

3. Österreichische Gesundheitsförderungskonferenz

Dennis Beck

Sehr geehrte Damen und Herren!

Ich freue mich, Sie bei der 3. Österreichischen Gesundheitsförderungskonferenz in der angenehmen Atmosphäre der Grazer Altstadt begrüßen zu dürfen.

Lassen Sie mich zunächst einige unserer Gäste ganz besonders herzlich willkommen heißen:

- Staatssekretär Univ.-Prof. Dr. Reinhart Waneck, den Präsidenten des Fonds Gesundes Österreich
- Dr. Lindi Kálnoky, Geschäftsführender Vorstand der Steirischen Gesellschaft für Gesundheitsschutz
- und die beiden Plenarreferenten des heutigen Vormittags, Univ.-Prof. Dr. Maximilian Gottschlich vom Institut für Kommunikationswissenschaften der Universität Wien und Dr. Rüdiger Krech, Regionalbeauftragter der Hauptabteilung für fachliche Zusammenarbeit und strategische Entwicklung im WHO Regionalbüro in Kopenhagen.

Sehr geehrte Damen und Herren!

Aus zahlreichen Studien und auch aus vielen Projekten, die der Fonds Gesundes Österreich fördert, wissen wir, dass der Bedarf an Information gerade im Bereich Gesundheit außerordentlich groß ist. Dabei ist besonders das Interesse an präventionsorientierten Themen ausgeprägt. Aus der Umfrage eines Gesundheitsmagazins geht hervor, dass das meiste LeserInneninteresse mit 59 Prozent den Ernährungsthemen entgegengebracht wird, gefolgt von Fitness und Kuren mit 57 Prozent und Herz-Kreislauf-Themen mit 50 Prozent.

Dem wachsenden Interesse auf Seiten der KonsumentInnen steht gegenüber, dass Gesundheit zunehmend zu einem Medienthema geworden ist: Das zeigen nicht nur die Gesundheitsseiten in Tageszeitungen, eine ständig wachsende Zahl spezialisierter Gesundheitsmagazine, einschlägige Sendungen in Radio und TV, sondern nicht zuletzt auch das zunehmende Angebot an gesundheitsrelevanten Seiten im Internet. Diese Entwicklung lässt sich auch für Gesundheitsförderung und Prävention gezielt nutzen.

Gesundheit entsteht unter anderem durch Kompetenz, gut für sich selbst und für andere sorgen zu können. Gesundheitsförderung hat die Aufgabe, eine solche Kompetenz zu vermitteln – unter anderem über gezielte Maßnahmen der Information und Kommunikation.

Die Auswahl der geeigneten Instrumente spielt dabei eine große Rolle. Denn wer mit Projekten und Programmen zu einer Änderung des Gesundheitsverhaltens beitragen will, muss kreativ sein im Ansprechen der relevanten Zielgruppen. Gerade setting-orientierte Gesundheitsförderung braucht innovative Informations- und Kommunikationskonzepte, die es ermöglichen, „durch den Kopf“ der jeweiligen Zielgruppe zu denken und die wesentlichen Fragestellungen schon im Vorfeld aufzugreifen. Hier sind Sensibilität und Know-how gefragt. Die entscheidenden Botschaften müssen dann in geeigneter und für die jeweiligen EmpfängerInnen annehmbarer und nachvollziehbarer Form aufbereitet und mit den jeweils geeigneten Kommunikationsinstrumenten transportiert werden.

Projekte und Programme der Gesundheitsförderung und Prävention können und müssen sich dabei vielfältiger Instrumente bedienen. Werden sie richtig eingesetzt, so können sie dabei helfen, Botschaften zu den richtigen Zielgruppen zu transportieren, ihren Inhalt bei den Adressaten zu verankern und damit auch zu Verhaltensänderungen beizutragen.

Sehr geehrte Damen und Herren!

Maßnahmen, die auf eine qualitativ hochwertige Information und Kommunikation rund um Gesundheit und Gesundheitsförderung abzielen, waren daher von Beginn an ein wichtiger Bestandteil der Aktivitäten des Fonds Gesundes Österreich.

Lassen Sie mich hier einige Beispiele aus unserer Arbeit nennen:

- Die Kampagne „Bewusst lebt besser“:

Diese Kampagne war zentraler Bestandteil des vom Fonds bereits 1999 initiierten Schwerpunktes zum Thema Lebensstil. Die Aktivitäten rund um diesen Schwerpunkt zielten darauf ab, sowohl zu einer Veränderung des individuellen Verhaltens als auch zu einer Veränderung der Lebensverhältnisse, die dieses bedingen, beizutragen. Zielgruppe der Kampagne, bei der Fernseh- und Radiospots ebenso zum Einsatz kamen wie Kooperationen mit, vor allem regionalen, Medien und Broschüren, war zum einen die allgemeine Öffentlichkeit, die für Lebensstilfragen sensibilisiert und der die vom Fonds Gesundes Österreich geförderten Projekte vorgestellt werden sollten. Dadurch wurden zum anderen aber auch potenzielle ProjekteinreicherInnen animiert, Gesundheitsförderungsprojekte und -aktivitäten durchzuführen. Dass die Botschaften dieser Kampagne gegriffen haben, zeigen die Begleitstudien. Bereits nach Abschluss des ersten Moduls war in einer Umfrage 39 Prozent der Befragten die Kampagne spontan in Erinnerung, nach näherer Beschreibung stieg diese Zahl sogar auf 55 Prozent.

- Das Magazin *Gesundes Österreich*

Ende 1999 startete der Fonds Gesundes Österreich mit der ersten Ausgabe seines Magazins „Gesundes Österreich“. Diese Publikation erscheint vier Mal im Jahr, trägt zur Intensivierung des Dialogs bei und stellt eine wichtige Informations- und Diskussionsplattform für alle in der Gesundheitsförderung Tätigen dar. Auf speziellen „SIGIS-Service-Seiten“ wird auch der österreichischen Selbsthilfebewegung breiter Raum geboten.

- Das Seminarprogramm „Gesundheitsförderung – Bildungsnetzwerk“

Im Rahmen dieses umfassenden Seminarprogramms des Fonds Gesundes Österreich, das ein Fortbildungsangebot für alle in der Gesundheitsförderung Tätigen bietet, spielen Themen rund um die Kommunikation eine wichtige Rolle. Einige Beispiele dafür aus dem aktuellen Semesterprogramm sind etwa die Themen „Öffentlichkeit braucht Partner“, „Public Relations für Non-Profit-Organisationen“ oder „Internet. Vom Wissen anderer profitieren“.

- www.gesundesleben.at

Seit Mitte Februar bietet der Fonds Gesundes Österreich Interessierten unter www.gesundesleben.at einen Gesundheitsinformationsserver an. In übersichtlicher und allgemein verständlicher Form finden sich auf diesem Server umfassende Informationen zum Thema Gesundheit, die ständig aktualisiert werden. Neueste Forschungsergebnisse werden hier ebenso präsentiert wie aktuelle Gesundheitstrends und Hinweise zu gesundheitsfördernden Aktivitäten. Bei der Einrichtung des Gesundheitsinformationsservers haben wir auf viele Kriterien besonderen Wert gelegt, um Schwächen im für KonsumentInnen oft schwer überschaubaren Angebot an sonstigen Gesundheitsinformationen im Internet zu konterkarieren: Auf sachliche Richtigkeit und inhaltliche Unabhängigkeit, auf Industrieunabhängigkeit auf Vielfalt und auf allgemeine Verständlichkeit.

All diese Beispiele zeigen, dass sich gezielt und zielgruppengerecht eingesetzte Kommunikationsinstrumente für die Gesundheitsförderung bewähren und auch notwendig sind, um zu gesunden Lebenswelten beizutragen.

Sehr geehrte Damen und Herren!

All diese Themen und Bereiche werden wir im Laufe der heutigen Konferenz noch ausführlich diskutieren. Mit der heutigen Veranstaltung will Ihnen der Fonds Gesundes Österreich ein Forum bieten, bei dem Sie die theoretischen Grundlagen der Methoden der Massenkommunikation und ihre Besonderheiten im Gesundheitsbereich kennenlernen, praktische Erfahrungen in der Anwendung geeigneter Instrumente austauschen und aktuelle Trends und Entwicklungen diskutieren können.

Ich wünsche Ihnen einen produktiven Tag und hoffe, dass Sie von der heutigen Tagung viele Ideen und Anregungen für Ihre Arbeit mitnehmen werden.
Danke für Ihre Aufmerksamkeit.