

Bern, 6. Mai 2019

Erreichbarkeit von sozial benachteiligten älteren Menschen: Angebote und Erfolgsfaktoren

Sarah Neukomm, Jasmin Gisiger

Studie im Auftrag des BAG

- Untersuchung der Erreichbarkeit sozial benachteiligter älterer Personen ab 55 Jahren durch Angebote der Gesundheitsförderung und Prävention
- Doppeltes Ziel der Studie
 - Bestandsaufnahme spezifischer Angebote und Massnahmen für die Zielgruppe
 - Identifikation von Good Practice und generellen Erfolgsfaktoren der Erreichbarkeit
- Gestuftes Vorgehen mit Methodenmix
 - Internet-/Literaturrecherchen und Experten/innenanfrage, breite E-Mail-Befragung von 44 Alters- und Präventionsorganisationen, vertiefende Analysen von 7 Angeboten

«Sozial benachteiligte ältere Personen»

Definition der Zielgruppe in Anlehnung an Projekte des BAG, der GDK und von Gesundheitsförderung Schweiz

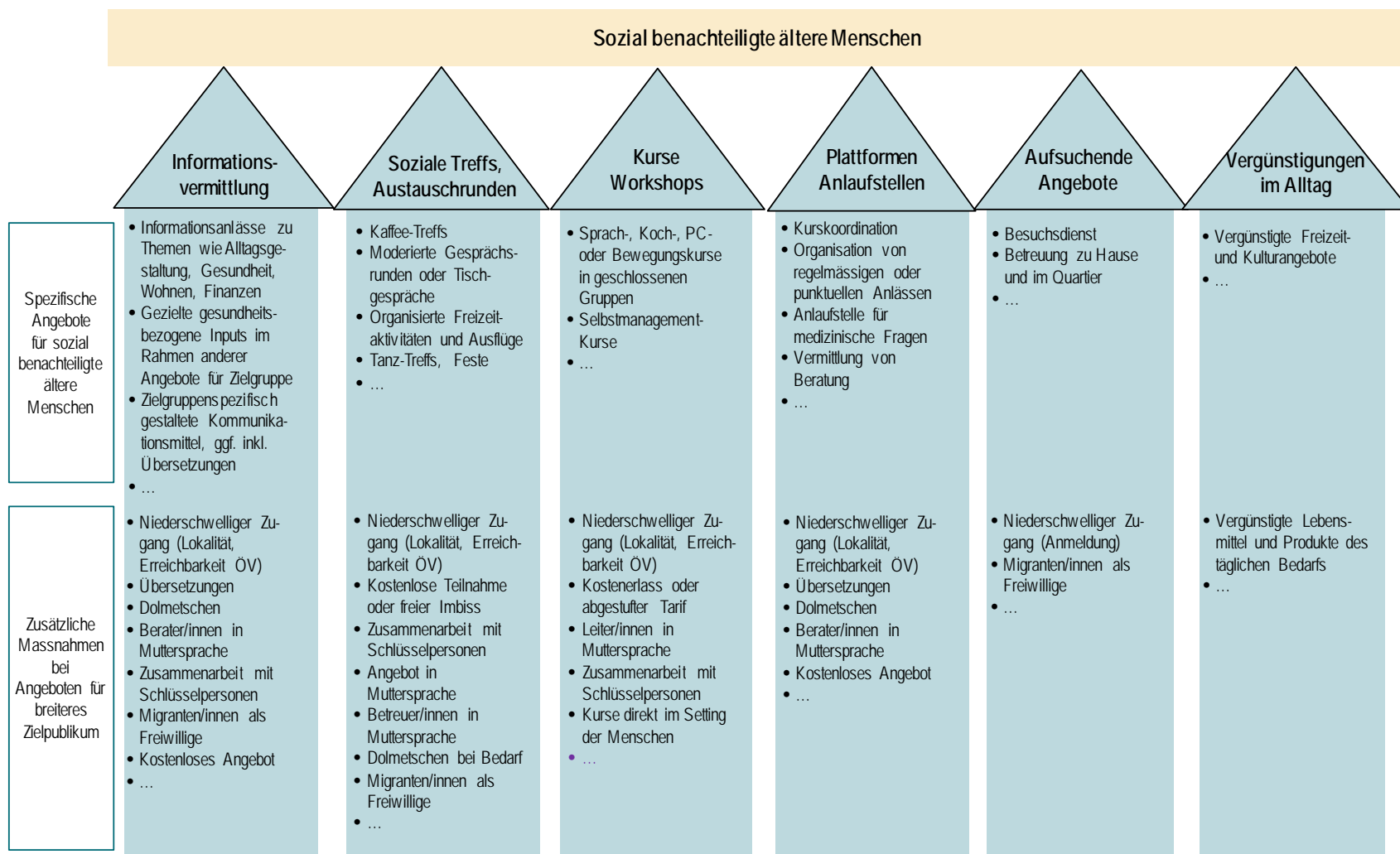
➔ Personen ab 55 Jahren mit drei, nicht zwingend kumulativen Merkmalen:

- tiefer sozio-ökonomischer Status (z.B. aufgrund geringer Bildung, niedrigem Einkommen, tiefer beruflicher Stellung),
- geringe soziale Integration (z.B. wegen sozialer Isolation, gesellschaftlicher Marginalisierung) und/oder
- Migrationshintergrund (insb. mit wenig Kenntnis der Landessprachen, unsicherem Aufenthaltsstatus, Diskriminierungserfahrungen).

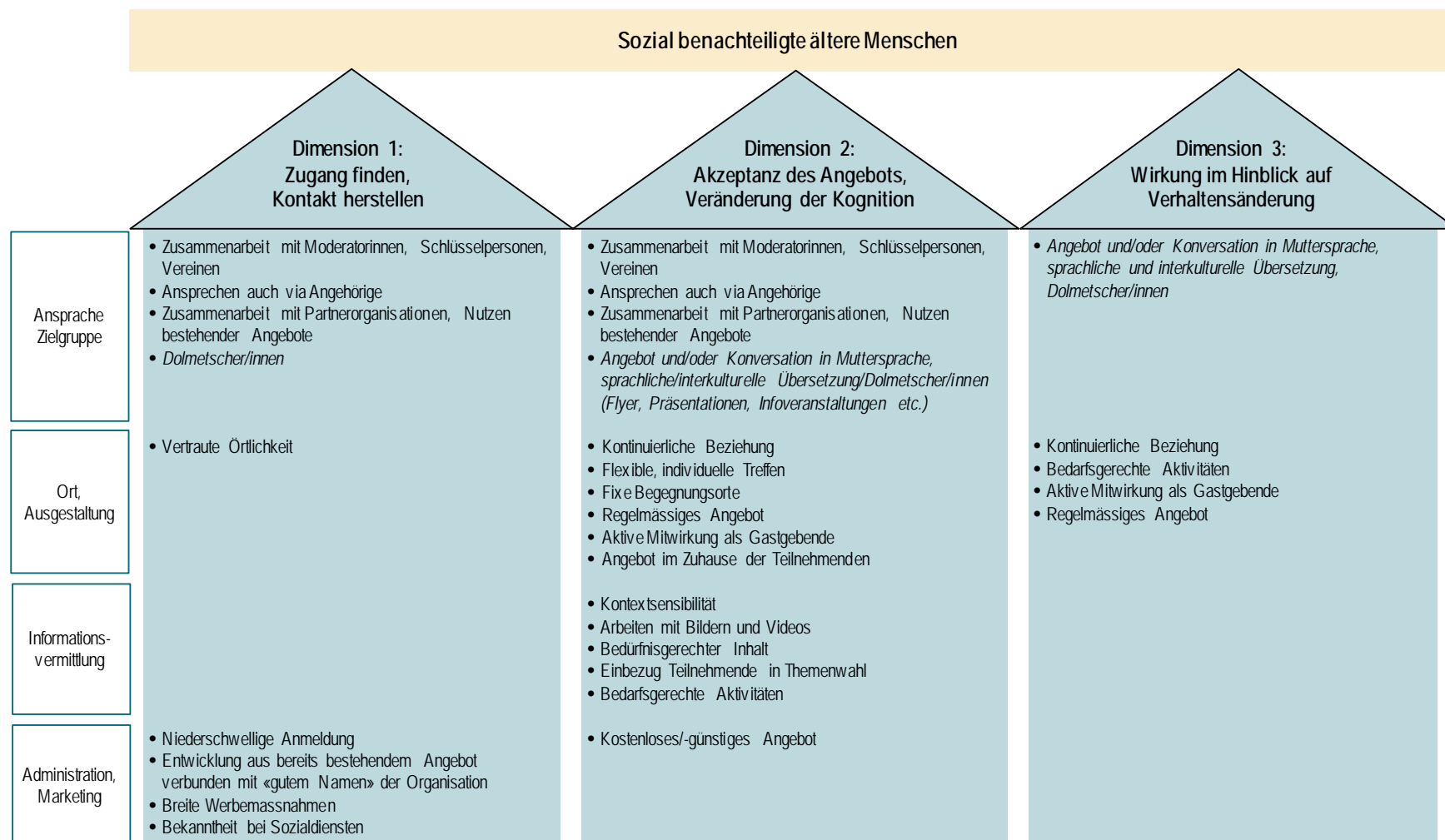
Existierende Angebote und Massnahmen

- Spezifische Angebote oder Massnahmen für Zielgruppe in Schweiz noch eher wenig verbreitet
 - 11 Organisationen mit insg. 25 spezifischen Angeboten
 - 11 Organisationen mit zusätzlichen Massnahmen bei auf breiteres Zielpublikum ausgerichteten Angeboten
 - ➔ Oft Ausrichtung auf Menschen mit Migrationshintergrund
- Angebote und Massnahmen differieren nach Organisationstyp
 - Häufigste Anbieter sind Hilfswerke
 - Bei Gesundheitsorganisationen Angebote und Massnahmen oft erst im Entstehen
- Breites Spektrum an Angeboten und Aktivitäten

Aktivitäten zur Erreichung der Zielgruppe



Zentrale Erfolgsfaktoren der Erreichbarkeit



Fazit

- Vielfältige Erfolgsfaktoren mit Blick auf Zugang, Akzeptanz und Wirkung bei der Zielgruppe
 - Ausreichende und gesicherte Finanzierung seitens Organisation als weitere entscheidende Rahmenbedingung
- Mögliche Transfers der Erfolgsfaktoren als Ziel
 - Basis für Entwicklung neuer Angebote für Zielgruppe
 - Prüfkriterien zur Beurteilung Erreichbarkeit durch breitere, auch für weitere Zielgruppen offen stehende Angebote
- ➔ Bericht econcept für alle Interessierten mit
 - Synopsen zu zentralen Aktivitäten und Erfolgsfaktoren
 - Konkrete Angebote und Massnahmen inkl. Aktivitäten
 - Auskunftspersonen der verantwortlichen Organisationen