

## Plakatkampagnen zur Sensibilisierung für Übergewicht Ergebnisse einer Evaluation in der Schweiz

### Zusammenfassung des Beitrags zum Workshop „Evaluation von gesundheitsorientierten Bewegungskampagnen“ am 26. Juni 2009 in Köln

Die bundesweit operierende Stiftung „Gesundheitsförderung Schweiz“ hat seit Januar 2007 in drei Wellen Plakatkampagnen zur Sensibilisierung der Bevölkerung für ein gesundes Körpergewicht lanciert (vgl. [http://www.gesundheitsfoerderung.ch/pages/Gesundes\\_Koerpergewicht/Allgemeines/kampagne.php](http://www.gesundheitsfoerderung.ch/pages/Gesundes_Koerpergewicht/Allgemeines/kampagne.php)). Die Kampagnen begleiten die Förderung und Durchführung konkreter Massnahmen auf kantonaler und Bundesebene, mit denen ein Bewusstsein für gesunde Ernährung und ausreichende, richtige Bewegung als Voraussetzungen für ein gesundes Körpergewicht geschaffen bzw. bestärkt werden soll.

Zur Evaluation der drei Kampagnenwellen wurden repräsentative telefonische Befragungen durchgeführt. Ergänzend liegen Daten eines differenzierten Medienmonitorings vor, das während drei Jahren die Berichterstattung von 29 Printmedien über jeweils sechs Monate analysierte.

Der Beitrag zum Workshop thematisiert zwei methodisch relevante Fragen:

1. *Wozu sind Methodenkombinationen, hier von Umfragen und Inhaltsanalysen, sinnvoll?*  
Anhand eines Beispiels wird das Erklärungspotential von Mediendaten für Befunde der Befragungen erläutert.
2. *Was ist „der“ valide Indikator für die Messung der Kampagnen-Reichweite?*  
Hierzu werden auf verschiedene Weise gebildete Indikatoren gegenübergestellt und beispielhaft eine Möglichkeit zur Validierung präsentiert.

Lugano, 17. Juni 2009

Dr. Simone C. Ehmig