

STIFTUNG  
FONDAZIONE



---

*bewusst aktiv gesund • consapevoli attivi sani*

# **Tätigkeitsprogramm 2006**

## Inhalt

1)	Gesunde Gemeinde .....	3
2)	Gesunde Betriebe.....	3
3)	Gesunde Küche.....	3
4)	Gesundes Portal.....	4
5)	Gesunde Bewegung .....	4
6)	Gesunde Ernährung .....	4
7)	Planung und Durchführung von Informationsveranstaltungen .....	5
8)	Erstellung eines Kommunikationskonzeptes .....	5
9)	Erstellung eines Leitbildes .....	5
10)	Schulung der Mitarbeiter .....	6
11)	Erarbeitung von Informationsmaterialien .....	6
12)	Gesunder Preis.....	6
13)	Erstellung eines Fragebogens zur Bedarfserhebung.....	6
14)	Aufbau eines Expertenpools.....	7
15)	Sponsoring .....	7
16)	Medienkooperationen .....	7
17)	Kontakte mit Netzpartnern.....	7
18)	Dokumentation und Evaluation.....	8

### Anmerkung:

Nicht alle Vorhaben, die in diesem „Tätigkeitsprogramm 2006“ aufgelistet sind, können im laufenden Jahr abgeschlossen werden. Dieses „Tätigkeitsprogramm“ ist als Mehrjahresprogramm zu verstehen, wobei im Geschäftsjahr 2006 wichtige Grundsteine zu legen sind.

## **1) Gesunde Gemeinde**

Der Aufbau von Gesunde-Gemeinde-Projekten gehört zu den zentralen Anliegen der Weltgesundheitsorganisation im Rahmen der Gesundheitsförderung (siehe „Ottawa-Charta“). Die Kommunale Gesundheitsförderung (KGF) gehört deshalb zu den Kernbereichen der „Stiftung vital“, ein entsprechendes Programm ist in Vorbereitung. Es ist jedoch im Augenblick schwer abzuschätzen, wie schnell die Pilotgemeinden dem GG-Projekt grünes Licht geben. Seitens der „Stiftung vital“ könnte das Projekt noch in diesem Jahr begonnen werden.

## **2) Gesunde Betriebe**

Betriebliche Gesundheitsförderung ist eine moderne Unternehmensstrategie, die darauf abzielt

- Krankheit am Arbeitsplatz vorzubeugen
- Gesundheitspotentiale zu stärken
- das Wohlbefinden am Arbeitsplatz zu verbessern.

Bei der praktischen Umsetzung der BGF in Klein- und Mittelständischen Unternehmen (KMU) wird sich die „Stiftung vital“ an der Toolbox „KMU-vital“ orientieren. Es handelt sich dabei um ein Arbeitsinstrument, das von der Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz, vom Institut für Arbeitsmedizin in der Schweiz u.a. entwickelt und evaluiert worden ist.

Aufgabe der „Stiftung vital“ wird es sein, einen Expertenpool aufzubauen, der in der Lage ist, die neuesten Erkenntnisse im Bereich BGF an die Betriebe weiterzugeben. Die Stiftung übernimmt eine Vermittlungstätigkeit zwischen Betrieben und freiberuflichen BGF-Experten. Gespräche mit den Spitzen der Südtiroler Wirtschaft und der Wirtschaftspolitik gehören ebenso dazu wie das Abhalten von Tagungen und das Erarbeiten von Informationsmaterialien.

## **3) Gesunde Küche**

Eine Initiative, die von der „Stiftung vital“ geplant und umgesetzt wird, ist das Projekt „Gesunde Küche“. Die Auszeichnung „Gesunde Küche“ wird an Betriebe verliehen, die bestimmte Kriterien erfüllen, dazu gehört, dass sie Biologische Produkte und Speisen aus der „Südtiroler Naturküche“ anbieten. Die Details des Projektes, zu denen auch eine ernährungswissenschaftliche Betriebsberatung gehört, sind noch auszuarbeiten, sie sollen aber bis spätestens Herbst 2006 vorliegen. Bei der Planung und Umsetzung dieses Projektes wird die Stiftung großen Wert auf die Miteinbeziehung der Projektpartner aus der Gastronomie und der Landwirtschaft legen.

#### **4) Gesundes Portal**

Das Portal der „Stiftung vital“ bietet umfassende Informationen zur Gesundheitsförderung. Darüber hinaus wird in Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Anbietern einen „Veranstaltungskalender“ zu gesundheitsfördernden Initiativen erstellt: Wo findet was statt? Wer sind die Veranstalter? Welches Ziel wird dabei verfolgt? Was muss man mitbringen? – Mit Hilfe des Kalenders kann eine stärkere Vernetzung und Koordination zwischen den Verbänden sowie zwischen den Verbänden und den öffentlichen Einrichtungen hergestellt werden, wobei die „Stiftung vital“ zum Bezugspunkt der Veranstalter und Nutzer wird.

#### **5) Gesunde Bewegung**

Regelmäßige Bewegung ist nachweislich dafür geeignet, das Wohlbefinden in einem umfassenden Sinn zu verbessern, und zwar in jedem Lebensalter. Andererseits konnten zahlreiche Studien nachweisen, dass Bewegungsmangel bereits bei Kindern und Jugendlichen zu Fehlhaltungen, Übergewicht/Fettsucht, Diabetes Typ II, Unfälle auf Grund von Bewegungsunsicherheit und motorischen Koordinationsproblemen führt. Auch Konzentrationsmangel und ein nicht ausreichender Stressabbau sind die Folge von Bewegungsmangel.

Die „Stiftung vital“ wird deshalb Maßnahmen und Initiativen planen, begleiten und medial unterstützen, die geeignet sind, um möglichst viele Menschen zu einer Teilnahme zu bewegen. Im Fokus stehen einerseits Menschen, die zu den Risikogruppen gerechnet werden und andererseits Veranstaltungen mit hohem Spaßfaktor. Veranstaltungen, bei denen der Wettkampf-Charakter im Vordergrund steht, kommen für eine Unterstützung nicht in Frage.

#### **6) Gesunde Ernährung**

Jahrelange Fehlernährung bei gleichzeitigem Bewegungsmangel kann zu Fettleibigkeit führen, zu Diabetes Mellitus, Bluthochdruck und Arteriosklerose, zu Herz-Kreislaufkrankungen und Krebs. Studien zeigen, dass dafür meist ein überdurchschnittlicher Verzehr von Fett und von tierischen Nahrungsmitteln, insbesondere von Fleisch und Wurstwaren und ein zu geringer Verzehr von Obst und Gemüse, Brot und Getreideprodukten, Hülsenfrüchten, fettarmer Milch und Fisch verantwortlich sind.

Die „Stiftung vital“ wird deshalb Maßnahmen und Initiativen planen, begleiten und medial unterstützen, die geeignet sind, damit insbesondere Menschen, die zu den Risikogruppen gehören, ihr Ernährungsverhalten umstellen. Zu diesen Initiativen gehört die „Gesunde Küche“, aber auch die „5amTag“-Kampagne mit der zentralen Botschaft, fünfmal am Tag Obst und Gemüse zu essen. Im Rahmen dieser Kampagne sind Partnerschaften mit Verbänden und Einrichtungen der Landwirtschaft und des Gastgewerbes anzustreben.

## **7) Planung und Durchführung von Informationsveranstaltungen**

Die Durchführung von Informationsveranstaltungen ist Teil des Kommunikationskonzeptes und kann nicht unabhängig davon geplant und umgesetzt werden. In der Anfangsphase geht es vor allem darum, Begriff, Ziele und Methoden der Gesundheitsförderung bekannt zu machen. Für September 2006 ist deshalb eine Tagung mit dem Titel „Gesundheitsförderung – eine Strategie für die Zukunft“ geplant. Die Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Opinionleader aus Politik und Wirtschaft, aber auch an Aktive im Gesundheitsbereich.

Einen angemessenen Rahmen für die Veranstaltung bieten die Thermen in Meran. Als Referenten werden Dr. Brigitte Mohn (Präsidentin der Bertelsmann-Stiftung), Prof. Horst Noack (Präsident der European Public Health Association) und Prof. Lamberto Briziarelli (Direktor des Centro Sperimentale per l'Educazione Sanitaria interuniversitaria) eingeladen.

## **8) Erstellung eines Kommunikationskonzeptes**

Aufgabe der Stiftung ist es, die Ziele und Anliegen der Gesundheitsförderung zu vermitteln und zu vertreten (Advocacy), nicht nur abstrakt, sondern durch die Kommunikation gelungener Projektbeispiele. Auf diese Weise soll die Gesundheitsförderung erlebbar und nachvollziehbar werden und einen Anreiz bieten, um gesundheitsfördernde Projekte in den Alltag zu integrieren.

- Die Kommunikation der „Stiftung vital“ wird ganzheitlich geplant, umgesetzt und gesteuert
- die visuelle Wahrnehmung (Corporate Design) wird in allen Kommunikationsformen berücksichtigt und umgesetzt
- Kernbotschaft, Claim und einheitlich gestaltete Auftritte sichern die Erkennbarkeit und das Profil der „Stiftung vital“
- Bei Kooperationen, im Sponsoring oder auch auf Projektebene wird das Co-Branding konsequent umgesetzt.

Bevorzugte Zielgruppen der Kommunikation sind die Stakeholder (Politik, Verwaltung, Gemeinden, Betriebe, Stiftungsrat), aber auch Aktive im Gesundheitsbereich, die Medien und natürlich die Bevölkerung, die darüber informiert ist, was sie zur Stärkung ihrer Gesundheit tun kann. Die „Stiftung vital“ wird zu diesem Zweck eine Agentur mit der Ausarbeitung eines Kommunikationskonzeptes beauftragen.

## **9) Erstellung eines Leitbildes**

Im Laufe des zweiten Halbjahres wird sich die „Stiftung vital“ ein eigenes Leitbild geben. Dieses soll Angestellten und freien Mitarbeitern, aber auch Stakeholdern und allen Interessierten die Hauptziele und Rahmenbedingungen für die gesamte Tätigkeit der „Stiftung vital“ aufzeigen.

## **10) Schulung der Mitarbeiter**

Die Schulung der Mitarbeiter wird sich im Jahr 2006 auf die Bereiche „Gesunde Gemeinde“ und „Gesunde Betriebe“ konzentrieren. Nachdem die Teilnehmer der Workshops bereits über die Inhalte und Anliegen von Gesundheitsförderung informiert sind, wird es inhaltlich vor allem um Train-the-Trainer-Workshops gehen.

Die „Stiftung vital“ wird sich bemühen, als Referenten für die Workshops Personen zu gewinnen, die mit den Konzepten und Zielsetzungen der WHO zu diesen Bereichen vertraut sind, die praktische Erfahrungen bei der Umsetzung und Evaluierung von gesundheitsfördernden Projekten besitzen, und die auch Erfahrung mit der Leitung von Weiterbildungsseminaren haben.

## **11) Erarbeitung von Informationsmaterialien**

Das Internet ist unverzichtbarer Bestandteil im Kommunikationskonzept der Stiftung. Ergänzend dazu wird sie auch andere Informationsträger nutzen und sich bei der Wahl der Mittel und des finanziellen Aufwandes am Bedarf, an den Zielgruppen und an den Themen/Settings orientieren, wie sie im Tätigkeitsprogramm 2006 aufgelistet sind: Was ist „Kommunale Gesundheitsförderung“? Was ist „Betriebliche Gesundheitsförderung“? Was ist eine „Gesunde Küche“? Was ist und was meint „Gesundheitsförderung“ generell? usw. Die Erarbeitung der Informationsmaterialien wird in enger Absprache mit der Agentur erfolgen, die von der „Stiftung vital“ mit der Ausarbeitung eines CD und CC beauftragt worden ist.

## **12) Gesunder Preis**

Einmal im Jahr werden unter der Schirmherrschaft des Landesrates für Gesundheits- und Sozialwesen Projekte ausgezeichnet, die geeignet sind, die Anliegen der Gesundheitsförderung einem möglichst breiten Publikum näher zu bringen. Mit der Auslobung des „Gesunden Preises“ sollen vorbildhafte, innovative und erfolgreiche Projekte und Initiativen im Bereich Gesundheitsförderung und Prävention prämiert werden. Der Preis soll einerseits Ansporn, andererseits aber auch Impuls zur Nachahmung und Weiterentwicklung sein. Mit der Ausarbeitung der Wettbewerbskriterien, der organisatorischen Details usw. soll noch im Sommer begonnen werden, ein erster Entwurf liegt bis Herbst 2006 vor.

## **13) Erstellung eines Fragebogens zur Bedarfserhebung**

Die Gesundheit zu erfassen und zu messen, ist für jedes gesundheitsfördernde Projekt oder Programm unerlässlich, wenn es ziel- und bedarfsorientiert sein will. Dabei sollte erhoben werden, welche gesundheitlichen Verbesserungen die höchste Priorität haben, und es ist zu entscheiden, welche Gruppen oder Gemeinwesen den Vorrang haben. Die Erstellung eines Standard-Fragebogens, der je nach Setting oder Zielgruppe verändert werden kann und der in jedem Fall handhabbar bleiben muss, gehört deshalb zu den wichtigen Aufgaben der „Stiftung vital“.

#### **14) Aufbau eines Expertenpools**

Es wird zu den Schwerpunkten der „Stiftung vital“ gehören, einen Expertenpool aufzubauen. Dieser zum größeren Teil aus Mitarbeitern zusammensetzen, die in den öffentlichen Sozial- und Gesundheitsdiensten tätig sind, aber – je nach Bedarf – auch aus freiberuflichen Mitarbeitern.

Die Mitglieder des Expertenpools besitzen fundierte Kenntnisse in den Bereichen Gesundheitsförderung, sie sind vertraut mit dem „Salutogenese“-Konzept nach Antonovsky, sie haben ausreichend didaktische Erfahrungen, um Fachbegriffe wie Empowerment anschaulich zu beschreiben und in die Arbeit zu integrieren, und sie sind in der Lage, schwierige gruppensdynamische Prozesse zu moderieren. Ein erster „harter“ Kern soll bis Herbst 2006 stehen.

#### **15) Sponsoring**

Möglichkeiten des Sponsoring (auch Fundraising) sind auszuloten. Bei der Wahl der Partner wird u.a. darauf zu achten sein, ob die Tätigkeit der Partner mit den Anliegen der „Stiftung vital“ kompatibel ist. Gespräche mit potentiellen Partnern sollen sofort nach Stiftungsgründung beginnen.

#### **16) Medienkooperationen**

Um den vielfältigen Initiativen der „Stiftung vital“, den Zielen, Methoden und Anliegen der Gesundheitsförderung die notwendige öffentliche Aufmerksamkeit zu geben, werden projektbezogene, aber auch langfristige Medienkooperationen angestrebt.

#### **17) Kontakte mit Netzpartnern**

In der „Ottawa-Charta“ werden politisch Verantwortliche dazu aufgerufen, Strategien und Programme zur Gesundheitsförderung umzusetzen. Von den Autoren werden dabei drei Ziele bzw. strategische Ansätze hervorgehoben:

- a) Advocacy
- b) Empowerment
- c) Vernetzung

Die WHO vertritt also die Meinung, dass Gesundheitsförderung nicht im Alleingang einzelner Gruppen, einzelner ExpertInnen oder politisch Verantwortlicher geschehen kann und sollte, sondern im Zusammenspiel aller. Vernetzung bedeutet zudem Erfahrungsaustausch, gemeinsames Lernen sowie die optimale Nutzung von Synergien und Ressourcen. Und schließlich ist auch die Vernetzung unterschiedlicher Politikbereiche gemeint. Die Stiftung wird sich bemühen, sowohl projektbezogene als auch langfristige Partnerschaften aufzubauen, bei denen Einzelne ebenso zur Teilnahme eingeladen werden wie organisierte Interessensvertretungen.

## **18) Dokumentation und Evaluation**

Sämtliche Tätigkeiten der Stiftung sollen dokumentiert und in einem angemessenen Kosten-Nutzen-Verhältnis auch evaluiert werden. Die entsprechenden Details müssen allerdings erst noch erarbeitet und festgeschrieben werden.

BZ1505006

Mag. Franz Plörer