



Medienorientierung vom 25. Januar 2007 in Zug

Thema: Kampagne zu gesundem Körpergewicht

ReferentIn: Bertino Somaini, Direktor Gesundheitsförderung Schweiz

Werte Anwesende

Am 8. Januar haben wir unsere Bevölkerungs-Kampagne zu gesundem Körpergewicht gestartet. Wahrscheinlich haben die meisten von Ihnen das eine oder andere Sujet irgendwo gesehen. Auf Plakaten und in Inseraten werden Sitzgelegenheiten aus dem Umfeld von Kindern und Jugendlichen gezeigt, die massiv grösser und breiter sind als üblich. Wie Sie sich hier und heute überzeugen können, handelt es sich dabei nicht um Fotomontagen, sondern um Gegenstände, die tatsächlich so gebaut worden sind: um ein Mofa mit grossem Sattel, einen etwas gar breiten Schlitten, ein Dreirad mit überdimensioniertem Sitz und einen Stuhl für Schülerinnen und Schüler, der ebenfalls schon fast Dimensionen einer Bank hat. Die Headline der Kampagne lautet: „Die Schweiz wird immer dicker.“ Und der Claim besagt: „Es braucht wenig, um viel zu verändern.“

Vielleicht haben Sie über das eine oder andere Sujet geschmunzelt. Vielleicht aber haben Sie sich auch über die Headline gewundert, die provozieren kann. Oder über den Claim, der natürlich nicht allgemeine Gültigkeit hat. Dazu möchte ich Ihnen folgende Erklärung geben:

Punkto Übergewicht gibt es in allen Industrieländern den Trend, dass man das Umfeld anpasst, anstatt das Problem bei der Wurzel zu packen. Die Kampagnen-Sujets dramatisieren diese Tatsache auf humorvolle Art. Keineswegs ein Scherz oder übertrieben ist die Headline: sie ist schlicht und einfach wahr. In der Schweiz waren 2002 insgesamt 29.4% der Erwachsenen übergewichtig. Zusätzliche 7.7% waren adipös. Übergewicht betrifft somit rund 2,3 Millionen Schweizerinnen und Schweizer. Auch der Anteil übergewichtiger Kinder hat in den letzten Jahrzehnten stark zugenommen. Laut unserem State of the Art-Bericht aus dem Jahr 2005 ist heute bereits jedes fünfte Kind übergewichtig oder gar adipös. Längsvergleiche über die letzten 10 Jahre zeigen einen markanten Anstieg von Übergewicht und Adipositas. Dies lässt sich aus den Schweizerischen Gesundheitsbefragungen 1992/1997/2002 des Bundesamts für Statistik ableiten.

Nun einige Worte zum Claim. Er lautet: „Es braucht wenig um viel zu verändern“. Damit haben wir uns bewusst für eine positive und motivierende Botschaft entschieden. Selbstverständlich gilt sie nur für Kinder und Jugendliche, die noch nicht oder nur leicht übergewichtig sind. Denn es ist zwar einfach, ein gesundes Körpergewicht zu halten. Demgegenüber ist abnehmen aber natürlich sehr schwierig.

Eine besondere Herausforderung bei der Entwicklung unserer Bevölkerungskampagne war, dass verschiedene Vorgaben erfüllt werden mussten:

Erstens: Die Kampagne musste einer breiten Trägerschaft gerecht werden. Diese Trägerschaft hat Frau Diener vorher bereits erwähnt.

Zweitens: Die Kampagne musste mehr sein als eine Sensibilisierungskampagne. Schliesslich bewegt sich nur etwas, wenn man die Leute tatsächlich dazu bewegen kann, ihr Verhalten zu ändern.

Drittens: Die Kampagne durfte nicht nur das individuelle Verhalten ansprechen, sondern auch die Ebene der Verhältnisse. Denn Menschen können ihr Verhalten leichter anpassen, wenn sie im Umfeld geeignete Bedingungen dazu antreffen.

Um optimale Rahmenbedingungen für ausgewogene Ernährung und genug Bewegung zu schaffen, wird die Kampagne von vielen konkreten Tipps, Massnahmen und Programmen flankiert. Diese werden gemeinsam mit verschiedenen Partnern entwickelt und durchgeführt. Als Beispiel wären hier zu nennen: Das Kantonsprojekt „Kinder im Gleichgewicht“ in St. Gallen, die Offensive zu gesundem Körpergewicht im Kanton Basel Stadt, die Freestyle Tour sowie Fourchette verte in der Romandie und Tessin. Ich möchte die vier Beispiele kurz erläutern:

-Im Kantonsprojekt „Kinder im Gleichgewicht“ setzen sich das Gesundheitsdepartement des Kantons in St. Gallen und Gesundheitsförderung Schweiz für die Entwicklung und Umsetzung eines mehrjährigen Programms zur Primärprävention von Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen ein. Dies geschieht in Zusammenarbeit mit dem Ostschweizer Kinderspital St. Gallen. Das Programm schafft Voraussetzungen und Massnahmen für eine nachhaltige Erhöhung des Anteils von Kindern mit einem gesunden Körpergewicht und hat Modellcharakter für andere Kantone.

-Die Offensive zu gesundem Körpergewicht im Kanton Basel Stadt ist in diesem Jahr von der Abteilung Gesundheitsförderung und Prävention des Gesundheitsdepartements Basel-Stadt gestartet worden. Sie macht das Thema „Gesundes Körpergewicht“ im Jahr 2007 zu einem Schwerpunkt. Auch hier sollen vor allem Kinder und Jugendliche erreicht werden.

-Die Schtifti Freestyle Tour bringt Schulklassen in der Deutsch- und Westschweiz in Bewegung. Ausserdem vermittelt sie Wissen über Ernährung: Bei den Touren durch Schulhäuser der ganzen Schweiz kommen unter anderem Streetskates, Slalom- und Longboards, Footbags, Breakdance und die Schtifti-Köche zum Einsatz.

Fourchette verte ist ein Qualitätslabel für Restaurationsbetriebe. Es wurde 1993 im Kanton Genf geschaffen. Mittlerweile hat es die Kantongrenzen längst überschritten. Das Ziel des Labels ist, eine ausgewogene Ernährung in einem gesunden Umfeld zu ermöglichen. Bis 2006 haben sich dem Label 474 Betriebe angeschlossen. Dies entspricht 53618 Sitzplätzen für eine gesunde Ernährung.

Nicht zuletzt kommt auch unserer Internetseite eine wichtige Rolle zu. Sie liefert viele konkrete Hinweise und Tipps. Ab Sommer 2007 werden diese noch spezifischer auf Kinder, Eltern und Schule ausgerichtet.

Es war keine leichte Aufgabe, all diesen hohen Anforderungen gerecht zu werden. Ich bin mir aber sicher, dass wir gemeinsam mit der Agentur und in Absprache mit unseren Partnern eine gute und attraktive Lösung gefunden haben.