

# Wie können Jugendliche für Gesundheitsförderungsbotschaften erreicht werden?



Idea-Placements zur Gesundheitsförderung können in allen digitalen, audiovisuellen und physischen Räumen zum Tragen kommen und sollten in einem multimedialen Mix und unter Einbezug von realen Bezugspersonen der Jugendlichen (Eltern, Sporttrainer\_innen, Lehrpersonen usw.) vermittelt werden.

## Botschaften, die Jugendliche erreichen

- **Lifestyle** | Betonung auf positiven Lifestyle statt Pflichtbewusstsein
- **Soziale Appelle** | Betonung auf positive soziale Faktoren statt gesundheitliche Risiken
- **Bedürfnis nach starken Erfahrungen bedienen** | Unkonventionell, emotional und überraschend sein
- **Humorvolle Botschaften** | Humorvolle Vermittlung ohne Dämpfung des ernsthaften Themas
- **Challenges** | Durch Challenges spielerisches Üben von Gesundheitsverhalten
- **Hashtags entwickeln** | Botschaften durch Hashtags verbreiten
- **Ähnlichkeit von Botschafter\_in und Zielgruppe** | Fördert Identifikation und Glaubwürdigkeit der Botschaft

## Wie erreichen?

- **Medienmix/Multimedialität<sup>1</sup>** | Traditionelle und neue Kommunikationswege mischen
- **Botschafter\_innen** | Influencer\_innen bringen Nähe und Vertrauen
- **Peer-to-Peer-Vermittlung**
- **Elternkommunikation**
- **Mischung aus Unterhaltung und Bildung** | Zum Beispiel Gamification<sup>2</sup>, Gesundheitsapps<sup>3</sup>
- **Klassische Medien** | Print, Radio, TV, Plakatkampagnen usw.

## Wo sind Jugendliche anzutreffen?

- **Physische Räume mit digitalen Begleitern** | Jugendliche treffen sich in ihrer Freizeit am liebsten mit Gleichaltrigen, beim Sport, beim Shopping, im Ausgang, im Kino und zum Essen. Physische Räume bleiben zentral, doch sind digitale Begleiter omnipräsent.
- **Social Media** | Beliebteste Kanäle:



## Werte und Interessen

- Selbstwert
- Wohlbefinden
- Fitness
- Gleichstellung
- Klimawandel
- Nachhaltigkeit
- Rassismus
- Gesundheit
- Ernährung

## Freizeitaktivitäten

- Draussen sein
- Social Media
- Entspannen
- Gamen
- Sport
- Essen
- Zeichnen



**Befragte Altersstufe**  
15- bis 19-jährige Jugendliche

## Influencer\_innen

Erreichen Jugendliche in allen Themenbereichen. Sorgfältig ausgewählte Influencer\_innen können Gesundheitsförderung bewerben.

### Vor- und Nachteile

- + Motivieren für gesundheitsförderliches Verhalten
- + Werden als glaubwürdig und kompetent wahrgenommen
- Gesundheitslaien
- Oft Selbstoptimierung und unrealistische Schönheitsideale als Thema

## <sup>1</sup> Multimedialität

Neue publizistische Online-Formate von öffentlichen und privaten Anbietern können als Kooperationspartner zum Einsatz kommen, um Jugendliche zu erreichen (z. B. «Rehmann – S.O.S – Sick of Silence», «Youngbulanz» auf Instagram (SRF), «lizzy-Magazin», «SRF Digital», «SRF Virus»).

## <sup>2</sup> Gamification

Gamification bezeichnet die Anwendung von Spieldesignelementen in spielfremden Kontexten, um die Motivation der Nutzenden zu erhöhen. Entertainment Education kombiniert Unterhaltung und Bildung.

## <sup>3</sup> Gesundheitsapps

- + Beliebt als Unterstützung für gesundheitsförderlichen Lebensstil
- Nachhaltige Wirkung wenig erforscht
- Meist schlechter Datenschutz