

TAGUNGSERGEBNISSE 4. KANTONALES AUSTAUSCHTREFFEN DEUTSCHSCHWEIZ (KAD) VOM 29. MÄRZ 2022

«Update Verhaltensprävention», Volkshaus Zürich

ZUSAMMENFASSUNG

Nachdem das 3. Kantonale Austauschtreffen Deutschschweiz (KAD) aufgrund der COVID-19-Pandemie nach Verschiebung schliesslich online stattfinden musste, war die Freude spürbar, dass die 4. Ausgabe des KAD «Update Verhaltensprävention» im März 2022 endlich wieder physisch stattfand. So konnte dem titelgebenden Anspruch des Austauschs beim KAD deutlich stärker entsprochen werden.

Die KAD sind Teil der nationalen Strategie Nichtübertragbare Krankheiten (NCD) und der Strategie Sucht. Sie bieten einen Ort für den Erfahrungsaustausch und die Vernetzung der Akteur:innen in den Bereichen Gesundheitsförderung, Prävention und Sucht. Die Trägerschaft – bestehend aus der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Gesundheitsdirektorinnen und -direktoren GDK, dem Bundesamt für Gesundheit BAG, Gesundheitsförderung Schweiz und dem Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG – arbeitet zusammen, um diesen Austausch zwischen den Fachpersonen aus verschiedenen Regionen und Fachbereichen zu fördern.

Zielgruppe dieser fachlichen Austauschtreffen sind die Mitarbeitenden von kantonalen Verwaltungen aus verschiedenen betroffenen Departementen, ebenso von NGOs und Ligen. Die Teilnehmenden tauschen sich über ihre Aktivitäten aus, erhalten theoretische und praxisorientierte Inputs und können ihre Tätigkeiten optimieren. Die Themen der Veranstaltungen werden im Vorfeld mit den Kantonen und Partner:innen bestimmt. Der Fachverband Sucht wurde von der Trägerschaft mandatiert, die KAD letztlich zu konzipieren, organisieren, moderieren und evaluieren.

Das vierte Kantonale Austauschtreffen stand im Zeichen der Verhaltensprävention. Was sind neue Standards der Verhaltensprävention im Jahr 2022? Wie kann Verhaltensprävention für vulnerable Bevölkerungsgruppen gestaltet werden? Ist «online» der richtige Weg? Nur in Corona-Zeiten oder auch sonst? Was sind die aktuellen Chancen und Herausforderungen? Gibt es Innovationen und was sind bestehende Best Practices? Diese und ähnliche Fragen wurden im Rahmen des 4. KAD präsentiert und diskutiert. In einem Input-Referat wurden die Teilnehmenden in die Thematik eingeführt, bevor sie dann an Workshops teilnahmen, um einzelne Aspekte zu vertiefen. Abgeschlossen wurde die Veranstaltung mit einem Vernetzungs-Apéro.

INPUTREFERAT

«Verhaltensprävention gestern, heute und morgen»

Prof. Dr. Martin Hafen, Institut Sozialmanagement, Sozialpolitik und Prävention,
Hochschule Luzern - Soziale Arbeit

Der Verhaltensprävention kommt in der Suchtprävention und der Prävention nicht übertragbarer Krankheiten traditionell eine grosse Bedeutung zu. Was liegt näher, als Menschen dazu zu befähigen, sich selbst vor dem Entstehen körperlicher und psychischer Probleme zu schützen? Im Referat wird ein historischer Überblick über die methodische und konzeptionelle Entwicklung der Verhaltensprävention bis in die Gegenwart vermittelt. Auf dieser Grundlage wird ein Blick in eine Zukunft der Verhaltensprävention gewagt, die mit einiger Wahrscheinlichkeit durch die schnell zunehmenden Erkenntnisse der Verhaltensökonomik und die neuen digitalen Möglichkeiten bis hin zur künstlichen Intelligenz geprägt sein wird. Sowohl beim Rückblick als auch beim Ausblick werden ethische Fragestellungen diskutiert, und auch die Beziehung der Verhaltensprävention zur Verhältnisprävention wird nicht ausser Acht gelassen.

Take-Home-Messages:

- Verhaltensprävention wird auch in Zukunft unverzichtbar sein ...
- ... aber nur als Ergänzung zur Verhältnisprävention
- Nudging und KI als mögliche Felder der zukünftigen Verhaltensprävention
- Verhaltensprävention darf nicht als Feigenblatt missbraucht werden
- Die Klärung von ethischen Fragen sollte stets mitgedacht werden bei der Prävention
- Für beide Präventionsformen ist eine weitere Professionalisierung unverzichtbar
- Dafür braucht es entsprechende Rahmenbedingungen.

VERTIEFUNGSGEFÄSSE

Subplenum «Von der Theorie zur Umsetzung – der Verhaltensökonomische Leitfaden für Gesundheitsförderung und Prävention»

Leitung: Kathrin Favero und Nadine Orillard, Sektion Gesundheitsförderung & Prävention, BAG

Viele unserer Entscheidungen im Alltag fällen wir schnell und intuitiv. Die Verhaltensökonomie zeigt auf, wie wir die gesunde Wahl vereinfachen und Interventionen in Gesundheitsförderung und Prävention optimieren können. Der neue, praxisorientierte Leitfaden erleichtert Fachleuten, verhaltensökonomische Prinzipien im Workshop-Format in die eigenen Aktivitäten zu integrieren. Die Umsetzung des Leitfadens wurde mittels Beispielen veranschaulicht und eingeführt.

Take-Home-Messages:

- Veränderung von Verhalten ist abhängig von Verhaltenstreibern: Bewusstsein und Bereitschaft
- Verhaltenstreiber können soziale, psychologische oder ökonomische Faktoren sein
- Der Leitfaden arbeitet mit einer Behavioral Change Matrix, in welcher der Status Quo auf den Achsen Bewusstsein und Bereitschaft eingetragen wird. Ebenso wird das Zielverhalten eingetragen.
- Mit der Definition dieser Punkte kann die gewünschte Stossrichtung und die dafür benötigten Massnahmen gezielt definiert werden. Dies führt schneller zu einer Verhaltensänderung.
- Als Massnahmen definiert (und einer jeweiligen Stossrichtung zugeteilt) sind: Belief Management & Kommunikation, Nudging, Komplementärer Einsatz aller Massnahmen und Anreize & Konsequenzen-Management.

Workshop 1: «Verhaltensprävention Online? Geht das?»

Leitung: Joachim Zahn, zischtig.ch

Oder gelingt dies nur, wenn Face-to-Face und In-Real-Life auf die Person eingegangen und eine Verbindlichkeit hergestellt werden kann? Ein Austausch zu neuen Erfahrungen mit Commitment per Zoom und Onlinetools. Bad- und Good-Practice-Beispiele.

Take-Home-Messages:

- Es gibt bereits eine Vielzahl von Online-Erfahrungen in den Institutionen
- Aufgrund dieser Erfahrungen sollten zukünftige Angebote gestaltet werden
- Gelingende Online-Verhaltensprävention ermutigt, befähigt, berührt, ist einfach verständlich und kurzweilig
- Online-Verhaltensprävention braucht auch offline-Arbeitsschritte und offline-Reize
- Online-Verhaltensprävention braucht starke Bilder und einfache Konzepte
- Auch hybride Lösungen sind möglich!

Workshop 2: «Qualitätsansprüche an die Suchtprävention: Wie gelingt die Umsetzung im Alltag?»

Leitung: Christa Berger, Stab Konzepte & Grundlagen, Suchtpräventionsstelle Stadt Zürich

Im Workshop wurden aktuelle Qualitätsstandards und vorhandene Tools (QuaTheDA, quint-essenz, goodpractice.ch) für die Suchtprävention vorgestellt. Gemeinsam reflektieren wir die relevanten Hindernisse für eine selbstverständliche Berücksichtigung im Berufsalltag und diskutieren Faktoren, welche die Umsetzung in der Praxis erleichtern

Take-Home-Messages:

- Das Ziel muss sein, die «richtigen Dinge richtig zu tun»
- Es gibt eine Diskrepanz zwischen Qualitätsanspruch und Umsetzung in der Praxis
- Suchtprävention soll wirkungsorientiert und evidenzbasiert gestaltet werden
- Standards wie QuaTheDA sollten eingehalten werden, Qualitätskriterien und Good-practice-Beispiele in die Gestaltung implementiert werden
- Bekannte Tools (z.B. quint-essenz, goodpractice.ch) müssen aber auch angewandt werden
- Eine aussagekräftige Evaluation ist ressourcenintensiv – oft bleibt es bei einfachen Output-Messungen anstatt bei echten Wirkungsmessungen

Workshop 3: «Verhaltensprävention im Alter: Benefits und Stolpersteine»

Leitung: Kaba Dalla Lana & Priska Bretscher, Geschäftsleitung ZÄMEGOLAUFE

ZÄMEGOLAUFE wurde entwickelt, um körperliche Aktivitäten bei älteren Menschen zu fördern.

Vorstellung des Projekts und Diskussion, wie genau die Motivation bei der Zielgruppe gestärkt wird, und sie zur Umsetzung des neuen Verhaltens gebracht werden kann.

Take-Home-Messages:

- Besonders im Alter sind niederschwellige Angebote sehr wichtig
- Anders als ähnliche Angebote ist ZÄMEGOLAUFE gratis und beschränkt sich auf Spaziergänge – nicht Wanderungen – und spricht deshalb «alle» an
- ZÄMEGOLAUFE kann eine gute Basis für Caring Communities sein. Aus diesem Grund ist das Angebot auch für Gemeinden sehr interessant
- ZÄMEGOLAUFE hat es «geschafft», basierend auf Forschungsergebnissen, ein Projekt in der Praxis, nahe am Menschen umzusetzen
- Mischung aus Top-Down und Bottom-Up trägt zum Erfolg eines Vereins/Projektbes bei
- Zur Erreichung der Zielgruppe werden verschiedenste Kanäle genutzt (online, offline)