichen Interessen in Kontakt. Eine Studie der Deutschen Allgemeinen Krankenkasse aus dem Jahr 2017 zeigt, dass die große Mehrheit der 12- bis 17-jährigen Kinder – nämlich 85 Prozent – an sieben Tagen die Woche in den sozialen Medien aktiv ist. Die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Tag beträgt rund drei Stunden, wobei in dieser Altersgruppe vor allem WhatsApp, Instagram und Snapchat verwendet werden. Diese Dienste können bei jungen Usern Stress auslösen, weil sie Angst haben, etwas zu verpassen, oder das Gefühl haben, ständig präsent sein, sich zeigen und etwas posten oder liken zu müssen. Das wird auch „Fear of Missing Out“ oder kurz „FOMO“ genannt. In der Erhebung gaben zudem 27 Prozent der 12- bis 17-jährigen an, wegen der sozialen Medien manchmal oder sogar sehr häufig zu wenig zu schlafen.

GESUNDES ÖSTERREICH

Was sollten Eltern in Bezug auf den Umgang ihrer Kinder mit digitalen Medien beachten?

Eltern sollten sich bewusst sein, dass die

Art wie sie selbst Medien nutzen auch für ihre Kinder ein Vorbild sein kann. Medien prägen den familiären Alltag und die Familie prägt den Umgang mit Medien. Das zeigt sich zum Beispiel schon, wenn Mütter oder Väter einen Kinderwagen schieben und dabei auf ihr Handy schauen, statt Augenkontakt mit ihrem Kind zu halten. Oder wenn sie am Spielplatz ständig Messages schreiben, statt sich mit ihren Kindern zu beschäftigen. Zudem sollten sie sich für die Mediennutzung ihrer Kinder interessieren, sich über aktuelle Angebote informieren, die bei diesen besonders angesagt sind, und mit ihren Kindern darüber im Gespräch bleiben.

GESUNDES ÖSTERREICH

Was sollten Eltern ihren Kindern vermitteln?

Eltern sollten ihren Kindern vermitteln, wie ein gesunder Umgang mit Medien aussehen kann und gemeinsam mit ihren Kindern Regeln festlegen, wie und wann die digitalen Medien genutzt werden. Sobald die Kinder ein eigenes Smartphone haben, ist das besonders wichtig. So kann zum Beispiel festgelegt werden, dass beim Essen oder nachts keine Smartphones genutzt werden. Wer nach Vorschlägen

zum Thema Medienerziehung sucht, findet zum Beispiel bei „klicksafe.de“ oder bei der Initiative „SCHAU HIN“ unter www.schau-hin.info entsprechende Hinweise. Dort werden auch Empfehlungen zum Thema Nutzungsdauer gegeben. Eltern sollten sich jedoch darüber im Klaren sein, dass diese Richtwerte nur der Orientierung dienen können – jedes Kind und jede Familie ist anders.

Die Botschaften erlebbar machen

Teure Kampagnen allein bringen oft nur geringe Effekte. Expert/innen sind sich deshalb einig: Gesundheitskommunikation muss mit praktischen Aktivitäten und persönlicher Ansprache verbunden werden. TEXT: DIETMAR SCHOBEL



Reine Medienkampagnen für Gesundheitsförderung bleiben an der Oberfläche. Wir müssen sie deshalb durch persönliche Ansprache und praktische Aktivitäten in Lebenswelten wie Gemeinden, Betrieben, Schulen, Kindergärten oder sozialen Einrichtungen ergänzen“, beschreibt *Klaus Ropin*, der Leiter des Fonds Gesundes Österreich (FGÖ), wesentliche Erkenntnisse aus der prakti-

schen Arbeit durch den FGÖ und dessen zahlreiche Kooperationspartner. Der moderne und nachhaltig wirksame Zugang zu Gesundheitskommunikation besteht daher darin, Gesundheitsinformationen mit konkreten Angeboten zu verbinden. Klaus Ropin: „So werden Gesundheitsbotschaften für die Menschen spürbar und erlebbar und die Umsetzung fällt leichter.“

In den großen Initiativen des FGÖ (siehe auch Artikel auf den Seiten 28 bis 31) wird Gesundheitskommunikation deshalb mit vielfältigen Möglichkeiten kombiniert, sich zu beteiligen und aktiv zu werden. So vermittelt etwa die FGÖ-Initiative „Auf gesunde Nachbarschaft!“ vor allem über digitale Medien die Bedeutung sozialer Kontakte für die Gesundheit und hat das unter anderem mit

finanzieller Unterstützung für konkrete Kleinprojekte verbunden. Das wurde von den Teilnehmenden etwa dafür genutzt, gemeinsam mit Nachbarinnen und Nachbarn ein Hoffest zu veranstalten, eine Wanderung zu unternehmen oder eine Tanzgruppe zu organisieren. Bei der bundesweiten Initiative „50 Tage Bewegung“ des FGÖ in Kooperation mit der Fit Sport Austria GmbH kann die Botschaft „Gemeinsam fit. Beweg dich mit!“ jedes Jahr im September und Oktober dank zahlreicher kostenloser Angebote von Vereinen, Gemeinden und privaten Anbietern in die Praxis umgesetzt werden



Klaus Ropin: „Medienkampagnen müssen durch persönliche Ansprache und praktische Aktivitäten ergänzt werden.“



Heidrun Thaiss: „Aktive Beteiligung ist von zentraler Bedeutung.“

– von Langsamauftreffs über Volleyball bis zu Karatekursen. Die Fit Sport Austria ist die gemeinnützige GmbH der Breitensportverbände ASKÖ, ASVÖ und SPORTUNION sowie des Verbands alpiner Vereine Österreichs.

Persönliche Gespräche haben den größten Einfluss

Diese Beispiele veranschaulichen, was im

Detail berücksichtigt werden sollte, damit Gesundheitsbotschaften wirksam werden. Doch was ist prinzipiell notwendig, um in unserer Zeit zunehmender Informationsüberflutung Aufmerksamkeit für gesundheitliche Inhalte zu schaffen? „Trotz oder gerade wegen der großen Vielfalt an unterschiedlichen Kommunikationskanälen, die heute zur Verfügung stehen, haben persönliche Gespräche und Mundpropaganda immer noch den größten Einfluss“, meint der Public Relations-Experte *Yussi Pick* von der Wiener Pick & Barth Digital Strategies GmbH. Erstes und wichtigstes strategisches Ziel von Öffentlichkeitsarbeit für Gesundheitsförderung müsse deshalb sein, jene Menschen zu erreichen, die sich bereits für ein bestimmtes Gesundheitsthema interessieren: „Diese Gruppe sollte dazu gebracht werden, mit anderen Menschen über die eigene Betroffenheit zu sprechen.“

Das sagt auch *Heidrun Thaiss*, seit 2015 Leiterin der deutschen Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA): „Öffentlichkeitsarbeit in Prävention und Gesundheitsförderung sollte die Kommunikation über klassische und digitale Medien mit persönlicher Ansprache kombinieren“, betont die deutsche Expertin. Die BZgA besteht seit über 50 Jahren und führt bundesweite groß angelegte PR-Kampagnen durch. Diese sollen Menschen auf mehreren Ebenen ansprechen und je nachdem, ob Einzelpersonen, Gruppen und Communities, ganze Settings oder die Gesellschaft insgesamt erreicht werden sollen, werden unterschiedliche mediale Kanäle ausgewählt und kombiniert – vom persönlichen Dialog über interaktive digitale Tools bis zu Massenmedien.

Messbare Erfolge

Zu den Kampagnen der BZgA zählt etwa „Gib AIDS keine Chance“, die ab 1987 über Vorbeugung gegen diese Erkrankung informiert hat. Heute hat Deutschland im europäischen Vergleich eine niedrige Rate an HIV-Neuinfektionen. Vor drei Jahren wurde diese Informationsoffensi-

ve um das Themenfeld weiterer sexuell übertragbarer Infektionen erweitert und wird seither unter dem Namen „LIEBESLEBEN“ fortgesetzt. Die BZgA-Kampagne „Alkohol? Kenn Dein Limit.“, die sich an Jugendliche und junge Erwachsene wendet, zeigt der BZgA zufolge ebenfalls Wirkung: Der Anteil der 12- bis 17-Jährigen in Deutschland, die mindestens einmal pro Woche Alkohol trinken, ist von 21,2 Prozent im Jahr 2004 auf 8,7 Prozent im Jahr 2018 gesunken.

Partizipation der jeweiligen Zielgruppe bei der Planung und Entwicklung von Maßnahmen für Prävention und Gesundheitsförderung steht bei der BZgA ebenfalls im Mittelpunkt. Bei der Umsetzung ist die Arbeit mit „Peers“ neben Info-Telefonen und interaktiven digitalen Medien eines der wesentlichen Elemente. Peers sind junge Erwachsene im Alter von 18 bis 24 Jahren, die von der BZgA speziell geschult sind, um Gleichaltrige im persönlichen Gespräch zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol zu motivieren.

Aktive Beteiligung ist zentral

Bei der Jugendkampagne „Alkohol? Kenn Dein Limit.“ sind Peers ein unverzichtbarer Bestandteil. Durch sie erhalten andere junge Menschen den Impuls, ihr eigenes Trinkverhalten kritisch zu hinterfragen und gegebenenfalls auch zu ändern. Im vergangenen Jahr führten die BZgA-Peers rund 30.000 dieser Gespräche, zum Beispiel in Innenstädten, im Freibad, am Strand, auf Festen, Konzerten oder anderen Events. „Peers sind nur ein Beispiel dafür, wie Menschen aus der jeweiligen Zielgruppe miteinbezogen werden können“, sagt Heidrun Thaiss und betont zusammenfassend: „Für den Erfolg von Öffentlichkeitsarbeit in Prävention und Gesundheitsförderung ist neben wissenschaftsbasierten Informationen und dem geeigneten Kommunikationsmedium die aktive Beteiligung der Betroffenen von der Planung bis zur Umsetzung von zentraler Bedeutung.“

Auf gesunde Nachbarschaft!

Die Initiative „Auf gesunde Nachbarschaft!“ sorgt seit 2012 in Österreich für bessere soziale Kontakte in Nachbarschaften.



ginn ging es darum, überhaupt erst einmal bewusst zu machen, dass zwischen sozialen Kontakten und der Gesundheit ein Zusammenhang besteht. Denn anders als etwa bei gesunder Bewegung oder dem Nichtrauchen ist dieser nicht allgemein bekannt. Folder und Broschüren, eine Website, eine Facebook-Seite, ein Newsletter, Give-Aways und weitere Medien wurden dafür eingesetzt. Bei einem Zitate-Wettbewerb waren die Teilnehmenden aufgefordert in einem Satz zu beschreiben, worin für sie gesunde Nachbarschaft besteht. Die besten Einfälle wurden mit Preisen belohnt. Gewonnen hat das Zitat: „Gesunde Nachbarschaft bedeutet für mich dass Miteinander, Nebeneinander und Ohneinander in guter Balance sind.“

Vertiefende Kommunikation

Gezielte Kommunikation mit Entscheidungsträger/innen in Gemeinden, etwa durch speziell für sie gestaltete Broschüren sowie Info-Stände auf dem Österreichischen Gemeindetag, haben die Öffentlichkeitsarbeit im weiteren Verlauf der Initiative vertieft. Dazu kommen innovative Online-Tools, wie etwa der Test „Welcher Typ Nachbar/in sind Sie?“ auf gesunde-nachbarschaft.at. „Gerade für ältere Menschen sind aber oft auch klassische Kommunikationsmaßnahmen wie ein Brief des Bürgermeisters oder ein Aushang im Gemeindeamt wirkungsvoll“, weiß Anna Krappinger. Auch die Bedarfserhebung zu Beginn eines Projektes sei bereits ein Instrument, um dieses bekannter zu machen. Damit ein Projekt ins Laufen kommt, seien dann persönliche Ansprache und Mundpropaganda durch Multiplikatorinnen und Multiplikatoren besonders wichtig. „Digitale Medien können im weiteren Verlauf genutzt werden, um die Kommunikation aufrecht zu erhalten“, resümiert Anna Krappinger.

Die Initiative ‚Auf gesunde Nachbarschaft!‘ hat zum Ziel, den sozialen Zusammenhalt im unmittelbaren Lebensumfeld zu stärken und damit auch die Gesundheit“, erklärt *Anna Krappinger*, die als Gesundheitsreferentin beim Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) für die erwähnte Maßnahme zur Gesundheitsförderung zuständig ist. „Auf gesunde Nachbarschaft!“ wurde im Herbst 2012 in zwei Modellregionen gestartet, dem Waldviertel und einem Stadtteil von Linz. In der zweiten Projektphase von 2014

bis 2018 haben Gesundheitsförderungs- und Sozialeinrichtungen im „Tandem“ elf Leitprojekte durchgeführt: sechs speziell für die Zielgruppe Schwangere und Familien mit Kleinkindern und fünf speziell für die Zielgruppe der älteren Menschen. Die dritte Phase läuft seit heuer und dabei werden in fünf Bundesländern sieben Projekte für ältere Menschen durchgeführt. Denn gerade im Alter kann die Mobilität geringer und die Bedeutung der sozialen Beziehungen in der unmittelbaren Wohnumgebung umso größer werden. Zudem sollen die gesundheitliche Chancengerechtigkeit und die Gesundheitskompetenz älterer Menschen durch die Projekte gestärkt werden.

Bewusstsein schaffen

„Die Maßnahmen zur Kommunikation wurden auf die unterschiedlichen Anforderungen während der drei Projektphasen abgestimmt“, erklärt *Markus Mikl*, der beim FGÖ für die Kommunikation dieser Initiative verantwortlich ist. Zu Be-



Markus Mikl:
„Die Kommunikationsmaßnahmen wurden auf die drei Projektphasen abgestimmt.“

50 Tage Bewegung

Die Initiative „50 Tage Bewegung“ regt die Menschen in ganz Österreich dazu an, für ihre Gesundheit aktiv zu werden.



Gabriele Ordo:
„Wir wenden uns an zwei Zielgruppen: Die Veranstalter von Bewegungsevents und die Teilnehmenden.“

„Bewegung wirkt. Sie hilft Menschen jeden Alters dabei, ihre Gesundheit zu erhalten oder zu verbessern“, sagt *Verena Zeuschner*, die als Gesundheitsreferentin beim FGÖ für die Initiative „50 Tage Bewegung“ zuständig ist. Diese wird vom FGÖ gemeinsam mit der Fit Sport Austria umgesetzt, einer gemeinnützigen GmbH der Breitensportverbände ASKÖ, ASVÖ und SPORTUNION sowie des Verbands alpiner Vereine Österreichs. 2018 konnten die Bürgerinnen und Bürger in ganz Österreich an rund 3.400 Bewegungsevents teilnehmen. Das Spektrum reichte

von Wandertagen und geführten Nordic Walking Touren über Klettern im Hochseilgarten bis zu Trendsportarten wie Ultimate Frisbee. Gezielte Kommunikation hat wesentlichen Anteil am Erfolg der Initiative. Sie wendet sich einerseits an die Bevölkerung insgesamt, andererseits an die Vereine, Verbände und Gemeinden, die als Veranstalter aktiv werden sollen. „Wir stellen zum Beispiel kostenlose Werbemittel zur Verfügung und verlosen unter allen engagierten Veranstaltern pro Bundesland ein professionelles Videoportrait für den Verein oder die Gemein-

de“, erklärt *Gabriele Ordo*, die beim FGÖ für die Öffentlichkeitsarbeit der Initiative verantwortlich ist. Auch für die Teilnehmenden gibt es ein Gewinnspiel. Wer zumindest einmal innerhalb der „50 Tage Bewegung“ 150 Minuten Bewegung pro Woche geschafft hat, kann dabei mitmachen. Außerdem wird die Initiative österreichweit in Printmedien beworben und durch Postings auf Social-Media-Kanälen unterstützt. Weitere Informationen sind auf www.gemeinsambewegen.at sowie www.facebook.com/gemeinsambewegen.at nachzulesen.

Foto: Klaus Rangger

50 TAGE BEWEGUNG
www.gemeinsambewegen.at

**GEMEINSAM FIT.
BEWEG DICH MIT!**

Leb' dein Leben. Ohne Rauch. YOLO!

Durch die Tabakpräventionsinitiative YOLO! sollten 10- bis 14-Jährige Nichtraucher/innen bleiben oder werden. Dabei wurde auf elektronische Medien und Kommunikation auf Augenhöhe gesetzt.



Gesundheit und Nichtrauchen sind für viele Kinder und Jugendliche Themen, die sie nicht besonders interessieren“, meint *Petra Gajar*, Gesundheitsreferentin beim Fonds Gesundes Österreich (FGÖ). Sie war beim FGÖ für die Tabakpräventionsinitiative „Leb' dein Leben. Ohne Rauch. YOLO!“ verantwortlich, die gemeinsam mit dem Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz (BMASGK) umge-

setzt wurde. Ziel war, dass 10- bis 14-Jährige erst gar nicht damit beginnen sollen zu rauchen. Das Projekt YOLO! wurde damit gestartet, Jugendliche selbst in Fokusgruppen zum Thema Rauchen zu befragen. So wurde festgestellt, was aus ihrer Sicht wichtig ist, damit sie Nichtraucher/innen bleiben oder werden. Dieser Zugang hat sich mehr als nur bewährt: Die Initiative wurde von ihrer Zielgruppe vier Jahre lang sehr gut angenommen.

YouTube und Instagram, um die Jugendlichen anzusprechen. Durch Klassenwettbewerbe wurde das Thema „Nichtrauchen“ zudem spielerisch in den Schulalltag integriert. Das Gemeinschaftserlebnis wurde durch eine Quizz-App und einen Fotowettbewerb gestärkt und die Wahl der Sieger/innen erfolgte selbstverständlich durch Votings auf Social-Media-Plattformen. Die Siegerklassen wurden in „Schall ohne Rauch-Partys“ ausgezeichnet. Lehrkräfte wurden auch über „klassische“ Kanäle wie E-Mails und Telefonate angesprochen und erhielten im Rahmen der Initiative Unterrichtsmaterialien zum Thema Nichtrauchen. Jeweils circa 13.000 Schüler/innen beteiligten sich an den Wettbewerben und Partys und etwa 24.000 Eltern wurden durch Kurzinterventionen erreicht. www.yolo.at enthält weitere Informationen und Unterlagen zu der erfolgreichen Initiative.



Petra Gajar war als Gesundheitsreferentin beim FGÖ für die Tabakpräventionsinitiative verantwortlich.

Nichtrauchen ist cool

Rauchfrei zu leben wurde mit Coolness, Spaß und Eigenverantwortung in Verbindung gebracht. Postkartensujets zeigten zum Beispiel, dass Nichtrauchen Geld spart und frischen Atem beim Küssen bringt. Doch das ist nur ein kleiner Ausschnitt aus der umfassenden Kommunikationsstrategie. Diese setzte ausschließlich auf elektronische Medien wie Facebook,

Die neue Initiative

Durch eine aktuelle Initiative des Fonds Gesundes Österreich sollen die Ernährungsweisen von Kindern zwischen vier und zehn Jahren verbessert werden.



Nicht weniger als circa 30 Prozent der acht- und neunjährigen Buben in Österreich sind übergewichtig oder adipös. Dasselbe trifft auch auf einen hohen Anteil der gleichaltrigen Mädchen zu. In den östlichen Bundesländern überschreiten circa 29 Prozent das Normalgewicht, in den westlichen circa 21 Prozent. Das zeigt der Bericht der Childhood Obesity Surveillance Initiative für Österreich aus dem Jahr 2017. Dieser ungünstige Trend mit Folgen wie Diabetes, Bluthochdruck und Herz-Kreislauferkrankungen setzt sich im Erwachsenenalter fort. Deshalb soll so früh wie möglich mit Maßnahmen begonnen werden, die langfristig ein gesundes Körpergewicht fördern und ernährungsassoziierte Erkrankungen zurückdrängen. Ebendies ist das Anliegen der Initiative „Kinder essen gesund“.



Bestehende Aktivitäten bündeln

„Die Ernährungsweisen von Kindern sollen verbessert und die Ernährungskompetenz sowohl von Kindern, als auch von Eltern und Pädagog/innen gestärkt werden“, erklärt *Rita Kichler*, die als Gesundheitsreferentin beim Fonds Gesundes Österreich für „Kinder essen gesund“ zuständig ist. Die Maßnahme zur Gesundheitsförderung wurde heuer gestartet und hat Kinder zwischen vier und zehn Jahren und deren Bezugspersonen als Zielgruppe, da jüngere Kinder bereits über die bundesweite Initiative „Richtig essen von Anfang an“ gut erreicht werden. Ein Ziel von „Kinder essen gesund“ ist, die bestehenden Aktivitäten für gesunde Ernährung für Kindergarten- und Schulkinder auf lokaler und regionaler Ebene zu bündeln und zu ver-

stärken. Dafür sollen unter anderem jene qualitätsgeprüften Materialien – wie Leitfäden und Handbücher – gesammelt werden, die schon vorhanden sind. Auf einer eigenen Website sollen sie dann in Form einer Toolbox allgemein zugänglich gemacht werden. Zudem sollen Kurzfilme das Bewusstsein für die große Bedeutung ausgewogener Ernährung für Kinder erhöhen.

Praktische Erfahrungen durch neue Projekte

Nicht zuletzt sollen durch zwei vom FGÖ geförderte Projekte neue praktische Erfahrungen gemacht werden, wie die Ernährung von Kindern im Setting Volksschule verbessert werden kann. Dabei soll auf dem Know-how aus bewährten vom FGÖ geförderten Projekten aufgebaut werden,

die etwa erfolgreich Wassertrinken sowie Obst und Gemüse an Schulen gebracht oder die Gemeinschaftsverpflegung für Schulkinder verbessert haben. Anträge für die beiden neuen Projekte können bis 22. August 2019 beim FGÖ eingereicht werden. Unter fgoe.org/einreichtermine_und_projekte-calls sind nähere Informationen dazu nachzulesen.



Rita Kichler ist als Gesundheitsreferentin beim FGÖ für die Initiative „Kinder essen gesund“ zuständig.

Wissen in die Praxis bringen

Herwig Ostermann, der Geschäftsführer der Gesundheit Österreich GmbH, über den Dialog zwischen Wissenschaft und Politik und weshalb mehr Gesundheit der Bevölkerung ressortübergreifender Kooperation bedarf.

GESUNDES ÖSTERREICH

Herr Geschäftsführer Ostermann, was wissen wir darüber, was uns gesund erhält?

Herwig Ostermann: Es gibt relativ viele wissenschaftlich belegte Erkenntnisse dazu, welcher Lebensstil gesund ist und welche Umwelteinflüsse unserer Gesundheit schaden. Es ist klar, dass wir die Lebensverhältnisse so gestalten sollten, dass sie die Gesundheit fördern und es möglichst einfach ist, sich gesund zu verhalten. Beispiele dafür gibt es viele: Frühe Hilfen für junge Eltern in schwierigen Lebenssituationen, Schulbuffets mit gesunden Snacks, Betriebliche Gesundheitsförderung und Verbesserung des sozialen Zusammenhalts in der Nachbarschaft – vor allem zur Förderung der Gesundheit älterer Menschen. Und wenn wir Städte so bauen und planen, dass die Kinder nicht mit dem Auto zur Schule gebracht werden (müssen), dann haben wir schon viel gewonnen.

GESUNDES ÖSTERREICH

In der Medizin wird durch kontrollierte, randomisierte und doppelblinde Studien wissenschaftliche Evidenz für die Wirkung von Therapien geschaffen. Ist das in ähnlicher Weise für Gesundheitsförderung überhaupt möglich und notwendig?

Evidenz kann auf unterschiedlichen Wegen zustande kommen. Sie wird auch in der Medizin nicht immer durch kontrollierte Studien geschaffen, sondern indem gezeigt wird, was sich bei der Anwendung bewährt hat. Maßnahmen zur Gesundheitsförderung sollten ebenfalls



„Wir sind auf einem guten Weg.“

HERWIG OSTERMANN,
GESCHÄFTSFÜHRER DER
GESUNDHEIT ÖSTERREICH GMBH

seriös dokumentiert und evaluiert werden. Weiters sollten wir Prioritäten setzen und uns ansehen, wo mit den begrenzten Mitteln, die zur Verfügung stehen, der größte Nutzen erzielt werden kann. Das bedeutet, sich nach Themen, Regionen und Zielgruppen die Frage zu stellen, wofür, wo und bei wem der größte Bedarf besteht.

GESUNDES ÖSTERREICH

Wie gelingt es am besten, wissenschaftliche Erkenntnisse so an Entscheidungsträger/innen zu vermitteln, dass sie auch in die Praxis umgesetzt werden?

Der Dialog zwischen Wissenschaft und Politik ist nicht einfach. Wissenschaftler streben häufig danach, in ihren Arbeiten möglichst klare und eindeutige Ergebnisse für einen oftmals sehr eingeschränkten Lösungsraum zu erzielen. Politiker benötigen Spielraum für ihre Entscheidungen im gesellschaftlichen Kontext. Gegenseitiger Respekt ist die Voraussetzung, um das gegenseitige Verständnis zu verbessern. Auf Seiten der Wissenschaft wäre es oft auch notwendig, den Elfenbeinturm zu verlassen und die Ergebnisse

wissenschaftlicher Arbeiten besser auf den Punkt zu bringen, sodass sich daraus konkrete Empfehlungen für die Entscheidungsträger/innen ableiten lassen. Das heißt aber auch, ein Stück weit gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.

GESUNDES ÖSTERREICH

Entscheidungen, die der Bevölkerung mehr Gesundheit bringen sollen, setzen oft die Zusammenarbeit mehrerer Ressorts voraus. Wo steht Österreich bei der intersektoralen Kooperation für Gesundheitsförderung?

Der 2012 vom Gesundheitsministerium gestartete Prozess, zehn Gesundheitsziele für Österreich zu entwickeln, hat viel in Gang gesetzt. Im Speziellen wurden auch viele Kooperationen zwischen einzelnen Ressorts wie Soziales, Bildung, Umwelt, Infrastruktur und Gesundheit angeregt. Wir sind auf einem guten Weg und unsere Systeme entwickeln sich weiter. Wichtig ist, dass der Gesundheitssektor dabei nicht versuchen sollte, das Ziel Gesundheit über alle anderen zu stellen.

Gut informiert entscheiden

Gabriele Soyel, die Leiterin von Österreichs Gesundheitsportal gesundheit.gv.at, im Interview über gute Gesundheitsinformationen als Grundlage für „gesunde“ Entscheidungen.

GESUNDES ÖSTERREICH

Frau Soyel, was ist gute Gesundheitsinformation?

Gabriele Soyel: Gute Gesundheitsinformation soll unabhängig, verständlich, transparent und evidenzbasiert sein – also auf Fakten beruhen, die durch wissenschaftliche Studien belegt sind. Für Österreichs öffentliches Gesundheitsportal gesundheit.gv.at nutzen wir deshalb die besten verfügbaren Quellen, wie etwa Leitlinien von medizinischen Fachgesellschaften, und geben den jeweils aktuellsten Stand der medizinischen Forschung wieder. Das soll in einer einfachen Sprache geschehen, weshalb wir Fachbegriffe leicht verständlich erklären. Auf unserer Website werden die Methoden und strengen Qualitätskriterien für unsere Arbeit im Einzelnen genau erklärt. Für die User muss nachvollziehbar sein, wie die Inhalte entstanden sind. Vor allem ist mir auch sehr wichtig, dass gute Gesundheitsinformation im Alltag Nutzen bringt und anwendbar sein muss.

GESUNDES ÖSTERREICH

Was heißt das in der Praxis?

Österreichs öffentliches Gesundheitsportal soll Servicecharakter haben. Deshalb beschreiben wir zum Beispiel nicht nur, was gesunde Ernährung ausmacht, sondern bieten auch gesunde Rezepte an, die ohne großen Aufwand beim Einkaufen und Kochen gelingen. Daten und Fakten zu Krankheiten verbinden wir mit Tipps, was man tun und an wen man sich wenden kann, falls man tatsächlich davon betroffen sein sollte. Außerdem informieren wir im Bereich „Diagnose & Labor“

über einzelne Untersuchungen, deren Ablauf und vorbereitende Maßnahmen dazu und geben Erklärungen zu den Ergebnissen von Laborbefunden.

GESUNDES ÖSTERREICH

Ist Gesundheitsförderung ein Inhalt, der bei den Nutzerinnen und Nutzern von gesundheit.gv.at Interesse weckt?

Gesundheitsförderung ist sogar unser Topthema. Die aktuellste Auswertung unserer Userzahlen zeigt, dass es 2018 rund 3,8 Millionen Zugriffe auf den Bereich „Gesund leben“ gab. Innerhalb dieser Rubrik wurde das Thema „Ernährung“ mit Abstand am häufigsten aufgerufen, gefolgt von den Themen „Gesundheitsvorsorge“ und „Eltern und Kind“. Der Bereich „Krankheiten“ erzielte im Vergleich dazu rund 3,3 Millionen Zugriffe und „Diagnose und Labor“ rund 3,2 Millionen. Wir freuen uns auch sehr, dass die Gesamtzahl unserer User seit dem Start 2010 kontinuierlich gestiegen ist: von rund 140.000 im ersten Jahr auf rund 6,5 Millionen 2018.

GESUNDES ÖSTERREICH

Was ist die wichtigste Funktion von Österreichs öffentlichem Gesundheitsportal?

Wir wollen die Gesundheitskompetenz der Bürgerinnen und Bürger stärken und bieten dafür unabhängige, qualitätsgesicherte und serviceorientierte Informationen zu allen wichtigen Gesundheitsthemen an. Diese können auch eine Grundlage dafür sein, für sich und sein Leben leichter „gesunde“ Entscheidungen

treffen zu können und somit zu mehr Gesundheit der Menschen in Österreich beitragen.



„Gute Gesundheitsinformation soll unabhängig, verständlich, transparent und evidenzbasiert sein.“

GABRIELE SOYEL,
CHEFREDAKTEURIN VON GESUNDHEIT.GV.AT

ZUR PERSON

Gabriele Soyel war Chefin vom Dienst der medizinischen Wochenzeitung „Ärzte Woche“ sowie von „News Leben“ und Chefredakteurin von „Netdoktor.at“. Ab 2009 hat sie die Aufgabe übernommen www.gesundheit.gv.at, Österreichs öffentliches Gesundheitsportal aufzubauen, dessen Chefredakteurin sie seit damals ist.

Es gibt keine gesundheitsfernen Schichten

Sozio-ökonomisch Benachteiligte haben schlechtere Gesundheitschancen. Beteiligung der Betroffenen und echtes Interesse sind die Voraussetzung, um diese Zielgruppe durch Gesundheitsförderung besser zu erreichen.

TEXT: DIETMAR SCHOBEL

14,3 Prozent der österreichischen Bevölkerung oder rund 1,240.000 Menschen sind armutsgefährdet. Weitere 2,8 Prozent oder 243.000 Menschen leben in „manifeste Armut“. Sie können sich wesentliche Güter des alltäglichen Lebens wie eine Waschmaschine oder ein Handy nicht leisten. Sie können ihre Wohnung nicht angemessen warm halten oder haben kein Geld für unerwartete Reparaturen. Eine Sonderauswertung der EU-Sozialstudie SILC (Community Statistics on Income and Living Conditions) durch die Statistik Austria hat Anfang des Jahres gezeigt, dass armutsgefährdete Männer um vier Jahre früher sterben. Bei Frauen sinkt die Lebenserwartung im Vergleich

zum Durchschnitt der weiblichen Bevölkerung um eineinhalb Jahre. Und bei manifest armen Frauen verkürzt sich die Lebenszeit um vier, bei manifest armen Männern um elf Jahre.

Dass sozio-ökonomisch benachteiligte Menschen eine geringere Lebenserwartung haben, ist Fachleuten längst bekannt und ebenso, dass sie oft in Verhältnissen leben müssen, die krank machen, wie etwa in schimmigen Wohnungen. Zudem weisen sie im Durchschnitt ein ungünstigeres Gesundheitsverhalten auf – sind also zum Beispiel seltener körperlich aktiv, verzehren weniger Obst und Gemüse und rauchen häufiger. Gleichzeitig ist auch belegt, dass gerade diese Gruppe kaum durch gesundheitsförderliche Angebote erreicht wird, denn diese werden vor allem von Angehörigen besser gestellter sozialer Schichten vergleichsweise häufig genutzt. Wo sollte also am besten angesetzt werden, damit Gesundheitsförderung jene erreicht, die am meisten davon profitieren könnten?

Kein Naturgesetz

„Es ist kein Naturgesetz, dass gerade armutsgefährdete und manifest arme Menschen nur schwer in gesundheitsförderliche Maßnahmen miteinbezogen werden können“, betont *Martin Schenk*, Sozialexperte, stellvertretender Direktor der Dia-

konie Österreich und Mitbegründer der Armutskonferenz. Die Voraussetzung, um sozio-ökonomisch benachteiligte Menschen besser miteinzubeziehen sei, sich tatsächlich auf ihren Alltag einzulassen und sie in ihrer Lebenswelt anzusprechen. Martin Schenk: „Wir müssen dort sein, wo Menschen leben, lieben, wohnen und arbeiten. Wenn man die Funktion von Verhalten in den jeweiligen sozialen Verhältnissen versteht, dann kann Gesundheitsförderung wirken.“

„Es mag zutreffend sein, dass sozial benachteiligte Menschen schwieriger für gesundheitsförderliche Aktivitäten zu gewinnen sind, weil sie in ihrem Leben schon viele Enttäuschungen erlebt haben. Doch es ist nicht so, dass sie sich prinzipiell weniger für ihre Gesundheit interessieren würden, denn es gibt keine ‚gesundheitsfernen Schichten‘“, sagt auch *Stefan Bräunling* von der Arbeitsgemeinschaft für Gesundheitsförderung Gesundheit Berlin-Brandenburg, der Koordinator des Kooperationsverbundes Gesundheitliche Chancengleichheit in Deutschland. Um diese Zielgruppe zu erreichen, sei es deshalb notwendig dorthin zu gehen, wo sich diese aufhalte, zum Beispiel in Stadtteilzentren, Familienzentren und Frauenzentren oder in Jobcenter, um Arbeitslosen gesundheitsförderliche Maßnahmen vorzustellen. Außerdem müssten vielfälti-



Martin Schenk: „Es ist kein Naturgesetz, dass arme Menschen nur schwer in gesundheitsförderliche Maßnahmen miteinbezogen werden können.“



ge Wege der Ansprache genutzt werden, denn ein Flyer oder ein Plakat allein reiche nicht aus. Stefan Bräunling: „Wir müssen uns auch persönlich an die Betroffenen wenden und Peers, also Angehörige der Zielgruppe, sollten bei der Planung und Umsetzung der gesundheitsförderlichen Maßnahmen mitwirken.“

Simone Meidl ist bei AVOS Prävention und Gesundheitsförderung Salzburg für Gesundheitsförderung für sozioökonomisch benachteiligte Menschen zuständig. Sie arbeitet derzeit an einem Projekt zur Gesundheitsförderung für die Insassen der Justizanstalt Salzburg Puch und hat unter anderem bei dem vom Fonds Gesundes Österreich geförderten Projekt „Gesundheit für alle“ zahlreiche Erfahrungen mit gesundheitsförderlichen Maßnahmen für Langzeitarbeitslose, Menschen mit Migrationshintergrund, Flüchtlinge, Obdachlose und chronisch seelisch Erkrankte gesammelt. Außerdem führt AVOS speziell in jenen Stadtteilen von Salzburg gesundheitsförderliche Maßnahmen durch, in denen der Anteil sozio-ökonomisch benachteiligter Bewohner/innen relativ hoch ist, wie etwa Lehen oder Salz-

burg Süd. Die Angebote bei dem Projekt „Gesunde Stadtteile“ werden gemeinsam mit den Kooperationspartnern vor Ort, meist Bewohnerservicestellen, konzipiert. Sie reichen von Sessलगymnastik über Qi Gong und Kreativtrainings bis zu Workshops zu Themen der Gesundheitsförderung.

Ehrliches Interesse ist am wichtigsten

„Die Vernetzung mit sozialen Einrichtungen und deren Mitarbeitenden ist eine gute Basis, um Gesundheitsförderung zu sozial Benachteiligten zu bringen“, be-

richtet Simone Meidl aus ihrer Arbeit und ergänzt, dass AVOS Salzburg dafür unter anderem mit dem Bewährungshilfe-Verein NEUSTART, dem Diakoniewerk, der Caritas und pro mente, der Hilfsorganisation für psychisch Kranke kooperiere. Am wichtigsten sei es jedoch, mit den Betroffenen persönlich zu sprechen, sie nach ihren Bedürfnissen zu fragen und ihnen auf Augenhöhe zu begegnen, betont die Fachfrau aus Salzburg: „Ehrliches Interesse an anderen Lebenswelten ist die wichtigste Voraussetzung bei der Arbeit zur Gesundheitsförderung für sozial benachteiligte Menschen.“

Ungleichheit wird durch den „Digital Gap“ verstärkt

Wer sich über das Web zu Gesundheitsthemen informiert, fühlt sich wissenschaftlichen Studien zufolge auch bei seinen gesundheitsbezogenen Entscheidungen sicherer und selbstwirksamer und erlebt Gespräche mit der Ärztin oder dem Arzt als zielführender. Gleichzeitig ist bekannt, dass nur 75 Prozent der Menschen mit niedrigem Bildungs- und Einkommensniveau online zu Gesundheitsthemen recherchieren. Unter Menschen mit hohem

Bildungs- und Einkommensniveau ist dieser Anteil mit 87 Prozent wesentlich höher. „Daher ist davon auszugehen, dass dieser ‚Digital Gap‘ die bereits bestehende gesundheitliche Ungleichheit zwischen ärmeren und reicheren Schichten der Bevölkerung weiter vergrößert“, meint *Christoph Dockweiler*, der Leiter des Centre for ePublic Health Research der School of Public Health der Universität Bielefeld in Deutschland.

Gesunde Arbeit hat Zukunft

Der rasche Wandel der Arbeitswelt durch neue Technologien beeinflusst auch, wo und wie wir arbeiten, kommunizieren und kooperieren. Das stellt die Betriebliche Gesundheitsförderung vor neue Herausforderungen. TEXT: DIETMAR SCHOBEL

Wir leben in einer Zeit raschen Wandels. Globalisierung, Digitalisierung und der demografische Wandel verändern unser Leben und unsere Arbeitsbedingungen. Der aktuelle „Beschäftigungsausblick 2019“ der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) befasst sich deshalb damit, wie die „Zukunft der Arbeit“ aussehen könnte. Er geht davon aus, dass in den OECD-Ländern „in den nächsten 15 bis 20 Jahren 14 Prozent der aktuellen Arbeitsplätze aufgrund von Automatisierung verschwinden werden. Weitere 32 Prozent dürften sich radikal verändern“. Für Österreich wird angenommen, dass rund 17 Prozent der Arbeitsplätze wegfallen werden, und rund 30 Prozent werden sich voraussichtlich wesentlich verändern.

Das rufe verständlicherweise „Zukunftsjüngste“ hervor, heißt es in dem OECD-Dokument, in dem andererseits vor allem auch die Chancen betont werden, die sich durch Roboter, künstliche Intelligenz und andere neue Technologien ergeben könnten. Langweilige oder gefährliche Tätigkeiten würden automatisiert, Gesundheits- und Sicherheitsrisiken verringert und die Produktivität gesteigert. Wo alte Arbeitsplätze nicht mehr benö-

tigt würden, könnten neue entstehen. Inwieweit diese Potenziale genutzt würden und die Zukunft der Arbeit zum Wohle aller gestaltet werde, hänge „zu einem großen Teil von den Politikentscheidungen der Länder ab“, meint *Angel Gurría*, der Generalsekretär der OECD.

Neue Herausforderungen

Was bedeuten diese Entwicklungen für die Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF)? „Die Veränderungen der Arbeitswelt bringen auch für die Betriebliche Gesundheitsförderung große neue Herausforderungen mit sich“, sagt der Organisationsberater *Christian Scharinger*. Um diesen gerecht zu werden, müsse die BGF selbst verstärkt digitalisiert werden und ihre Inhalte zum Beispiel auch über Apps oder Handy- und Computerspiele vermitteln. Nur so könnten auch jüngere Zielgruppen erreicht werden, meint der BGF-Experte und ergänzt: „Gleichzeitig wird persönliche Kommunikation nach wie vor hohen Stellenwert haben und die standardisierte Vorgangsweise der BGF sollte beibehalten werden – von der Ist-Analyse über Planung und Umsetzung bis zur Auswertung von Projekten.“ Von zentraler Bedeutung sei es auch, die so genannte „vierte industrielle Re-

20

vom FGÖ geförderte Projekte befassen sich heuer damit, wie die **Arbeitswelt 4.0** durch Betriebliche Gesundheitsförderung möglichst gesund gestaltet werden kann.

volution“ oder auch „Arbeit 4.0“ nicht allein auf deren technische Aspekte zu reduzieren. „Die technologischen Veränderungen wirken sich unter anderem auch darauf aus, wie die Arbeitsabläufe und die Kooperation in Teams organisiert sind und an welchen Orten und in welcher Umgebung wir arbeiten“, erklärt *Christian Scharinger* und betont: „Heute können wir jederzeit und überall arbeiten und dadurch können die Grenzen zwischen Beruf und Privatleben verschwimmen. Das macht es in vielen Fällen notwendig, diese ständig neu zu definieren und zu verhandeln.“

Unterschiede nach Branchen

Zu den Sektoren mit einer hohen Wahrscheinlichkeit für den Abbau von Arbeits-

plätzen zählen laut dem OECD-Bericht vor allem das verarbeitende Gewerbe und viele Dienstleistungsbranchen, wie etwa Banken und Versicherungen. Im Gesundheits- und Bildungswesen und dem öffentlichen Sektor sei die Tendenz zu Automatisierungen hingegen relativ gering. Als gesichert gilt, dass lebenslanges Lernen in Zukunft noch höhere Bedeutung bekommen wird. Denn neue Qualifikationen werden nicht nur notwendig sein, um neue Berufe ausüben zu können, sondern auch um veränderten Anforderungen im angestammten Beruf gerecht zu werden. Die OECD-Expert/innen fordern deshalb, dass Weiterbildungsangebote künftig besser auf jene benachteiligten Gruppen ausgerichtet werden sollen, die bislang einen relativ schlechten Zugang dazu haben. Das sind vor allem gering qualifizierte, Selbständige sowie generell die Beschäftigten aus den Branchen mit hohem Automatisierungsrisiko. So hätten etwa gering qualifizierte Arbeitskräfte den höchsten Bedarf an Weiterbildung, da ihre Arbeitsplätze am stärksten bedroht sind. Sie nehmen aber nur zur rund 20 Prozent an Weiterbildungsmaßnahmen teil. Bei hoch qualifizierten Arbeitskräften beträgt dieser Anteil hingegen rund 60 Prozent. Laut der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung seien zukünftig zudem neue Formen des sozialen Schutzes notwendig, denn die wachsende Gruppe der so genannten „atypisch Beschäftigten“ verfüge im Vergleich zu unbefristet Angestellten in zu geringem Maße darüber. Neben Selbständigen gehören ihr auch Teilzeitkräfte an und so genannte „Plattformarbeiter/innen“, deren Arbeitskraft von Unternehmen befristet genutzt wird, um Auftragsspitzen abzudecken.

Ein ressortübergreifender Ansatz ist notwendig

Wie die tief greifenden Veränderungen der Arbeitswelt durch Digitalisierung und Automatisierung sozial verträglich und damit auch gesundheitsförderlich erfolgen können, ist also mit vielfältigen Fragen und Aspekten verbunden, die einen



ressortübergreifenden Ansatz notwendig machen. Was das ganz konkret für BGF in einzelnen Unternehmen bedeutet, soll im Rahmen eines „Projektcalls“ des Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) festgestellt werden. Bei diesem hat der FGÖ im Vorjahr Unternehmen dazu aufgefordert, Projekte zum Thema „Betriebliche Gesundheitsförderung in der Arbeitswelt 4.0“ einzureichen. 20 Projekte werden nun für die Umsetzung 2019 gefördert. „Die Veränderungen der Arbeitswelt durch digitale Technologien machen große neue Ressourcen verfügbar, können aber auch zu neuen Belastungen führen. Wie Erstere gefördert werden und wie sich Letztere gezielt reduzieren lassen – insbesondere bei benachteiligten Zielgruppen –, soll heuer im Rahmen der vom

FGÖ geförderten Projekte erprobt und festgestellt werden“, erklärt *Gert Lang*, Referent für BGF beim Fonds Gesundes Österreich. Das Spektrum der Branchen, die vom FGÖ geförderte Projekte für BGF in der Arbeitswelt 4.0 durchführen, reicht von mobiler Pflege und Kinderbetreuung über Forschungs- und IT-Firmen bis zu einem Erzeuger von Fenstern und Türen und einem großen Reinigungsunternehmen. Die wichtigsten praktischen Erkenntnisse werden in Form eines Handbuchs zusammengefasst werden. „BGF in der Arbeitswelt 4.0“ ist zudem auch 2019 ein Schwerpunkt der Projektförderung durch den FGÖ. Weitere Informationen dazu sind unter fgoe.org/Foerderschwerpunkt_BGF_in_der_Arbeitswelt_4_0 nachzulesen.



„Die Veränderungen der Arbeitswelt bringen auch für die Betriebliche Gesundheitsförderung große neue Herausforderungen mit sich.“

CHRISTIAN SCHARINGER, ORGANISATIONSBERATER

Wir können nicht mehr offline gehen

Der Neurobiologe, Mediziner und Experte für Betriebliches Gesundheitsmanagement Bernd Hufnagl, über die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Arbeitswelt.

GESUNDES ÖSTERREICH Herr Doktor Hufnagl, wie wirkt sich die Digitalisierung auf Unternehmen und deren Mitarbeitende aus?

Bernd Hufnagl: Die Digitalisierung hat vielfältige Auswirkungen. Allgemein lässt sich sagen, dass sie die Kommunikations- und Arbeitsprozesse beschleunigt. Auf individueller Ebene führt sie dazu, dass wir immer oberflächlicher, ungeduldiger und gestresster werden. Heute ist es möglich, jederzeit und überall zu arbeiten. Viele Menschen tun das auch, schreiben ihre Überstunden schon gar nicht mehr auf und beuten sich selbst aus. Gleichzeitig nimmt unsere Fähigkeit ab, eine Auszeit zu nehmen. Wir können gewissermaßen auch dann nicht mehr offline gehen, wenn der Computer und das Smartphone einmal ausgeschaltet sind.

GESUNDES ÖSTERREICH Was sind die Folgen?

Wer nicht abschalten kann, kann sich

nicht ausreichend erholen, und wir haben uns offenbar schon so stark an das ewige Tun und den Zwang zur Selbstoptimierung gewöhnt, dass das auf immer mehr Menschen zutrifft. Aus der Hirnforschung wissen wir jedoch, dass es für uns notwendig ist, uns auch manchmal zu langweilen oder Tagträumen nachzuhängen. Das Hirn befindet sich dann im so genannten „Default Mode“, dem Ruhezustand. Dieser ist die Voraussetzung für kreative Prozesse und dafür, Abstand zu gewinnen und uns selbst aus einer Außenperspektive zu betrachten. Wir können uns dann zum Beispiel die Frage stellen: „Was mache ich da eigentlich und welchen Sinn hat das?“. – Die Digitalisierung ist in dieser Hinsicht Gift für uns, und die Rate psychischer Erkrankungen hat in den vergangenen Jahren zugenommen. Nach meiner Einschätzung steht das in einem Zusammenhang mit der Digitalisierung und der damit verbundenen Beschleunigung unseres Alltags, sowohl im Berufsleben, als auch im Privaten.

GESUNDES ÖSTERREICH Welche Gegenstrategien bietet betriebliches Gesundheitsmanagement?

Auf der Ebene des Systems geht es zum Beispiel darum, dass Teams Spielregeln erarbeiten, wie sie digital und persönlich miteinander kommunizieren. Es kann also etwa vereinbart werden, sich nicht ständig gegenseitig bei der Arbeit zu unterbrechen. Oder es kann in einem Unternehmen entschieden werden, eine handyfreie Mittagspause einzuführen. Auf individueller Ebene wollen wir dem Einzelnen seine Eigenverantwortung bewusst machen und seine Selbstwirksamkeitserwartung fördern. Damit wird beschrieben, inwieweit jemand davon überzeugt ist, auch schwierige Situationen und Herausforderungen aus eigener Kraft erfolgreich bewältigen zu können.

GESUNDES ÖSTERREICH Ist das Ziel, die Selbstwirksamkeitserwartung verbessern zu wollen, nicht zu hoch gesteckt?

Überhaupt nicht. Wenn sich Menschen als Betroffene erleben, dann sind sie auch offen dafür, das durch besseres Selbstmanagement zu verbessern. Das kann zum Beispiel bedeuten, für sich selbst festzulegen, wann und wie oft E-Mails aufgerufen und bearbeitet werden. Oder es kann jemand beschließen, die Benachrichtigungen über neue Nachrichten für alle digitalen Endgeräte abzuschalten. Die Notwendigkeit alles sofort erledigen und beantworten zu müssen, wird oft weit überschätzt.



„Viele können nicht mehr offline gehen – selbst wenn Computer und Smartphone einmal ausgeschaltet sind.“

BERND HUFNAGL, NEUROBIOLOGE, MEDIZINER UND EXPORTE FÜR BETRIEBLICHES GESUNDHEITSMANAGEMENT

Das Internet ist keine Konkurrenz

Eine große Studie in Deutschland zeigt, warum Menschen eine Selbsthilfegruppe besuchen und welche positiven Wirkungen das hat. Sie belegt auch, dass die Mitgliederzahlen trotz Internet konstant bleiben oder steigen. **TEXT: DIETMAR SCHOBEL**

In Deutschland gibt es rund 300 Selbsthilfekontaktstellen und rund 100.000 Selbsthilfegruppen. Eine groß angelegte Studie hat sich zwischen 2012 und 2018 damit befasst, was die Menschen bewegt, eine Selbsthilfegruppe zu besuchen und was andere mit derselben Erkrankung davon abhält. Die Wirkung, die Angebote und die Aufgaben von Selbsthilfegruppen wurden ebenfalls erforscht.

„Typische Mitglieder“ von Selbsthilfegruppen sind laut der Erhebung mit 5.000 Befragten sozial engagiert und offen und sie gehen davon aus, etwas für ihre Gesundheit tun zu können – auch oder gerade, wenn diese schon eingeschränkt ist. Häufige Motive keine Selbsthilfegruppe aufzusuchen sind etwa: „Ich habe genug andere Menschen zum Reden“ oder: „Ich würde mich in einer Selbsthilfegruppe unwohl fühlen“.

Gemeinschaft und mehr Wissen

Die Wirkung von Selbsthilfegruppen geht freilich weit über die regelmäßigen Treffen hinaus. Gemeinschaft, gegenseitiges Verständnis, mehr Wissen über Patientenrechte und die jeweilige Krankheit sowie bessere Möglichkeiten damit umzugehen sind nur einige der zahlreichen Effekte. Auch das hat die Studie „SelbstHILfe in Deutschland“ oder kurz „SHILD“ ergeben. Sämtliche Fragen dafür wurden von den Forscher/innen gemeinsam mit Vertreter/innen der Selbsthilfe erarbeitet.



Durch die Beteiligungsverordnung von 2004 haben Patient/innen in Deutschland mehr Rechte bekommen. „Das ist natürlich grundsätzlich sehr positiv, erfordert aber auch die Teilnahme an zahlreichen Gremien und stellt die Leiter von Selbsthilfeorganisationen vor neue, arbeitsintensive Aufgaben, die viel Energie kosten“, sagt *Christopher Kofahl*, stellvertretender Direktor des Instituts für Medizinische Soziologie am Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf und Leiter der SHILD-Studie, über die im Internet unter www.uke.de/shild informiert wird. Er fordert: „Die Selbsthilfe sollte deshalb entsprechende Ressourcen zur Verfügung gestellt bekommen.“

Kein Mitgliederschwund

Die Neuen Medien haben wie in der Gesellschaft insgesamt natürlich auch in der Selbsthilfe wachsende Bedeutung. 98 Prozent der Selbsthilfeorganisationen haben zumindest eine eigene Webseite und rund die Hälfte macht interaktive Angebote – zum Beispiel durch Online-Foren oder Chatrooms. Ist die elektronische Kommunikation eine Ergänzung oder eine Konkurrenz zu persönli-

chen Selbsthilfe-Treffen? „Das wurde in der SHILD-Studie nicht direkt erforscht. Doch wir haben herausgefunden, dass die Mitgliederzahlen in den vergangenen Jahren jedenfalls nicht zurückgegangen sind“, sagt Christopher Kofahl.

Nur eine von zehn Selbsthilfegruppen berichtete, dass die Mitgliederzahl in den vergangenen zwei Jahren gesunken sein. Bei drei von zehn ist sie konstant geblieben und bei sechs von zehn Selbsthilfegruppen sogar gestiegen. Die Altersstruktur hat sich jedoch stark verändert. „Im Vergleich zum Stand vor zehn Jahren hat sich das Durchschnittsalter der Mitglieder von Selbsthilfegruppen um fünf Jahre erhöht“, sagt Christopher Kofahl.



Christopher Kofahl: „Das Durchschnittsalter der Mitglieder von Selbsthilfegruppen hat sich in den vergangenen zehn Jahren um fünf Jahre erhöht.“



REGIONALE ADRESSEN AUF EINEN BLICK

BURGENLAND

Burgenländischer Landesverband der Selbsthilfegruppen

c/o Technologiezentrum
Eisenstadt Haus TechLab
Thomas A. Edison Straße 2
7000 Eisenstadt
Tel. 0664/864 03 51
(Obmann Johann Wutzlhofer)
office@selbsthilfe-bgld.at
www.selbsthilfe-bgld.at

KÄRNTEN

Selbsthilfe Kärnten – Dachverband für Selbsthilfeorganisationen im Sozial- und Gesundheitsbereich, Behindertenverbände bzw. -organisationen

Kempfstraße 23/3. Stock
Postfach 27
9021 Klagenfurt
Tel. 0463/50 48 71
office@selbsthilfe-kaernten.at
www.selbsthilfe-kaernten.at

NIEDERÖSTERREICH

Selbsthilfe Niederösterreich – Dachverband der NÖ Selbsthilfegruppen

Tor zum Landhaus
Wiener Straße 54 /
Stiege A / 2. Stock
3100 St. Pölten, Postfach 26
Tel. 02742/226 44
info@selbsthilfenoe.at
www.selbsthilfenoe.at

ÖBERÖSTERREICH

Selbsthilfe OÖ – Dachverband der Selbsthilfegruppen

Garnisonstraße 1a/2. Stock
PF 61, 4021 Linz
Tel. 0732/797 666
office@selbsthilfe-ooe.at
www.selbsthilfe-ooe.at

Selbsthilfegruppen-Kontaktstelle der Stadt Wels

Dragonerstraße 22, 4600 Wels
Tel. 07242/235 1749
sf@wels.gv.at
www.wels.gv.at
im Bereich
„Lebensbereiche“ unter >
„Leben in Wels“ >
„Soziales“ > „Sozialangebote“ >
„Sozialpsychisches
Kompetenzzentrum“ >
„Beratungsangebote“ >
„Selbsthilfegruppe-Kontaktstelle“

SALZBURG

Selbsthilfe Salzburg – Dachverband der Salzburger Selbsthilfegruppen

Im Hause der SGKK /
Ebene 01 / Zimmer 128
Engelbert-Weiß-Weg 10
5021 Salzburg
Tel. 0662/88 89-1800
selbsthilfe@salzburg.co.at
www.selbsthilfe-salzburg.at

STEIERMARKE

Selbsthilfe Steiermark

Lauzilgasse 25/3
8020 Graz
Tel. 050/7900 5910
oder 0664/8000 6 4015
office@selbsthilfe-stmk.at
www.selbsthilfe-stmk.at

TIROL

Selbsthilfe Tirol – Dachverband der Tiroler Selbsthilfevereine und -gruppen im Gesundheits- und Sozialbereich

Innrain 43/Parterre
6020 Innsbruck
Tel. 0512/57 71 98-0
dachverband@selbsthilfe-tirol.at
www.selbsthilfe-tirol.at

Selbsthilfe Tirol – Zweigverein Osttirol Selbsthilfevereine und -gruppen im Gesundheits- und Sozialbereich

c/o Bezirkskrankenhaus
Lienz – 4. Stock Süd
Emanuel von Hible-Strasse 5,
9900 Lienz
Tel. 04852/606-290
Mobil: 0664/38 56 606
selbsthilfe-osttirol@kh-lienz.at
www.selbsthilfe-osttirol.at

VORARLBERG

Service- und Kontaktstelle Selbsthilfe Vorarlberg

Höchster Straße 30
6850 Dornbirn
Tel. 05572/26 374
info@selbsthilfe-vorarlberg.at
www.selbsthilfe-vorarlberg.at

Lebensraum Bregenz Drehscheibe im Sozial- und Gesundheitsbereich

Clemens-Holzmeister-Gasse 2
6900 Bregenz
Tel. 05574/527 00
lebensraum@lebensraum-bregenz.at
www.lebensraum-bregenz.at

WIEN

Selbsthilfe-Unterstützungsstelle SUS Wien

c/o Wiener Gesundheitsförderung – WiG
Treustraße 35-43
Stg. 6, 1. Stock, 1200 Wien
Tel. 01/4000-76 944
selbsthilfe@wig.or.at
www.wig.or.at

Medizinisches Selbsthilfezentrum Wien „Martha Frühwirth“

Obere Augartenstraße 26-28
1020 Wien
Tel. 01/330 22 15
office@medshz.org
www.medshz.org

Aus heiterem Himmel

Der Verein Epilepsie Interessensgemeinschaft Österreich setzt sich auf vielfältige Weise dafür ein, die Lebensqualität von Epilepsiekranken zu verbessern.

TEXT: GABRIELE VASAK

Ein Epilepsie-Anfall kommt wie aus heiterem Himmel, und mit ihm treten viele Probleme und Fragen auf: zu Hause ebenso wie in der Schule oder am Arbeitsplatz.

Insgesamt erkranken weltweit etwa drei bis fünf Prozent der Bevölkerung im Laufe ihres Lebens zumindest einmal an Epilepsie – meistens aber nur vorübergehend. Die Häufigkeit aktiver Epilepsien wird von der Weltgesundheitsorganisation WHO mit 0,83 Prozent angegeben. Betroffene leiden nicht nur an den gesundheitlichen Beeinträchtigungen, sondern oft auch unter den falschen Annahmen, die zu diesem häufigen neurologischen Leiden immer noch weit verbreitet sind. Auch *Peter Pless*, seit 1996 Selbstbetroffener, hat rund um seine Erkrankung zahlreiche schlechte Erfahrungen gemacht. Das bewog ihn und seine Frau Elisabeth gemeinsam mit anderen Betroffenen im Jahr 2005 den Verein Epilepsie Interessensgemeinschaft Österreich (EPI IG Ö) zu gründen, denn: „Eine kompetente Epilepsieberatung durch Expert/innen, professionelle Unterstützung, Infos zu Therapie und rechtlichen Aspekten, ... hätten manches für uns erleichtert.“

Wider Unwissenheit und Vorurteile
Ebendas versucht der Verein nun für Betroffene zu leisten. Umfangreiche Aufklärung ist ein wichtiger Eckpfeiler und Peer-Beratung und Gruppentreffen mit Erfahrungsaustausch stehen dabei im

3-5%
der Bevölkerung erkranken im Laufe ihres Lebens zumindest einmal an Epilepsie.

Vordergrund. Das wird durch Veranstaltungen mit Vorträgen sowie das Erstellen und Verschicken von Infomaterialien ergänzt.

„Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiger Baustein unserer Tätigkeit, denn um Unwissenheit und tief sitzende Vorurteile gegenüber Epilepsiekranken abzubauen, braucht es Sensibilisierungsprogramme mit Aktionstagen, Medienberichte und Infokarten, die auch junge Menschen ansprechen“, betont *Elisabeth Pless*.

Starke Interessensvertretung

Seit vielen Jahren ist die EPI IG Ö auch als Interessensvertretung aktiv. Sie will langfristig dazu beitragen, dass die Hürden und Probleme, mit denen Anfallsranke konfrontiert sind, in der Gesellschaft bekannt und gesetzlich berücksichtigt wer-

den. Alle zwei Jahre wird ein Tag der Epilepsie mit Vorträgen und Informationsmöglichkeiten in Wien veranstaltet, der ebenso wie die Facebookseiten der Epilepsie Interessensgemeinschaft Österreich stets viel Interesse findet. 2010 wurde als Ergänzung zur EPI IG Ö das Institut für Epilepsie gegründet, dessen Geschäftsführerin Elisabeth Pless ist, und das professionelle Unterstützung durch Epilepsiefachberater/innen verfügbar macht. In der näheren Zukunft wollen Peter und Elisabeth Pless den Schwerpunkt Interessensvertretung weiter ausbauen. – Und sie hoffen, dass die Lobby für epilepsiekranken Menschen weiter wächst.



Elisabeth Pless:
„Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiger Baustein unserer Tätigkeit.“

INFO & KONTAKT

Epilepsie Interessensgemeinschaft Österreich (EPI IG Ö)

Ansprechpersonen: Peter und Elisabeth Pless
Tel. 0664/16 17 815
office@epilepsie-ig.at
www.epilepsie-ig.at

Die Angst vor den anderen

Immer mehr Menschen leiden unter Sozialphobie. Zwei Selbsthilfegruppen der Hilfseinrichtung pro mente Wien machen differenzierte Angebote an Betroffene. TEXT: GABRIELE VASAK

Sozialphobie – die Angst vor den anderen – ist in der Bevölkerung noch nicht sehr bekannt, aber weit verbreitet. Nach Depressionen und Alkoholmissbrauch ist sie die dritthäufigste Form psychischer Beschwerden und die häufigste aller Angsterkrankungen. Meist gibt es ein traumatisierendes Erlebnis als Auslöser und die Betroffenen entwickeln ein verzerrtes Selbstbild, eine erhöhte Selbstaufmerksamkeit und eine niedrigere Toleranzschwelle in Bezug auf neue, unbekannte Herausforderungen. Das kann bis zu dem

Gefühl reichen, der Angst völlig ausgeliefert zu sein, und relativ häufig versuchen die Erkrankten auch, sich mithilfe von Alkohol oder Beruhigungsmitteln selbst zu „therapieren“. Im schlimmsten Fall werden sie berufsunfähig und es kommt zu völliger Vereinsamung.

Fluchtgedanken

Die Wahrscheinlichkeit, eine Sozialphobie zu entwickeln, liegt je nach Studie zwischen 2,8 und 13,3 Prozent. „Sehr viele Menschen haben sich zu diesem Thema bei uns gemeldet und tun es immer noch. Das war auch der Anlass dafür, dass wir im Jahr 2010 eine Selbsthilfegruppe für Menschen mit Sozialphobie gegründet und aufgrund des hohen Bedarfs 2018 eine zweite Gruppe eröffnet haben“, berichtet *Silvia Ballauf* von pro mente Wien, weshalb diese Hilfsorganisation passende Unterstützungsangebote geschaffen hat. Die Expertin weiß, dass diese Menschen Angst haben, vor anderen zu sprechen oder zu essen, überhaupt Kontakt mit der Umwelt zu haben, sich oft auch vor Treffen fürchten und daher nicht hingehen: „Die Betroffenen fühlen sich blockiert und können in sozialen Situationen oft nur an Flucht denken, und was mitfühlende Angehörige betrifft, so möchten sie zwar helfen, können es aber nicht.“

Gemeinsamkeit leben

Ein wichtiges Ziel der Selbsthilfegruppe ist,

Gemeinsamkeit zu leben, sich offen über die quälenden Ängste auszutauschen und zu versuchen, sich gegenseitig zu unterstützen und zusammen Lösungen zu finden. Gemeinsam wird auch reflektiert, wie man mit den als so schwierig empfundenen gesellschaftlichen Situationen umgehen und was dabei helfen könnte, diese zu meistern. „Das Angebot ist die Gruppe, der Raum, die Beständigkeit und die Selbstbestimmtheit der Gestaltung der Treffen, bei denen teilweise auch mithilfe von Rollenspielen mit anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern soziale Kompetenz neu erlernt werden kann“, sagt Silvia Ballauf.

Für Betroffene ist auch die Möglichkeit wichtig, sich unter www.promente-wien.at/selbsthilfe/selbsthilfegruppen zunächst über das Internet zu dem Hilfsangebot zu informieren. Denn Menschen mit sozialen Ängsten haben naturgemäß Scheu, zum Telefon zu greifen. Was sich Silvia Ballauf im Sinne der an Sozialphobie leidenden Menschen wünschen würde, wären etwa tägliche Berichte von guten Neuigkeiten statt ständiger Katastrophenberichterstattung. „Den Betroffenen würde auch ein achtsamerer gesellschaftlicher Umgang mit Natur, Tier und Mensch und eine Rückkehr zu mehr gemeinsamen Unternehmungen anstelle digitaler Kommunikation per WhatsApp, Facebook und Co helfen“, meint sie.



Silvia Ballauf:
„Die Betroffenen können in sozialen Situationen oft nur an Flucht denken.“

INFO & KONTAKT

SHG für Menschen mit Sozialphobie – pro mente Wien

Grüngasse 16,
1050 Wien
Ansprechperson: Silvia Ballauf
Tel. 01/513 15 30-333
silvia.ballauf@promente-wien.at
www.promente-wien.at



Draußensein tut gut

Styria vitalis

„Draußensein tut gut“ ist das Motto eines vom Fonds Gesundes Österreich geförderten Projekts, das Styria vitalis seit Jänner 2019 in den vier Gesunden Gemeinden Ilztal, Raaba-Grambach, Straß in Steiermark und Thannhausen durchführt. Es heißt „Get out“ und soll dafür sorgen, dass Kinder und Jugendliche mehr Zeit im Freien verbringen. Dafür gibt es viele gute Gründe: Tageslicht fördert die Produktion von Vitamin D. Die Wahrscheinlichkeit, kurzsichtig zu werden, wird schon durch zumindest eine Stunde pro Tag im Freien halbiert, und wer sich an der frischen Luft austoben kann, verhält sich weniger aggressiv. Außerdem för-

dert das Spielen in natürlicher Umgebung die Kreativität und umweltbewusstes Verhalten. Bei dem Projekt können die Kinder unter anderem mit einer Landschaftsarchitektin Spielplätze, Schulhöfe, Wälder, Wiesen und Bachläufe im Gemeindegebiet erkunden. Gemeinsam wird in der Folge erarbeitet, was man gestalterisch tun könnte, um das Spielen im Freien an diesen Plätzen noch attraktiver zu

machen. Und die Möglichkeiten sind vielfältig. Große Flächen lassen sich etwa durch Hügel, Mulden, Baumstämme, Sand oder Büsche und Bäume strukturieren. Kleine Rückzugsnischen laden zum Verstecken und Entdecken ein und (Nasch-)Pflanzen machen den Jahreskreislauf erlebbar. In Schulhöfen wiederum unterstützt fixes, wetterfestes Mobiliar, das nicht her- und weggeräumt werden muss,

mit Sitz- und Stehmöglichkeiten für unterschiedliche Gruppengrößen das Lernen im Freien. Die Pläne und Konzepte, die bei dem Projekt entstehen, sollen der Gemeindebevölkerung präsentiert und nach Möglichkeit auch umgesetzt werden. Weitere Informationen sind unter styriavitalis.at/entwicklung-innovation/get-out nachzulesen.



Bewegung im Alltag bringt bessere Gesundheit

Aktive Mobilität

Die Hälfte aller Wege, die in Österreich mit dem Auto gefahren werden, sind kürzer als fünf Kilometer. Viele davon könnten also auch zu Fuß oder mit dem Rad erledigt werden. Das käme nicht nur der Umwelt zugute. „Wer seine alltäglichen Wege aus eigener Muskelkraft zurücklegt – egal, ob per Pedes, auf dem Rad, dem Scooter, Tretroller oder Skateboard



– fördert dadurch zugleich seine Gesundheit“, sagt *Vereina Zeuschner*, Gesundheitsreferentin beim Fonds Gesundes

Österreich (FGÖ). Der FGÖ hat 2019 den Förderschwerpunkt „Aktive Mobilität – gesund unterwegs! Gehen, radeln, rollern

& CO im Alltag“ eingerichtet. Dabei sollen im Rahmen eines Projekts in den drei Settings Gemeinden und Städte, Schulen und Kindergärten sowie Betriebe jeweils mindestens zwei geförderte Projekte durchgeführt werden, die nachhaltig zu aktiver Mobilität beitragen. Entsprechende Anträge können bis spätestens 31. August gestellt werden. Auf den Websites www.aktive-mobilitaet.at und www.fgoe.org sind alle Informationen zum Förderschwerpunkt abrufbar.

Gesunde Kindergärten

AVOS Salzburg

Die Initiative „Gesunder Kindergarten“ in Salzburg hat 2010 mit einem Modellprojekt des Fonds Gesundes Österreich begonnen. Unterstützt durch den Gesundheitsförderungsfonds Salzburg begleitet sie nach wie vor Kindergärten über zwei bis drei Jahre hinweg auf deren Weg zu gesünderen Lebenswelten – für die Kinder, die Mitarbeitenden und die Eltern. Der Pfarrkindergarten Morzg in der Stadt Salzburg zählt zu den teilnehmenden Kindergärten und hat in diesem Rahmen heuer den „Löwenzahn“ als Leitthema gewählt. Sechs

Wochen lang haben die Kinder gesehen und getestet, wie vielfältig diese Heilpflanze ist, gemeinsam mit den Pädagoginnen Blätter und Knospen gesammelt und daraus eine Suppe gekocht. Zum Muttertag ist eine Salbe hergestellt worden, die Kinder haben einen Lippenbalsam für sich selbst produziert und für die Väter einen Löwenzahnhonig zum Vatertag – ein gelungenes Beispiel dafür, wie der „Gesunde Kindergarten“ in den Kindergartenalltag eingebunden wird. Von insgesamt 238 Kindergärten in Stadt und Land Salzburg sind bereits 65 an der von AVOS Salzburg und der BVA umgesetzten Initiative beteiligt.



Voll im Leben – voll im Ich



Mit viel Leidenschaft besprechen die Schülerinnen und Schüler der NMS St. Leonhard bei Freistadt ihre Fotoarbeiten.

Proges Oberösterreich

Der Stress in der Schule nimmt zu, soziale Medien geben neue Normen vor. Darum bietet Proges Oberösterreich seit dem vergangenen Schuljahr unterschiedliche, modulare Programme an, die junge Menschen stärken und ihnen helfen, mit den neuen Rahmenbedingungen gut umzugehen. Neben inzwischen etablierten Projektreihen erweitert speziell für Schulen im Mühlviertel seit Kurzem ein neues Format das Angebot. „Voll im Leben – voll im Ich“ zeigt kreative Wege zur Auseinandersetzung mit dem

Thema Gesundheit. Schülerinnen und Schüler zwischen 10 und 14 Jahren beschäftigen sich in Videos oder durch Theaterarbeit damit oder sie visualisieren durch Fotografien, was Wohlbefinden für sie bedeutet. Das Projekt soll sie dabei unterstützen, selbstbestimmt Verantwortung für ihren Körper und ihre Gesundheit zu übernehmen. Es wurde bereits in den Neuen Mittelschulen in Bad Leonfelden, Freistadt, Haslach, Ottensheim, Perg und St. Leonhard bei Freistadt umgesetzt. Weitere Informationen dazu sind auf der Website www.proges.at/vollim-leben zu finden.

Mobbing an Schulen reduzieren

Projektcall des FGÖ

Die internationale Studie „Health Behaviour in School-aged Children“ (HBSC) zeigt, dass Mobbing an Österreichs Schulen ein vergleichsweise großes Problem ist. Etwa 15 Prozent der Elf- bis 15-jährigen Schülerinnen und Schüler geben an, dass sie im vergangenen Halbjahr öfter als zwei Mal im Monat Opfer von Mobbing-Attacken wurden. Der Durchschnitt in den rund 50 untersuchten Ländern beträgt rund elf Prozent. Der Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) führt deshalb einen Projekt-Call zum Thema „Psychosoziale Gesundheit und (Cyber-)Mobbingprävention an Schulen“ durch. Organisati-



onen, die jeweils mindestens 15 und maximal 25 Schulen durch professionell begleitete, partizipative Maßnahmen dabei unterstützen wollen, das Wohlbefinden der Schülerinnen und Schüler zu fördern

und Mobbing in der realen und der digitalen Welt zu reduzieren, können entsprechende Förderanträge stellen. „Unser Ziel ist letztlich, die psychosoziale Gesundheit aller Schülerinnen und Schüler zu stärken“, betont

Gerlinde Rohrauer-Näf, Gesundheitsreferentin beim FGÖ. Weitere Informationen dazu finden sich unter: fgoe.org/einreichtermine_und_projekt-calls



EINLADUNG ÖGE Jahrestagung 2019



Warum Ernährungsfragen polarisieren – Diskutieren Sie mit uns die Ursachen / Wege zu mehr Ernährungskompetenz und Bildung

Termin

14. & 15. November 2019

Veranstalter

Österreichische Gesellschaft für Ernährung

Veranstaltungsort

Festsaal des Bundesamtsgebäudes
Radetzkystr. 2, 1030 Wien

Inhalte

Aktuelles aus Forschung und Wissenschaft * Darmmikrobiom – entscheidend für Gesundheit und Krankheit? - Lebensmittell allergien und Unverträglichkeiten aus medizinischer Sicht * Neuroscience und Ernährung * Ernährung im Alter WCRF Report –Update zu 2018 *

Aktuelle Fragen der Lebensmittelsicherheit- und technologie: Front-of-Pack Labeling - Nutriscore, Glyphosat * Biodiversität – Klimawandel – kritisch diskutierte Lebensmittel

Herausforderung Ernährungskommunikation und Bildung – Ernährungstrends im Influencer Zeitalter – Virtual Communication * Nudging – per Stups gesünder? gut portionierte Wissenssnacks - praktisch und lebensnahe * Ernährungsbildung als lebensbegleitender Prozess

Die Teilnehmer/innen/zahl ist beschränkt.

Information und Anmeldung: www.oege.at

Die Freude am Radfahren weitergeben

Radfahren zählt zu den gesündesten Bewegungsformen – in der Freizeit und ebenso am Weg zur Arbeit oder in die Schule. Ein Projekt in der Steiermark hat 11 bis 15-Jährigen gezeigt, dass es am Rad nie fad wird. TEXT: DIETMAR SCHOBEL



Wir sind alle selbst begeisterte Radlerinnen und Radler und wollten das an Kinder und Jugendliche weitergeben“, beschreibt Projektleiter *Roland Stuhlpfarrer* von der SPORTUNION Steiermark die Motivation seines Teams von Trainerinnen und Trainern für das Projekt „RADwerk...goes school!“. Dieses wurde von Juni 2015 bis Juni 2018 an 30 Klassen von sieben Schulen in Graz umgesetzt. Fünf Gymnasien waren ebenso dabei, wie zwei Neue Mittelschulen (NMS). Begeisterung fürs Radfahren war freilich nur einer der Gründe das Projekt zu starten. Denn Erhebungen

haben gezeigt, dass viele Kinder und Jugendliche sportlich nicht aktiv sind und das Rad auch nicht als Nahverkehrsmittel nutzen. In Graz etwa fahren nur drei Prozent der Kinder zwischen zehn und 14 Jahren mit dem Fahrrad zur Schule. Im Durchschnitt legen in Österreich elf Prozent der Kinder dieser Altersgruppe ihren Schulweg auf dem Fahrrad zurück.

Drei Projektmodule

Das Projekt sollte dazu beitragen, das zu verbessern. Es war in Form von drei Modulen aufgebaut und begann mit einem Training der allgemeinen Fitness

im Turnunterricht. Übungen für bessere Körperstabilität, Kräftigung und Balance wurden mit den Schüler/innen ebenso durchgeführt wie solche für Koordination und Reaktion. Zentrales Modul war das Fahrtechnik-Training, bei dem das Spektrum der Aufgaben für die Kinder von leichten Gleichgewichtsübungen bis zum Befahren eines Parcours mit Wellen und Wippen reicht. Dort wo das möglich war, wurde mit den 15 Mountainbikes, die im Projekt zur Verfügung standen, auch das Fahren auf einer Wiese geübt. Für die guten und sehr guten Radfahrerinnen und Radfahrer unter den Kindern,

waren ebenfalls passende Übungen dabei und unter den Trainer/innen war auch *Markus Pekoll* – mehrfacher österreichischer Staatsmeister und 2013 Europameister im Downhill-Mountainbiking. Das dritte Modul war dem Thema Sicherheit gewidmet und dabei standen unter anderem die Verkehrsregeln und Kartenkunde auf dem Programm. Mitarbeiter/innen der Grazer Forschungsgesellschaft Mobilität unternahmen mit den Schülerinnen und Schülern zudem einen Radausflug auf einer der Haupt-Radrouten zur jeweiligen Schule, um gemeinsam zu erarbeiten, was vor allem zu beachten ist.

Doch das war noch lange nicht alles. Trainer/innen waren zu Vernetzungstreffen und Workshops eingeladen, die Eltern zu Elternabenden und für Lehrer/innen, die sich an den teilnehmenden Schulen als „Radbeauftragte“ zur Verfügung stellten, gab es eine Übungsleiterausbildung. Außerdem war das Projekt auf den Schulfesten mehrerer Schulen präsent. An zwei Schulen gab es eine Projektwoche, bei der Radfahren auch in den Unterricht in Fächern wie Biologie und Physik eingebaut wurde. Beim „RADwerk Impulstag“ an der Neuen Mittelschule Hasnerplatz wurde ein „Schrauberworkshop“ angeboten, und die Schüler/innen lernten, fachgerecht eine Kette zu ölen, einen Sattel einzustellen oder einen „Patschen“ zu flicken.

Fast alle haben mitgemacht

„Das Projekt wurde von den Schülerinnen und Schülern noch besser angenommen, als wir uns das vorgestellt hatten“, freut sich Roland Stuhlpfarrer. Selbst jene Schülerinnen und Schüler, die bei den ersten Fahrtechnikeinheiten noch gelangweilt neben den anderen gestanden seien, hätten sich in der zweiten oder dritten Einheit meist an den Radfahr-Übungen beteiligt. Zum Erfolg hat auch die Kooperation mit „Radio Igel“ beigetragen, der Schulradioplattform der Pädagogischen Hochschule Steiermark, auf der Schüler für Schüler Radio machen. Radio Igel hat immer wieder über das Projekt berichtet



und die Reportagen der jungen Journalistinnen und Journalisten sind bei den beteiligten Klassen auf ebenso großes Interesse gestoßen wie der Blog und die Foto- und Video-Galerie auf der Website des Projektes, www.radwerk.org

Am Projekt RADwerk haben insgesamt 7 Schulen, 33 Lehrer/innen und 430 Eltern teilgenommen. Vor allem konnten aber auch 860 Schülerinnen und Schüler erreicht werden. Der Evaluationsbericht des Grazer Instituts für Sozialforschung, Marktforschung und Evaluation x-sample belegt, dass diese das Projekt im Durchschnitt mit „sehr gut“ bewertet haben. Der Anteil an Schülerinnen und Schülern, die bei schönem Wetter täglich, mehrmals pro Woche oder zumindest wöchentlich mit dem Rad zur Schule fahren, konnte an den teilnehmenden Schulen von 28 Prozent auf 42 Prozent erhöht werden.

Da die Radbeauftragten ihre Tätigkeit an den Schulen weiterführen, ist auch Nachhaltigkeit des Projektes gewährleistet, und über den inzwischen gegründeten „Verein RADwerk“ und die landesweite Initiative „Bewegungsland Steiermark“ der Breitensportverbände Sportunion, ASKÖ und ASVÖ wird das Know-how aus dem Projekt bereits weiter genutzt. Ro-

land Stuhlpfarrer würde sich jedoch wünschen, dass auch an den Schulen durch entsprechende institutionelle Partner weiterhin zeitliche und finanzielle Ressourcen für das Radfahren mit den Schüler/innen zur Verfügung gestellt werden: „Die Nachfrage ist da – sowohl bei den Schulen, die bereits bei dem Projekt mitgemacht haben, als auch bei weiteren, die durch Mundpropaganda davon gehört haben.“

INFO & KONTAKT

Projektleiter:

Roland Stuhlpfarrer
SPORTUNION Steiermark
Tel. 0316/32 44 30 73 oder
0676/82 14 16 58
roland.stuhlpfarrer@sportunion-steiermark.at

Zuständige Gesundheitsreferentin beim FGÖ:

Verena Zeuschner
Tel. 01/895 04 00-730
verena.zeuschner@gog.at

Kooperationen mit:

Forschungsgesellschaft Mobilität,
Pädagogische Hochschule Steiermark,
ÖAMTC und RadAktiv

Einsatz Demenz

Wie man mit geringen Mitteln große Effekte erzielen kann, zeigt ein Projekt, das Polizistinnen und Polizisten für den sensiblen Umgang mit demenzkranken Menschen schult. TEXT: GABRIELE VASAK



Herr G. leidet unter Demenz. Eines Tages ging er in den Supermarkt, um Butter zu kaufen. Als er nach sehr langer Zeit zurückkam, berichtete er seiner Frau, dass er die Butter „mitgenommen“ habe, woraufhin er polizeilich abgeführt worden sei. Der Fall wurde an das zuständige Gericht weitergeleitet, und in einem Gespräch, das Frau G. mit dem Richter suchte, sagte dieser ihr, dass die Angelegenheit wegen Nichtigkeit ad acta gelegt würde. Allerdings – sollte wieder etwas sein – so würde Herr G. voll zur Verantwortung gezogen. Demenz sei keine Rechtfertigung ...

Wir alle sind zwar im Alltag immer wieder mit dem Problem Demenz konfrontiert, aber nur zu oft wissen wir nicht, wie wir damit adäquat umgehen können – wir nicht, Richterinnen und Richter nicht, und Polizeibeamtinnen und -beamte auch nicht. Gerade Letztere aber sind von ihrem Berufsverständnis her dazu angehalten, in jeder Situation möglichst umgehend amtszuhandeln. Im Fall von Herrn G. hat das leider eine Kette von negativen Folgen nach sich gezogen.

E-Learning-Tool für die Polizei

Damit das in Zukunft nicht mehr so häu-

fig passiert, hat das Team rund um die Universitätsprofessorin für Demenzforschung und wissenschaftliche Leiterin der österreichischen MAS Alzheimerhilfe *Stefanie Auer*, ein beispielhaftes Projekt entwickelt. „Einsatz Demenz“, das von Februar 2015 bis Jänner 2016 als Projekt des Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) durchgeführt wurde, ist ein E-Learning-Tool, das darauf abzielt, Polizist/innen über die Krankheit Demenz zu informieren und sie für einen sensiblen, wertschätzenden Umgang mit Betroffenen und deren Angehörigen zu schulen. „Es ging und geht uns vor allem darum,

Bewusstsein für dieses große gesellschaftliche Problem zu schaffen und die Beamt/innen dazu zu bringen, sich positiv gegenüber dieser Gruppe von Menschen aufzustellen“, sagt die Projektleiterin Stefanie Auer.

Ein Schritt zurück

Begonnen hat das Projekt mit Fokusgruppen, in denen Wissenschaftler/innen gemeinsam mit praktisch tätigen Polizist/innen die wichtigsten Themen rund um den Umgang mit Demenzbetroffenen im Polizeialltag erarbeiteten und daraus ein E-Learning-Tool entwickelten. In drei Modulen geht es darin um Grundlagen zur Krankheit, Prinzipien der Kommunikation mit Demenzbetroffenen und interaktiv zu lösende Situationsbeispiele, in denen der Umgang mit Menschen mit Demenz geübt werden kann. Dabei wird nach dem so genannten Robi-Prinzip vorgegangen. „Das Prinzip geht davon aus, dass Polizist/innen in bestimmten Situationen einen Schritt zurückgehen können. Statt sofort amtszuhandeln können sie auch zunächst beobachten, sich als Team organisieren und dann erst adäquat einschreiten“, erklärt die Projektleiterin Auer.

Durchschlagender Erfolg

In das Tool flossen auch die Ergebnisse von Fokusgruppen mit Betroffenen und Angehörigen zu ihrer Wahrnehmung der Polizei ein. Die Sicherheitsakademie des Innenministeriums in Wien hat es technisch umgesetzt, und nach mehreren Korrekturschleifen konnte es in die E-Learning-Plattform des Innenministeriums implementiert werden. „Bis heute haben schon mehr als 9.000 von insgesamt 23.000 Polizistinnen und Polizisten in Österreich diese Online-Schulung zum Thema Demenz absolviert“, freut sich Stefanie Auer über den durchschlagenden Erfolg. Sie berichtet auch, dass im Zuge des Projekts ein von der Donauuniversität Krems begleiteter Zertifizierungsprozess ins Laufen kam. Mittlerweile gibt es in ganz Österreich schon 150 zertifizierte „demenzfreundliche“ Polizeidienststellen, in denen mindestens 70 Prozent der Beamt/innen die



Die Projektleiterin **Stefanie Auer** mit Abteilungsinspektor Markus Kern von der Polizei Oberösterreich

elektronische Weiterbildung gemacht und sich mit Sozialeinrichtungen der Gegend vernetzt haben. Außerdem ist das Lerntool in die Ausbildung aller Polizeischüler/innen integriert. Stefanie Auer will sich auch intensiv darum bemühen, weitere Berufsgruppen des öffentlichen Dienstes in ähnlicher Weise in den Prozess der Bewusstseinsbildung aufzunehmen.

Nutzen für sehr viele

Kein Wunder, dass „Einsatz Demenz“ mit der Sozialmarie und dem E-Award 2019 ausgezeichnet wurde. Kein Wunder auch, dass man im FGÖ sehr von dem Projekt überzeugt ist: „Das Projekt nutzt sehr vielen Personen: Menschen, die von Demenz betroffen sind, ihren Angehörigen, aber auch Polizist/innen. ‚Einsatz Demenz‘ verschafft allen mehr Sicherheit, und den Erkrankten hilft es, länger ein selbständiges Leben zu führen“, sagt *Rainer Christ*, der das Projekt beim FGÖ betreut hat, und: „Die Schulungen sind ein Vorbild für andere Berufsgruppen und erlauben es, langfristige Effekte zu erzielen. Das Wissen bleibt, und wenn über die Inhalte und Erfahrungen gesprochen wird, dann kann sich die Einstellung und der Umgang mit Demenz gesamtgesellschaftlich positiv entwickeln.“ Lesen Sie zum Schluss noch,

was Abteilungsinspektor *Michael Gobold*, der das E-Learning-Tool als einer der ersten Polizisten absolviert hat, dazu sagt: „Vor der Schulung wusste ich kaum etwas über Demenz. Heute bin ich fundiert informiert und weiß genau, wie man als Polizist in solchen Situationen einschreiten kann. Das Projekt gibt mir Handlungssicherheit, und in Kombination mit meiner Erfahrung aus der Praxis bin ich jetzt wirklich optimal geschult.“ Bleibt zu wünschen, dass dieses Projekt weitere Kreise ziehen kann.

INFO & KONTAKT

Projektleiterin:

Stefanie Auer
Tel. 0664/858 94 87
stefanie.auer@mas.or.at

Zuständige Gesundheitsreferentin beim FGÖ:

Verena Zeuschner
Tel. 01/895 04 00-730
verena.zeuschner@goeog.at

Kooperationen mit:

Sicherheitsakademie (SIAK) Linz,
Sicherheitsakademie (SIAK) Wien

Auf Augenhöhe

Ein engagiertes Projekt hat Jugendliche zum couragierten Umgang mit Gewalt, Hetze und Grenzüberschreitungen im Netz angeleitet und sie zu Peers ausgebildet, um dieses Wissen an Gleichaltrige weitergeben zu können.



INFO & KONTAKT

Stellvertretende Projektleiterin:

Astrid Winkler
Tel. 0699/192 376 02
winkler@ecpat.at

Zuständige Gesundheitsreferentin beim FGÖ:

Verena Zeuschner
Tel. 01/895 04 00-730
verena.zeuschner@goeg.at

Kooperationen mit:

Saferinternet.at,
BJV, BOJA, BÖJI, LOGO jugendmanagement,
akzente Salzburg

Gewalt, Hetze, Cybermobbing und (sexuelle) Grenzüberschreitungen im Netz sind vor allem für Jugendliche alltägliche Herausforderungen. Sie sind verletzlicher als Erwachsene, verfügen aber kaum über Strategien zur Bewältigung. Das Projekt „make-IT-safe 2.0“ von ECPAT Österreich, das von Mai 2016 bis Juni 2018 durchgeführt wurde, hat ihnen durch Stärkung der eigenen Fähigkeiten einen verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien vermittelt und gezeigt, wie sie dieses Wissen als Peers an Gleichaltrige weitergeben können, denn: „Die Peer-Methode kommt nicht mit dem ‚erhobenen Zeigefinger‘ der Erwachsenen daher, sondern versucht, die Gefahren auf Augenhöhe zu thematisieren“, erklärt *Astrid Winkler*, die stellvertretende Leiterin des Projekts, das sich an Einrichtungen der

außerschulischen Jugendarbeit richtete. In Salzburg und der Steiermark wurden dabei Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren als Peer Experts geschult, die ihr Wissen an andere Jugendliche weitergeben sollen. Die Methoden und Strategien dafür wurden in den Workshops von den Teenagern selbst mit entwickelt. Außerdem wurden Jugendarbeiter/innen zu Coaches ausgebildet, und es gab es bewusstseinsbildende Maßnahmen für andere Multiplikator/innen und eine Vielzahl an Fortbildungen in fast allen Bundesländern. Bei dem Projekt wurde nicht zuletzt auch eine online-Toolbox mit zahlreichen Übungen zu Themen wie „Ich im Netz“, „Bewertung von Infos aus dem Internet“ oder „Ich und andere im Internet“ entwickelt, die jetzt auf der Website peerbox.at abrufbar ist.

Gemeinsam gesünder essen

Ein vom Fonds Gesundes Österreich gefördertes Projekt zeigt, wie gesunde Mittagsverpflegung für Kinder und Jugendliche in Kindergärten und Schulen aussehen kann. TEXT: GABRIELE VASAK



Gemeinschaftsverpflegung ist ein hochaktuelles Thema – und das gilt besonders für Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für Kinder und Jugendliche. Vor allem am Land ist eine ad

äquate Mittagsverpflegung für sie nämlich nicht immer gewährleistet. Viele Anbieter haben nur wenig Erfahrung in diesem Bereich und oft funktioniert auch die Kommunikation zwischen allen am Prozess der Gemeinschaftsverpflegung beteiligten Personen nicht so, wie das wünschenswert wäre. Um dem entgegenzuwirken, hat Styria vitalis das vom Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) geförderte Projekt „Mimi isst – Mittagsverpflegung in Kindergarten und Schule als politikfeldübergreifende Strategie“ ins Leben gerufen. „Hauptziel war in Kooperation zwischen Erhaltern, Einrichtungen und regionalen Verpflegungsanbietern ein gesundheitsförderliches Verpflegungskonzept zu entwickeln und umzusetzen“, erklärt *Karin Sindler* von Styria vitalis, die das Projekt leitete, das von September 2016 bis Dezember 2018 in zwei steirischen Gemeinden durchgeführt wurde.

Essen aus dem eigenen Garten

Im Kindergarten und in der Kinderkrippe Übelbach wurde dabei unter anderem auch eine Küche installiert, in der seither *Carolina Losada*, eine Bewohnerin der Gemeinde, täglich frisch kocht. Dabei werden nach Möglichkeit regionale Lebensmittel verwendet oder sogar Kräuter, Beeren und Gemüse aus dem eigenen Garten der Kinderbildungseinrichtung. Und in der Gemeinde Wundschuh wird nun keine Tiefkühlkost mehr aufgewärmt, sondern ein sorgfältig ausgewählter Anbieter liefert warmes Essen in einer ernährungsphysiologisch besonders günstigen Zusammensetzung. Alle Erkenntnisse aus dem Projekt, Tipps aus der Praxis und Arbeitshilfen sind nun im „Handbuch Mittagsverpflegung“ zusammengefasst, das unter styriavitalis.at/information-service/downloads zur Verfügung steht. Es wendet sich speziell an die Erhalter von Kindergärten, Schulen und Horten. Denn Gemeinschaftsverpflegung birgt die Chance, durch ein ausgewogenes Speisenangebot, das gut schmeckt, riecht und schön angerichtet ist, das Ernährungsverhalten von Kindern und Jugendlichen zu verbessern.

INFO & KONTAKT

Projektleiterin:

Karin Sindler
Tel 0316/82 20 94-74
karin.sindler@styriavitalis.at

Zuständige Gesundheitsreferentin beim FGÖ:

Rita Kichler
Tel. 01/895 04 00-713
rita.kichler@goeg.at

Kooperationen mit:

Gemeinde Übelbach, Gemeinde Wundschuh, GiP



Alle Erkenntnisse aus dem Projekt, Tipps aus der Praxis und Arbeitshilfen sind nun im „Handbuch Mittagsverpflegung“ zusammengefasst

Medien des FGÖ jetzt kostenlos bestellen oder online lesen



Das Magazin „Gesundes Österreich“ und alle anderen Publikationen erhalten Sie kostenlos beim Fonds Gesundes Österreich, einem Geschäftsbereich der Gesundheit Österreich GmbH.

Jetzt bestellen! Direkt am Telefon unter: 01/895 04 00, bequem per E-Mail an: fgoe@goeg.at oder gleich online unter www.fgoe.org im Bereich „Wissen“.



Sie wollen unterwegs das aktuelle Magazin lesen?

Kein Problem. Mit der neuen App für mobile Geräte (Smartphone, Tablet) können Sie das Magazin studieren – wann und wo Sie wollen. Es gibt die App für Android- und iOS/Apple-Geräte.



Android



iOS/Apple



App



Gute Gesundheitsinformationen finden sie auf gesundheit.gv.at

GESUNDHEIT FÜR ALLE

Als bundesweite Kompetenz- und Förderstelle für Gesundheitsförderung und Prävention wurde der Fonds Gesundes Österreich 1998 aus der Taufe gehoben. Und das auf der Basis eines eigenen Gesetzes – was auch international als vorbildlich gilt.

Wir unterstützen in der Gesundheitsförderung

- praxisorientierte und betriebliche sowie kommunale Projekte
- Fort- und Weiterbildung und Vernetzung sowie internationale Projekte.

Weitere Aufgaben sind: Durch Information, Aufklärung und Öffentlichkeitsarbeit wollen wir das Bewusstsein und Wissen möglichst vieler Menschen für Gesundheitsförderung und Prävention erhöhen. Außerdem unterstützen wir bestimmte Aktivitäten im Bereich der Selbsthilfe. Für all das steht uns ein jährliches Budget von 7,25 Millionen Euro aus öffentlichen Mitteln zur Verfügung.

Kontaktinformationen

Fonds Gesundes Österreich, ein Geschäftsbereich der Gesundheit Österreich GmbH
Aspernbrückengasse 2,
1020 Wien
Tel. 01/895 04 00
fgoe@goeg.at
www.fgoe.org

Ein Blick in die Zukunft

Fonds Gesundes Österreich

„Lebensqualität der Zukunft gestalten – wie werden wir 2030 lernen, arbeiten, essen, kommunizieren, ...?“ – Mit dieser Frage beschäftigten sich die rund 200 Teilnehmenden

der 21. Österreichische Gesundheitsförderungskonferenz am 6. Juni in Innsbruck. Alles über die interessantesten Inhalte der Tagung lesen Sie auf www.fgoe.org und Ende des Jahres in der kommenden Ausgabe von „Gesundes Österreich“.



Foto: Klaus Ranger

Mehr Lebensqualität

Aktive Mobilität

73 Testpersonen beteiligten sich an dem Forschungsprojekt GISMO. Es hat gezeigt, dass der Umstieg auf aktive Mobi

lität durch Gehen, Rad oder Scooter Fahren am Weg zur Arbeit mehr Fitness und Lebensqualität, weniger Körperfett und bessere Gesundheit bringt. Weitere Informationen enthält die Website gismoproject.com

Gaming Disorder

Erster Test

Die Computerspielsucht oder „Gaming Disorder“ wurde vor Kurzem von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) als

psychische Erkrankung anerkannt. Forschende um den Ulmer Professor *Christian Montag* haben nun auch den ersten psychologischen Test dazu veröffentlicht. Er ist unter www.gaming-disorder.org abrufbar.



Nur 17 Prozent Anteil

Aktuelle Studie

Welchen Anteil hat die Qualität der Gesundheitsversorgung in wohlhabenden Ländern an der Lebenserwartung? Mit dieser Frage hat sich eine aktuelle Studie der Universität Stanford

beschäftigt. Das Ergebnis: Das Gesundheitssystem hat maximal 17 Prozent Anteil. Verhaltens- und soziale Faktoren haben wesentlich größere Effekte. Der Artikel ist unter www.annfamned.org/content/17/3/267 zugänglich.



Zukunftskompetenzen

Metastudie 2019

„Welche Kompetenzen benötigen Führungskräfte im Zeitalter der Digitalisierung?“ Eine Metastudie des Instituts für Führungskultur im digitalen Zeitalter in Frankfurt hat 61

wissenschaftliche Arbeiten dazu ausgewertet und ein Ranking erstellt: Kommunikationsfähigkeit liegt an erster Stelle, gefolgt von Veränderungsfähigkeit sowie Wertschätzung und Mitarbeiterorientierung. Mehr dazu auf www.ifidz.de

Prävention für Jugendliche

Praktische Tipps statt Belehrung

Wie lassen sich Jugendliche über Social-Media-Angebote am besten über Alkoholprävention aufklären? Eine aktuelle Forschungsarbeit der deutschen Bundeszentrale für

gesundheitliche Aufklärung (BZgA) gibt die Antwort: Jugendliche möchten nicht belehrt werden, sondern erwarten praktische Tipps zum Umgang mit Alkohol oder Gruppendruck.



Aktive Arbeitsplätze

Studie aus Kanada

Aktive Arbeitsplätze ermöglichen im Stehen zu arbeiten oder bei der Arbeit sogar einen Laufband, einen Stepper oder einen Fahrrad-Hometrainer zu nutzen. Sie bringen bessere Gesundheit und teilweise

auch höhere Arbeitsleistungen. Das zeigt eine im Journal „Obesity“ veröffentlichte Überblicksarbeit kanadischer Wissenschaftler, welche die Ergebnisse von 19 Studien berücksichtigt hat.



DIE WICHTIGSTEN TERMINE FÜR ALLE GESUNDHEITSFÖRDERER/INNEN VON AUGUST BIS NOVEMBER
ALLES WICHTIGE IM AUGUST
→ 18.-20.08.

Europäisches Forum Alpbach 2019:
Freiheit und Sicherheit:
Gesundheitsgespräche
Alpbach
Information: www.alpbach.org/de/forum2019

→ 28.-30.08.

15th annual meeting and 10th
conference of HEPA Europe
Odense, Dänemark
Information:
www.hepaeurope2019.org

→ 28.08.

Schweizer nationale Tagung
für betriebliches Gesundheits-
management 2019
Pfäffikon SZ, Schweiz
Information:
www.bgm-tagung.ch

ALLES WICHTIGE IM SEPTEMBER
→ 11.-13. (+14.) 09.

10th International Public Health
Summer School: „Obesity,
Complexity, and Public Health“
Graz
Information:
www.medunigraz.at/summer-school-public-health

→ 12.-14.09.

Society for Research on Nicotine
and Tobacco Europe 19th Annual
Conference
Oslo, Finnland
Information: www.srnt.org/page/Conferences

→ 16.-18.09.

Jahrestagung der Deutschen Gesell-
schaften für Medizinische Soziologie
& für Sozialmedizin und Prävention
Düsseldorf, Deutschland
Information:
www.duesseldorf2019.de

→ 17.09.

Wiener Gesundheitsförderungs-
konferenz 2019: Gesundheit
und Vielfalt
Wien
Information: www.wig.or.at im
Bereich „Veranstaltungen“

→ 19.09.

Konferenz der Österreichischen
Plattform Gesundheitskompetenz
„Digitalisierung braucht
Gesundheitskompetenz“
St. Pölten, City Hotel
Campus Universität, Wien
Information: oepgk.at/5-oepgk-konferenz-st-poelten

→ 25.-27.09.

3. Interdisziplinäres Dialogforum
„Mensch und Endlichkeit –
Altersbilder und Sorgestrukturen
gemeinsam neu denken“

Goldegg

 Information: [www.netzwerk-
altern.at/node/914](http://www.netzwerk-altern.at/node/914)
→ 26.09.

24. BGF-Informationstag
Wien

→ 29.09.-01.10.

European Forum for Primary Care
Conference 2019
Paris, Frankreich
Information: [www.euprimaryca-
re.org/news/efpc-2019-nanter-
re-conference](http://www.euprimarycare.org/news/efpc-2019-nanterre-conference)

ALLES WICHTIGE IM OKTOBER
→ 02.-03.10.

Konferenz Anerkennung wirkt!
Wertschätzende Unternehmens-
kultur als Gesundheits- und Wirt-
schaftsfaktor
Salzburg
Information: [www.virgil.at/bil-
dung/veranstaltung/anerken-
nung-wirkt-19-0453](http://www.virgil.at/bildung/veranstaltung/anererkennung-wirkt-19-0453)

→ 02.-04.10.

European Health Forum Gastein
Bad Hofgastein
Information: www.ehfg.org

→ 05.-06.10.

Wiener Freiwilligenmesse
Wien, Rathaus
Information:
www.freiwilligenmesse.at

→
17.-18.10.

XIII. Österreichische Fachkonferenz
für Fußgänger/innen
Kufstein
Information: www.walk-space.at

→
17.-19.10.

27. Internationaler Kongress Ess-
störungen
Alpbach
Information: [www.netzwerk-ess-
stoerungen.at/kongress19](http://www.netzwerk-essstoerungen.at/kongress19)

→
27.-30.10.

International Conference on
Communication in Healthcare (ICCH)
San Diego, USA
Information: [www.achonline.org/
Events/International-Conferen-
ce-ICCH/2019](http://www.achonline.org/Events/International-Conference-ICCH/2019)

ALLES WICHTIGE IM NOVEMBER
→
10.11.

3. NÖ Freiwilligenmesse
St. Pölten, Landhaus
Information:
www.freiwilligenmesse.at

→
20.-23.11.

12th European Public Health
Conference
„Building bridges for solidarity
and public health“
Marseille, Frankreich
Information: ephconference.eu

IMPRESSUM
Offenlegung gemäß § 25 MedG

Medieninhaber: Gesundheit Österreich Gm-
bH (GÖG), Stubenring 6, 1010 Wien, FN
281909y, Handelsgericht Wien

Herausgeber: Ao. Univ.-Prof. Dr. Herwig
Ostermann, Geschäftsführer der GÖG,
und Mag. Dr. Klaus Ropin, Geschäftsbereichs-
leiter des Fonds Gesundes Österreich,
eines Geschäftsbereichs der GÖG

**Retouren, Redaktionsadresse und
Abonnement-Verwaltung:**

Fonds Gesundes Österreich,
Aspernbrückengasse 2,
1020 Wien,
Tel. 01/895 04 00-0, fgoe@goeg.at

Redaktionsbüro:
Mag. Dietmar Schobel,
Meidlinger Hauptstr. 3/5-7, 1120 Wien,
www.teamword.at, schobel@gmx.at,
Tel. 01/909 33 46

Konzept dieser Ausgabe: Mag. Markus
Mikl, Gabriele Ordo, Mag. Dietmar Schobel,
Mag. Petra Winkler

Redaktion:

Mag. Gudrun Braunegger-Kallinger,
Ing. Petra Gajar, Mag. Rita Kichler,
Anna Krappinger, MA, Dr. Anita Kreilhuber,
Dr. Gert Lang, Mag. Harald Leitner,
Mag. Hermine Mandl, Mag. Gerlinde
Rohrauer-Näf, MPH, Mag. Dietmar Schobel
(Leitung), Mag. Gabriele Vasak,
Mag. Petra Winkler,
Mag. Dr. Verena Zeuschner

Grafik: Mag. Gottfried Halmschlager
Fotos: DI Johannes Hloch, Klaus Pichler,
Klaus Ranger, Fotolia, privat

Foto Titelseite: Fotolia.com - william87

Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H.
Erscheinungsweise: 2 x jährlich
Verlags- und Herstellungsort: Wien
Verlagspostamt: 1020 Wien

Blattlinie:

Das Magazin „Gesundes
Österreich“ ist Österreichs Plattform für
Gesundheitsförderung. Es vermittelt Inhalte
aus den Handlungsfeldern Politik,
Wissenschaft und Praxis und präsentiert
die Menschen, die Gesundheitsförderung
erforschen, planen und umsetzen.

