

actionsanté MAGAZIN

GEMEINSAM FÜR EINE GESÜNDERE GESELLSCHAFT

DOSSIER

Öffentlicher Verkehr und
Bewegung: ein Gewinnerteam

Seite 10

INTERVIEW

Ben Voyer erklärt,
was «nudging» ist

Seite 14

UNSERE AKTIONSPERSPektIVEN

Engagieren
auch Sie sich

Seite 18



*Auf die Plätze,
fertig, los!*

*Unternehmen und Bewegung:
Wie sie voneinander profitieren
können.*

In der Schweiz leidet ein Viertel der Bevölkerung an einer nicht-übertragbaren Krankheit (NCD) wie etwa Krebs, Diabetes, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, chronischen Atemwegserkrankungen und Muskel-Skelett-Erkrankungen. Insgesamt belaufen sich die direkten Kosten, die jährlich von einer NCD verursacht werden, auf mehr als 50 Milliarden Franken (**80 Prozent der direkten Kosten**). Unternehmen sind von dieser Problematik unmittelbar betroffen, und zwar sowohl durch ihre Mitarbeitenden als auch durch ihre Kunden.

Setzen wir uns gemeinsam für eine gesündere Gesellschaft ein.



Liebe Leserin, lieber Leser

Jede und jeder Einzelne kann Verantwortung für eine bessere Gesundheit übernehmen. Auch der Wirtschaft fällt dabei eine Schlüsselrolle zu.

Körperliche Bewegung hat einen grossen Einfluss auf unsere körperliche und geistige Gesundheit. Sie trägt massgeblich dazu bei, sogenannte Zivilisationskrankheiten wie Diabetes, Krebs oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen einzudämmen. Unternehmen können ihren Kundinnen und Kunden mit entsprechenden Produkten, Dienstleistungen und Massnahmen einen gesundheitsförderlicheren Lebensstil ermöglichen und selber davon profitieren. Bei dieser Verantwortung der Unternehmen setzt actionsanté an.

Unternehmen können einen wichtigen Beitrag zur Gesundheit leisten

actionsanté ist eine Initiative des Bundesamts für Gesundheit BAG und des Bundesamts für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV. Sie fördert den Dialog zwischen Unternehmen und dem Bund. Durch eine actionsanté-Partnerschaft können Unternehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung im Rahmen einer Initiative des Bundes übernehmen und somit ein klares Zeichen für einen glaubwürdigen Beitrag an die öffentliche Gesundheit setzen – ein Imagegewinn.

In unserem neuen Magazin zeigen wir konkrete Möglichkeiten, wie sich Unternehmen engagieren können, was unsere Partner bereits erfolgreich umsetzen und wie sie davon profitieren und erläutern weitere Hintergründe zum Thema.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Kontaktieren Sie uns und schauen Sie auf Seite 22, wie wir Sie von der Idee zur wirksamen Aktion unterstützen.

NADINE ORILLARD
LEITUNG BÜRO ACTIONSANTÉ
BUNDESAMT FÜR GESUNDHEIT BAG



NEWSLETTER

Übrigens: Haben Sie unseren E-Mail-Newsletter bereits abonniert? Wenn nicht, so tragen Sie sich am besten unter **www.actionsante.ch** ein, damit Sie regelmässig aktuelle Infos zu Aktionsversprechen und neuen Erkenntnissen der Bewegungsförderung erhalten.

Inhalt



3
Editorial



8
Gesundheitsfördernde Lebensräume – der Kanton Waadt als Beispiel



14
Interview mit Ben Voyer zur Theorie des Nudging



5
Hilfreiche Tipps für mehr Bewegung



9
Drei Fragen an Andrea Arz de Falco, Vizedirektorin im BAG



18
Aktionsversprechen und Bewegung



6
In Kürze



10
Dossier öffentlicher Verkehr

22
actionsanté:
Engagieren Sie sich mit uns!

Bewegung und Gesundheit: Empfehlungen für die Schweiz Jeder Schritt zählt!

Jeder Schritt, und sei er noch so klein, ist wichtig und nützt der Gesundheit.

Wöchentliche Empfehlung

5 x 30 Minuten zu Fuss gehen

Es wird empfohlen pro Woche mindestens 2½ Stunden in mittlerer Intensität aktiv zu sein. Darunter ist zum Beispiel zügiges Gehen, Velofahren oder Gartenarbeit zu verstehen.

75 Minuten Joggen

Wer eine sportliche Aktivität bevorzugt, sollte sich pro Woche mindestens 1¼ Stunden mit hoher Intensität bewegen. Man kann also rennen, zügig velofahren, schwimmen, skilanglaufen oder auch an Fitnessgeräten trainieren.

Intensitäten kombinieren

Auch Kombinationen von Bewegung mit verschiedenen Intensitäten sind möglich. Wobei jeweils 10 Minuten Bewegung mit hoher Intensität den gleichen gesundheitlichen Nutzen bringen wie 20 Minuten mit mittlerer Intensität. ●

Quelle : Bewegungsempfehlungen für Erwachsene, www.hepa.ch



1/3

IN DER SCHWEIZ...

Ungefähr ein Drittel der Schweizer Bevölkerung bewegt sich nicht ausreichend.

Quelle : MOSEB

FREIZEIT

Die Stadt Winterthur bewegt sich

Die Stadt Winterthur engagiert sich dafür, dass der öffentliche Raum von der gesamten städtischen Bevölkerung intensiver für Sport, Bewegung und Begegnung genutzt wird. Die Website Sportplanet stellt 35 sportliche Aktivitäten und ihre Anlagen in Winterthur vor – übersichtlich gestaltet und schön illustriert.

www.sportplanet.ch



CHANCEGLEICHHEIT

Gute Chancen für die Gesundheit?

Wissenschaftliche Studien zeigen, dass nicht jeder Mensch gleich viele Ressourcen zum Umgang mit Risiken hat. Personen mit höherem Bildungsniveau bewegen sich zum Beispiel öfter und leiden weniger häufig an Bluthochdruck als solche mit tiefem Bildungsniveau. Eine neue Broschüre des BAG veranschaulicht mit ausgewählten Beispielen das komplexe Bild der gesundheitlichen Chancengleichheit.

www.bag.admin.ch



MOBILITÄT

Aufsatteln am Mittwoch

Das Velo ist ein attraktives Fortbewegungsmittel und die Bewegung an der frischen Luft gute Gesundheitsförderung. Pro Velo Schweiz, EnergieSchweiz, Engagement Migros und das Bundesamt für Gesundheit wollen durch den Velo Mittwoch dieses aktive Fortbewegungsmittel besser im Alltag verankern. Mitmachen ist simpel: anmelden, Preis auswählen, Kilometer sammeln und mit etwas Glück gewinnen.

www.velomittwoch.ch



Mitmachen ist simpel: anmelden, Preis auswählen, Kilometer sammeln und mit etwas Glück gewinnen.

TOURISMUS

Alle aufs Velo/E-Bike dieses Jahr!

Schweiz Tourismus lancierte 2018 eine Sommerkampagne zum Thema Velofahren. Es ist ebenso überraschend wie erfreulich, dass fast ein Fünftel der Gäste hierzulande (von denen die meisten aus der Schweiz selbst stammen) diesen Sport während ihres Aufenthalts als Freizeitbeschäftigung ausüben – dazu zählen Mountainbiking, Rennvelo und Velotouren fahren. Festzuhalten ist auch die zunehmend steigende Popularität des E-Bikes. Man muss keine stramme Sportlerin bzw. kein gestählter Sportler sein, um die Freuden und Vorteile dieser Sportart genießen zu können. Die Route Verte zwischen Genf und Schaffhausen, die durch sechs regionale Naturparks führt, ist eine Strecke, die ganz oder teilweise für E-Bike-Touren geeignet ist.

www.myswitzerland.com
www.larouteverte.ch



GESUNDHEIT

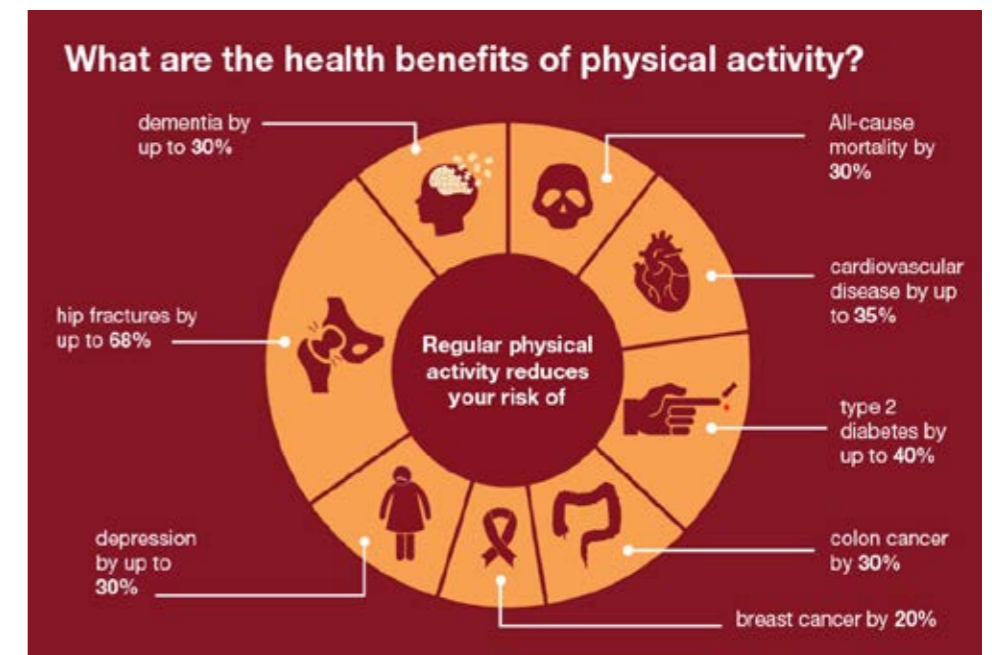
Bewegung rettet Leben

Körperliche Inaktivität ist im Vereinigten Königreich für jeden sechsten Todesfall verantwortlich (vergleichbar mit dem Rauchen) und kostet das Land jährlich geschätzte 7,4 Milliarden Pfund.

Das Gleiche gilt auch für die Schweiz: Unsere Bevölkerung ist rund 20 Prozent weniger aktiv als in den 1960er-Jahren. Wenn sich die aktuellen Trends fortsetzen, werden die Menschen hierzulande bis zum Jahr 2030 um 35 Prozent weniger aktiv sein. Bewegungsmangel hängt mit unserer Lebensweise zusammen und macht nicht an den Grenzen Halt.

Aktiv sein ist gut für die Gesundheit!

Quelle: www.gov.uk



Promotion Santé Vaud

Wie kann sich die Umgebung, in der wir leben, auf unsere Gesundheit auswirken? Promotion Santé Vaud hat eine Online-Plattform mit circa 50 konkreten Beispielen erstellt, um sowohl private als auch öffentliche Partner für gesunde Umgebungen zu sensibilisieren und zu motivieren.

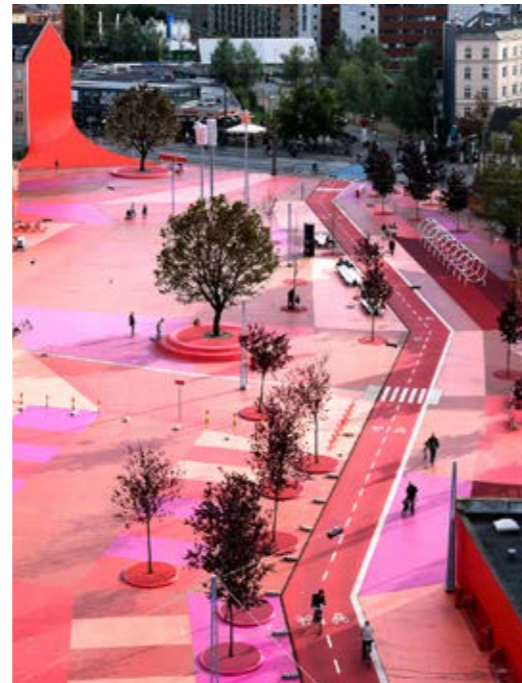
Es gibt nicht nur eine Umgebung, sondern viele Umgebungen. Unsere Umgebung kann durch Menschenhand gestaltet oder natürlich sein: Sie umfasst Strassen, Gehwege und Gebäude bzw. Wälder, Gewässer und Grün. Sie kann jedoch auch politisch sein und die Gesetze beeinflussen – oder aber wirtschaftlich und unsere Konsumentscheidungen verändern. Die Umgebungen, in denen wir leben, beeinflussen unser tägliches Leben und damit auch unsere Gesundheit.

Massnahmen zur Gesundheitsförderung zielten bisher in Form von Schulungen oder Sensibilisierungskampagnen auf Verhaltensmuster ab. Dieser Ansatz ist zwar notwendig und immer noch aktuell, weist aber zwei Hauptprobleme auf. So ist es auf der einen Seite schwierig, so genannte «vulnerable» Bevölkerungsgruppen zu erreichen. Diese haben ein erhöhtes Gesundheitsrisiko, weil ihr Zugang zu sozialen, wirtschaftlichen, politischen und Umwelt-Ressourcen erschwert ist. Auf der anderen Seite stellt der langfristige Erhalt der Motivation eine grosse Herausforderung dar.

Der Ansatz von Promotion Santé Vaud will die gewählten Politikerinnen und Politiker, Fachleute aus verschiedenen Bereichen, sowie öffentliche und private Partner für das Thema sensibilisieren. Sie alle können aktiv werden und eine gesundheitsfördernde Umgebung schaffen. Wenn das Umfeld der Menschen verändert wird, dann wird die Gesundheit der gesamten Bevölkerung gefördert, und dies unabhängig von ihrem Gesundheitszustand. ●

www.environnements-sante.ch

Die Website www.environnements-sante.ch bietet konkrete Massnahmen für alle privaten und öffentlichen Akteure.



Der Superkilen Park in Kopenhagen. Radwege, Stadtmobiliar, Spielplätze und Treffpunkte fügen sich geschickt in ein ebenso verspieltes wie stilvolles Ambiente ein.

«Eine gesundheitsförderliche Umgebung zu schaffen bedeutet auch, die Schutzfaktoren gegen Krankheiten eines jeden Einzelnen zu stärken.»

FLORIAN RUF,
Projektbeauftragter, Promotion Santé Vaud



Drei Fragen an Andrea Arz de Falco

Andrea Arz de Falco, Biologin, Theologin, Ethikerin und Vizedirektorin im Bundesamt für Gesundheit, Leiterin Direktionsbereich öffentliche Gesundheit beantwortet drei Fragen.

Warum spielt die Wirtschaft eine Rolle bei der Prävention von sogenannten Zivilisationskrankheiten wie Krebs, Diabetes, Herz-Kreislauf-Krankheiten, Übergewicht etc.?

60 Prozent der Faktoren, die unsere Gesundheit beeinflussen, liegen ausserhalb des eigentlichen Gesundheitsbereichs. Unsere Gesundheit wird z. B. beeinflusst durch die Umwelt, die Ernährung, die Arbeits- und Wohnbedingungen usw. Das Gesundheitssystem selbst erreicht in den meisten Fällen nur diejenigen Menschen, die bereits gesundheitliche Probleme haben. Um jedoch auch die Menschen zu erreichen, die gesund sind und es bleiben sollen, und damit diesen Krankheiten vorzubeugen, müssen die Menschen in ihrem täglichen Lebensumfeld erreicht werden. Zum Beispiel beim Einkaufen, auf dem Arbeitsweg, beim Medienkonsum. Dafür brauchen wir auch Partner aus der Wirtschaft.

Arbeitet der Bund mit diesem Anliegen schon lange mit der Wirtschaft als Partner zusammen?

Die Strategie zur Prävention nichtübertragbarer Krankheiten (2017 bis 2024) baut in allen Bereichen auf einem partnerschaftlichen Ansatz auf. In der Schweiz existiert die Initiative actionsanté seit 2009. In diesem Rahmen haben sich bereits viele grosse Schweizer Lebensmittelunternehmen wie Coop, Migros oder Nestlé für die Re-

formulierung von Lebensmitteln (z. B. Salz- oder Zuckerreduktion) engagiert. Gesunde Lebensmittel sind in den letzten Jahren auch immer mehr in das Interesse der Öffentlichkeit sowie der Konsumentinnen und Konsumenten gerückt, was wiederum das Interesse der Unternehmen steigert, gesündere Produkte herzustellen. Auch international hat sich der Dialog zwischen den Ministerien und der Lebensmittelindustrie etabliert. Mit dieser Basis möchten wir nun auch Unternehmen motivieren, sich nicht nur im Ernährungsbereich, sondern auch für die Bewegungsförderung zu engagieren.

Was muss bei einer Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und der Wirtschaft betrachtet werden?

Zur Vermeidung von Interessenskonflikten und Schaffung von Glaubwürdigkeit ist Transparenz notwendig. Die Öffentlichkeit muss nachvollziehen können, welche Partnerschaften bestehen. Zusätzlich ist eine Beurteilung des jeweiligen Engagements durch unabhängige Expertinnen und Experten oder anhand von internationalen Standards wichtig. Beides ist im organisierten Rahmen der Initiative actionsanté gegeben.

Am Ende soll eine Win-Win-Situation entstehen und sowohl die öffentliche Gesundheit als auch das Unternehmen von einer Partnerschaft profitieren.

Mit wenigen Schritten zu grosser Wirkung

Wer bewusst zur nächsten Haltestelle geht anstatt zu warten, tut seiner Gesundheit etwas zuliebe und spart im besten Fall sogar Zeit. Mit gezielten Massnahmen können Unternehmen des öffentlichen Verkehrs Kapazitätsengpässen entgegenwirken, die Zufriedenheit ihrer Kunden verbessern und deren Alltagsbewegung fördern. Die Initiative actionsanté des BAG hilft ihnen dabei.

Der öffentliche Verkehr in der Schweiz ist weltweit einzigartig und geniesst in der Bevölkerung einen sehr guten Ruf. Pro Tag benutzen über 1,5 Millionen Menschen den Zug, die Bahn oder den Bus. Das Mobilitätsbedürfnis nimmt weiter zu und der Anteil des öffentlichen Verkehrs am gesamten Personenverkehr steigt laufend. Seine wirtschaftliche, soziale und gesellschaftliche Bedeutung ist gross. Aus diesem Grund hat das Bundesamt für Gesundheit BAG zusammen mit Unternehmen des öffentlichen Verkehrs und Verkehrsverbänden anlässlich eines Workshops Wege erkundet, wie sich körperliche Aktivitäten in diesem Umfeld gezielt fördern lassen. Es hat sich gezeigt, dass in diesem Bereich grosses Potenzial liegt, auch für die Unternehmen.

Kundenzufriedenheit steigern durch zusätzliche Dienstleistungen

Ein Engagement zahlt sich für ein ÖV-Unternehmen auf mehreren Ebenen aus: Ge-

sundheitsfördernde Massnahmen wie etwa die Anzeige von Gehdistanzen werden von den Kunden als zusätzliche Dienstleistung wahrgenommen. Wer weiss, wie lange es zu Fuss bis zur nächsten Station dauert, ist nicht gezwungen, an Ort und Stelle auf den Bus zu warten, sondern kann eine Station zu Fuss gehen. Kundinnen und Kunden schätzen gute Informationen. Das steigert die Kundenzufriedenheit, verbessert die Kundenbindung und fördert die Diversifikation der Mobilitätsmöglichkeiten.

IN FORM DANK LANGSAMVERKEHR

Eine Auswertung der Daten aus dem Mikrozensus Mobilität und Verkehr in Bezug auf den Body-Mass-Index (BMI) zeigt einen Zusammenhang zwischen Körpergewicht und der Teilnahme am Langsamverkehr: Normalgewichtige sind häufiger und länger zu Fuss, mit dem Fahrrad und/oder dem ÖV unterwegs als Übergewichtige/Adipöse. Der Besitz eines ÖV-Abos erhöht unter anderem die Mobilität im Langsamverkehr.

Denn Multimodalität (Möglichkeit, die verschiedenen Verkehrsmittel zu nutzen) ist in der Fortbewegung ein wichtiger Trend. Als Ergänzung von bewegungsfördernden Fahrgastinformationen bieten sich auch Veloparkplätze und Bikesharing-Angebote in der Nähe von Bushaltestellen sowie kostenlose Velomitnahme-Möglichkeiten ausserhalb der Stosszeiten an.

Verkehrsspitzen glätten

Gesundheitsfördernde Massnahmen können auch eingesetzt werden, um Frequenzspitzen zu brechen oder Engpässe zu entschärfen, ohne dass dadurch Kunden verloren gehen. Mit Hilfe von Plänen, Apps und Fahrgastinformationssystemen können Kunden motiviert werden, einen Knotenpunkt zu Fuss zu umgehen. Damit kann in Stosszeiten dazu beigetragen werden, den reibungslosen Betrieb zu gewährleisten.

Imageförderndes Engagement

Im Rahmen eines Engagements für die Gesundheit profitieren ÖV-Unternehmen auch von einem Imagegewinn. Sie können sich als umfassende Mobilitätsdienstleister und als wichtige Akteure für die nachhaltige Entwicklung einer Stadt oder einer Region positionieren. Eine Partnerschaft mit actionsanté verleiht ihnen eine grössere Sichtbarkeit. actionsanté verbreitet als Multiplikator gute Beispiele und stellt auch eine Verbindung zur Forschung her.

Den Lebensstil vieler Menschen treffen

Für gesundheitsfördernde Massnahmen ist der öffentliche Verkehr ideal. Mit ihm lassen sich praktisch alle Mobilitätsbedürfnisse abdecken, sei es für Arbeit, Schule, Freizeit oder Einkaufen. In diesem Kontext können Menschen auf vielfältige Art rund um die Themen Bewegung und Gesundheit angesprochen werden. Speziell auch junge Menschen, da sie öffentliche Verkehrsmittel oft für ihre Ausbildungswege benutzen.

Schlussendlich ist jede Fahrt mit dem öffentlichen Verkehr früher oder später mit Zufussgehen oder Velofahren verbunden. Genau an dieser Schnittstelle kann ange- setzt werden, um die Bewegung im Alltag zu fördern. •

41% MIT ÜBERGEWICHT

In der Schweiz haben vier von zehn Personen (und 5 von 10 Männern) einen Body-Mass-Index (BMI) von über 25 und leiden an Übergewicht oder Fettleibigkeit.
Quelle: BFS, 2012

Interessierte Unternehmen des öffentlichen Verkehrs können sich bei actionsanté unkompliziert über weitere Details informieren. Wege zum konkreten Engagement finden Sie auf Seite 18.

ÖV-BENUTZUNG

Über die Hälfte aller erwachsenen Schweizerinnen und Schweizer besitzt ein Generalabonnement (GA), ein Halbtax- oder ein Verbund-Abo. Im Jahr 2014 waren gut zwei Milliarden Fahrgäste mit Bahn, Tram, Trolley und Bus unterwegs.
Quelle: BFS, 2012

WORKSHOP

Realitäts-
check

In einem Workshop im Herbst 2017 hat das BAG unter der Führung des Büros für Mobilität zusammen mit Verkehrsbetrieben, NGOs und Kantonsvertretern erarbeitet, wo und wie bewegungsfördernde Massnahmen im öffentlichen Verkehr umgesetzt werden können und welche Unterstützung ÖV-Unternehmen für die Umsetzung benötigen. Aus den Ergebnissen entstand ein konkreter Massnahmenkatalog. Dieser steht ÖV-Unternehmen nun als Tool zur Verfügung. ●



Stimmen aus der Branche

Wie kann der öffentliche Verkehr zu einer körperlich aktiveren Gesellschaft beitragen?



«In Basel motivieren wir die Bevölkerung, Neues auszuprobieren und Alternativen zu testen. Alleine der Fussweg zwischen zwei Tramhaltestellen kann Wunder bewirken.»

MARTIN DOLLESCHEL
Projektleiter «Basel unterwegs»,
Bau- und Verkehrsdepartement
Kanton Basel Stadt



«Den Fahrgast während Verkehrsspitzen zum Zufussgehen zu motivieren – das führt zu einer Win-win-Situation für Transportunternehmen und Gesundheitsförderung.»

NOELLE FISCHER
Büro für Mobilität AG, Bern



«Der ÖV bietet auf unkomplizierte Weise Möglichkeiten für mehr Bewegung: Statt auf den nächsten Bus zu warten einfach zu Fuss zur nächsten Haltestelle.»

SAMUEL UERCH
Angebotsplaner,
Verkehrsbund Luzern

Welche wissenschaftlichen Erkenntnisse gibt es zur Bewegungsförderung im öffentlichen Verkehr?

2017 hat die **Hochschule Luzern** im Auftrag des BAG eine Übersichtsstudie zu Interventionen und Case Studies in diesem Bereich durchgeführt. Einige Resultate:

- Durch neue Betriebsangebote wie zusätzliche Linien kann die Wahrscheinlichkeit erhöht werden, dass die empfohlene wöchentliche körperliche Aktivität der ÖV-Nutzer erreicht wird.
- Der Einsatz von Plakaten mit gesundheitsförderlichen Slogans (Nudging) erhöhte den Anteil der Treppennutzer in U-Bahnstationen.
- Eine Verbesserung der Veloparkmöglichkeiten an Bahnhöfen führt zu einer höheren Anzahl an Velos an den Stationen, zu reduzierter Nutzung von Autos und zu einem Anstieg der Zugfahrten. ●

Welche Projekte zur Förderung der Alltagsbewegung gibt es bereits in der Schweiz und im Ausland?

Das Programm «**Basel unterwegs**» des Kantons Basel zeigt mit einem Netzplan an, in welcher Zeit die nächsten Haltestellen zu Fuss erreichbar sind. Während der Olympischen Spiele in London gab es eine Kampagne, die auf die Entlastung des ÖV bei gleichzeitiger Bewegungsförderung setzte. Und in Wien wird die Bevölkerung mit Apps, Fusswegnetzwerken und verschiedensten Interventionen zu mehr Bewegung motiviert. Den Anteil des täglichen Zufussgehens um 20 Prozent fördern will die Stadt Kopenhagen, die sich zusammen mit London, Barcelona und Canberra in der internationalen Fussverkehrkonferenz Walk21 engagiert ist. ●





WAS IST NUGDING?

Mit der verhaltensökonomischen Methode Nudging (englisch für anregen, anstossen, anstupsen) wird versucht, jemanden auf etwas aufmerksam zu machen, an etwas zu erinnern oder sanft zu warnen, ohne dabei auf Verbote, Gebote oder ökonomische Anreize zurückzugreifen.

Die Nudge-Theorie wurde durch das Buch «Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness (Vuibert) verbreitet, das 2008 von Cass Sunstein, Professor für Rechtswissenschaften an der Harvard University, sowie Richard Thaler, Ökonom an der Chicago University und Nobelpreisträger 2017 für Wirtschaftswissenschaften, verfasst wurde.

Nudging: ein neues Instrument zur Bewegungsförderung

Gesundheit, Konsum, staatsbürgerliches Pflichtgefühl ... Sanktionen durch positive psychologische Anreize zu ersetzen, ist ein Trend, der seit zehn Jahren anhält. Prof. Dr. Ben Voyer, Psychologe und Verhaltensökonomie-Forscher, beantwortet unsere Fragen.

Prof. Dr. Ben Voyer, können Sie uns den Mechanismus hinter der Nudge-Theorie erläutern?

Im Bereich der Bewegungsförderung sind jene Grundprinzipien am effizientesten, bei denen Entscheidungstrends berücksichtigt werden. So impliziert beispielsweise das Prinzip der Präferenz für die Gegenwart, dass die Aufmerksamkeit auf kurzfristige Ziele und den unmittelbaren Nutzen – und nicht auf langfristige Folgen und Vorteile (zum Beispiel die Verläng-

erung der Lebensdauer) – ausgerichtet ist. Die Verlustaversion kann gefördert werden, um Menschen zu ermutigen, sich weiterhin gesund zu verhalten. Wenn Menschen für ihr gesundes Verhalten belohnt werden und wenn ihnen anschliessend mit dem Entzug der Belohnung gedroht wird (zum Beispiel mit dem Entzug eines Rabatts für die Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio), kommt die Verlustaversion zum Tragen und kann ihr Verhalten beeinflussen.

Welche anderen Faktoren können unser Verhalten und unsere Entscheidungen unbewusst beeinflussen?

Ein weiteres Prinzip, das bei der Bewegungsförderung sehr gut funktioniert, ist die Festlegung von Normen. Indem den Betroffenen zum Beispiel gesagt wird, dass sie sich 30 Minuten pro Tag körperlich betätigen sollen, haben sie ein Zielverhalten, das sie anstreben können. Forschungsarbeiten über das Verbraucherverhalten haben gezeigt, dass der individuelle Anreiz



NAME UND TITEL

Prof. Dr. Ben VOYER, ESCP Europe, London School of Economics

WOHNT IN

London

BERUF

Psychologe

FORSCHT

weltweit im Bereich Konsumverhalten und Entscheidungsfindung mit Schwerpunkt Verhaltensökonomie

besser funktioniert als eine allgemeinere Norm. Es geht also darum, den Individuen eine sehr zielgerichtete Norm vorzugeben. Wenn man zum Beispiel den Gästen eines Hotels mitteilt, dass 75 Prozent der Gäste dieses Hotels ihre Handtücher wiederverwenden, wird die Wiederverwendung zunehmen. Noch spezifischere Botschaften wie etwa «75 Prozent der Gäste in diesem Zimmer verwenden ihr Handtuch wieder» haben eine noch grössere Wirkung, da sich die Betroffenen noch besser mit so einer Norm identifizieren können.



Eine einfache und spielerische Art, jeden zu motivieren, die Treppe zu benutzen

Es muss auch auf jenes Element geachtet werden, das als «Gamification» bezeichnet wird. Die Aktivitäten haben einen spielerischen Charakter und die Menschen werden zu körperlicher Aktivität angeregt, ohne es zwangsläufig zu bemerken. Das Anbringen von «Klaviertasten» entlang der U-Bahn-Rolltreppen in einigen Städten ist ein gutes Beispiel hierfür. Indem sie das Rolltreppenfahren zum Vergnügen und somit weniger langweilig machen, ziehen sie die Aufmerksamkeit der Menschen auf

sich und lenken sie von der Benutzung der Rolltreppen ab. Und schliesslich legt die Forschung im Bereich der emotionalen Überzeugung und des Storytellings nahe, dass wir das Verhalten der Nutzerinnen und Nutzer indirekt beeinflussen können, indem wir es mittels Geschichten transportieren, die die menschliche und exemplarische Dimension des Verhaltens hervorheben. Im Zuge der Kampagnen zur Hautkrebsprävention in Australien wurden zum Beispiel die Aussagen von Melanompatienten genutzt, um die Australierinnen und Australier zu ermutigen, Sonnencreme zu verwenden und längere Aufenthalte in der Sonne zu vermeiden.

Glauben Sie, dass das Prinzip der indirekten Anreize (die Nudge-Theorie) auch im Bereich der Bewegungsförderung seitens der Unternehmen angewendet werden kann, und wenn ja, wie?

Ja, durchaus. Indirekte Anreize sind eine wichtige Waffe zur Bekämpfung des Bewegungsmangels. Die Vorteile liegen auf der Hand. Um ein Zielverhalten zu fördern, kann man dieses entweder gezielt fördern oder einem schädlichen Verhaltensmuster entgegenwirken. Dies bedeutet, darüber nachzudenken, was für ein «Design» oder was für eine «Architektur» einer Entscheidung zugrunde liegt – also zu verstehen, in welchem Kontext und mit welchen Optionen Entscheidungen durch die Individuen getroffen werden. Zu oft soll, insbesondere im Zuge von Präventions- und Gesundheitskampagnen, schädlichem Verhalten entgegengewirkt werden. Diese «Negativlogik» hat jedoch nur eine begrenzte Wirkung, zumal die meisten Menschen, die von einer Verhaltensänderung profitieren würden, sich ihrer Verhaltensmuster sehr wohl bewusst sind. Menschen werden von Natur aus von einfachen Dingen mit geringem Aufwand angezogen. Dies wird als «Prinzip der kognitiven Ökonomie» bezeichnet.

Welche Branchen können sich noch stärker für die Bewegungsförderung einsetzen?

Ich denke, dass die Bewegungsförderung uns alle etwas angeht und wir uns alle dafür engagieren sollten. Zum Beispiel sind

«Ich denke, dass die Bewegungsförderung jedermanns Sache sein kann und muss.»

Warteschlangen meistens Leerlaufzeiten, in denen die Menschen inaktiv sind; hier könnte man sich eine Reihe von Aktivitäten vorstellen, um die Wartezeiten unterhaltsamer und aktiver zu gestalten. Andere Bereiche können indirekte Bewegungsanreize bieten.

So könnten zum Beispiel Museumsrundgänge so gestaltet werden, dass im Rahmen einer Ausstellung eine maximale körperliche Aktivität erreicht wird. Städte und Touristenattraktionen könnten eine Kriterienliste erstellen, die festlegt, wie man ihre Sehenswürdigkeiten oder Attraktionen mittels körperlicher Aktivität entdecken kann (Beispiele: Entfernung, Ausdauer, Intensität).

Welchen Nutzen können Unternehmen aus der Anwendung der Nudge-Theorie ziehen?

Für die Unternehmen gibt es viele Vorteile. Einerseits erfüllt die Anwendung der Nudge-Theorie eine wichtige Funktion, nämlich zum Wohle der Gesellschaft beizutragen. Viele grosse und kleine Unternehmen bestätigen, dass sie die soziale und gesellschaftliche Verantwortung (Corporate Social Responsibility) ernst nehmen. Die Bewegungsförderung ist eine einfache Massnahme, um einen Beitrag dafür zu leisten. Darüber hinaus kann sie bei den Endkundinnen und Endkunden die positive Wahrnehmung des Unternehmens – das Image – verstärken. Und sie kann auch den Zusammenhalt innerhalb des Unternehmens fördern, zu einer besseren Teamdynamik beitragen und so die Produktivität steigern. ●

AN SIE PERSÖNLICH:

Bewegen Sie sich genug?

Ich laufe 42 km pro Woche und fahre mit dem Velo zur Arbeit. Ich würde also eher «ja» sagen! Ich betrachte körperliche Aktivität als Vergnügen und nicht als Einschränkung, so dass ich mich nicht dazu zwingen muss.

Welcher indirekte Anreiz funktioniert bei Ihnen am besten?

Ich bin ein Wettkampftyp, ich messe mich gerne mit anderen oder weiss gerne, ob ich im Vergleich zum Durchschnitt meiner

körperlichen Aktivitäten mehr oder weniger aktiv war. Alle Anreize, die auf Feedback und Zielen basieren, haben deshalb eine motivierende Wirkung auf mich. Auch hier bieten die neuen Technologien viele Möglichkeiten, um die Individuen indirekt zu mehr Bewegung zu ermutigen. Wenn ich weiss, dass ich durch eine Laufstrecke von 15 statt 10 Kilometern meinen persönlichen Wochenrekord in Sachen Bewegung noch verbessern werde, beeinflusst mich das höchstwahrscheinlich und ich mache das.

Wirkungsvolles Nudging: Das Bewerbungskomitee für die Olympischen Sommerspiele 2024 in Hamburg hat die Treppen einer S-Bahn-Station zur Tartanbahn umfunktioniert und so als sportliche Alternative zur Rolltreppe inszeniert.



Lustvolles Lauftraining für Kunden

Ochsner Sport erleichtert mit kostenlosen Workshops den Einstieg in den Laufsport. Im Interview erklärt Raffael Zanoni, weshalb sich das Unternehmen für die Gesundheit seiner Kundinnen und Kunden engagiert.

Als grösster Schweizer Sportartikelhändler engagiert sich Ochsner Sport mit einem Aktionsversprechen bei actionsanté zur Motivation von Menschen fürs regelmässige Laufen. In 14 Orten finden kostenlose Laufworkshops statt. Innerhalb von drei Stunden werden den Teilnehmenden die wichtigsten Grundlagen des Laufens vermittelt. Anschliessend besteht die Möglichkeit, an sechs Folgetrainings teilzunehmen. 2017 rannten insgesamt 2700 Personen an den Workshops mit. Bis 2019 und darüber hinaus will Ochsner Sport das Angebot sukzessiv ausbauen und den Anteil an Laufanfängern weiter steigern.

Raffael Zanoni, jeder Mensch kann laufen. Warum braucht es dafür spezielle Trainings?

Weil man trotz der Einfachheit dieser Sportart einige Grundlagen beachten sollte. Wer mit Golf oder Tennis beginnen möchte, nimmt Unterricht. Für das Laufen gilt das kaum. Wir glauben, dass drei Stunden Workshop zu den Grundlagen dieser Sportart viel bewirken können: Bewusstsein für den richtigen Bewegungsablauf, Prävention von Verletzungen und nicht zuletzt mehr Freude am Laufsport durch klare Ziele bzw. einen individuellen Trainingsplan.

Weshalb bietet Ochsner Sport Laufworkshops an?

Über unsere Produkte können wir uns als Sportartikelhändler fast nicht differenzieren. Einen verbreiteten Laufschuh wie den ASICS



Kayano gibt es überall. Wenn wir die Kunden jedoch mittels sportlicher Erlebnisse an uns binden, erzeugt das eine langfristige Wirkung. Unsere Workshops richten sich gezielt auch an Laufanfänger. Wir verkaufen den Menschen quasi das Werkzeug und zeigen ihnen zusätzlich den richtigen Umgang damit. Abgesehen von zufriedenen Kunden verleiht uns das auch Kompetenz.

Was meinen Ihre Kunden zum Angebot?

Von den 2700 Menschen, die wir 2017 bewegt haben, würden 98 Prozent unsere Workshops weiterempfehlen. Im Hintergrund arbeiten sehr viele Leute an den sportlichen Inhalten des Konzepts. Unter anderem Marathon-Europameister Viktor Röthlin, der seit 2018 Teilzeit für Ochsner Sport arbeitet. Wir denken, dass unsere Kunden diese Kompetenz an den Workshop-Abenden auch spüren.

bleiben die Teilnehmenden nach den Workshops körperlich aktiv?

Anfang 2018 haben wir die Teilnehmer der Frühjahrsworkshops 2017 noch einmal befragt. Rund ein Drittel gab an, sich nach den Workshops mehr zu bewegen als vorher. Erfreulich waren zudem die Auswirkungen in Bezug auf das individuelle Laufverhalten: Rund 70 Prozent der Menschen aus unserer Stichprobe fühlen sich jetzt sicherer und laufen bewusster. Das erhöht die Chance, dass sie ihr Training aufrechterhalten oder zum Beispiel auch an Lauftreffs teilnehmen.

Was bringt Ihnen die Kooperation mit actionsanté?

Die Mitarbeitenden des BAG unterstützen uns mit ihrer Expertise – beispielsweise bei der Erarbeitung von Fragebogen für mehr Nachhaltigkeit. Das ist wertvoll, um künftig noch mehr Menschen langfristig bewegen zu können. Ausserdem bewerten wir eine Partnerschaft mit einer Initiative des Bundes als eine Art Gütesiegel für unser Projekt. ●



An die 3000 Personen haben bereits an den kostenlosen Ochsner Sport Laufworkshops teilgenommen.

BERNEXPO und Messe Schweiz: Gesundheitszone an Publikumsmessen

BERNEXPO und Messe Schweiz haben sich zusammen mit FairMatch bei actionsanté dafür engagiert, Seniorinnen und Senioren für Gesundheitsthemen zu sensibilisieren. Die Bewegungs- und Gesundheitswelt «Active Zone» zeigt, wie ältere Menschen Bewegung in den Alltag integrieren und sich so mehr und sicherer bewegen können. In Zusammenarbeit mit Sportverbänden werden ein geführtes Bewegungsprogramm, Informationen zum Laufen, praktische Übungen sowie Probefahrten mit E-Bikes angeboten.



BERNEXPO⁺
GRUPE



«Unternehmen spielen eine wichtige Rolle»

Ich freue mich sehr, dass ich den Schweizer Sportfachhandel in der Expertengruppe actionsanté EGAS vertreten darf. Seit über 30 Jahren bin ich beruflich im Sportfachhandel aktiv, unter anderem in der Geschäfts- und Verkaufsleitung der Mammut Sports Group AG und im Vorstand des Verbands Schweizer Sportartikellieferanten (SPAF). Persönlich bin ich ebenfalls mit dem Sport-Virus infiziert.

Ich bin überzeugt davon, dass Bewegung eine hocheffiziente Therapie ist. Bewegung verlängert das Leben, beugt Krankheiten vor und kann sie sogar heilen. Und nicht zu vergessen, Bewegung vermittelt Lebensfreude!

«Unternehmen können ihren Kunden helfen, ein gesundes und aktives Leben zu führen.»

Unternehmen können viel zur Bewegungsförderung beitragen. Indem sie ihre Kundinnen und Kunden dabei unterstützen, einen aktiven Lebensstil zu pflegen. Die Sportartikelindustrie verfolgt sogar die gleichen Ziele wie die Bewegungsförderung und verfügt über grosses Know-how zu geeigneten Produkten sowie im Umgang mit Zielgruppen. Es ist deshalb wichtig, dass der Bund und die Sportbranche zusammenarbeiten und die Unternehmen ihre umfassende Expertise aus dem Sportbereich als Partner bei actionsanté einbringen. Auf viele spannende und erfolgreiche Projekte!

BERNHARD BOLLIGER
Vorstandsmitglied des Verbands Schweizer Sportartikellieferanten (SPAF)

Schweizer Marken fördern Bewegung schon seit eh und je

Unabhängig vom positiven Image, das dadurch vermittelt wird, engagieren sich zahlreiche Unternehmen seit vielen Jahren für die Bewegungsförderung.



Der erste Vitaparcours wurde 1968 angelegt. 50 Jahre später gibt es in der Schweiz rund 500 Standorte.

Das Engagement für die Gesundheit der Mitarbeitenden, der Kunden und der Bevölkerung ist eine langfristige Vision und Teil der Werte und Kultur eines Unternehmens. Haben auch Sie Interesse daran, sich bei actionsanté zu engagieren?

Migros Parks im Grünen

Das Migros Kulturprozent ist ein freiwilliges Engagement der Migros, das in ihren Statuten festgehalten und im Verantwortungsbewusstsein der Unternehmensgruppe gegenüber der Gesellschaft verankert ist. Das Migros Kulturprozent möchte der Bevölkerung einen breiten Zugang zu Kultur und Bildung ermöglichen und den Menschen die Möglichkeit bieten, über unsere Gesellschaft nachzudenken und zum sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Wandel beizutragen. Unterstützt durch das Migros Kulturprozent ermöglichen vier Parks im Grünen (Parc Pré Vert du Signal de Bougy, GurtenPark im Grünen, Park im Grünen Münchenstein, Park im Grüene Rüschtikon) und der Monte Generoso der ganzen Familie, sich in einer ruhigen und grünen Umgebung zu entspannen und Spass zu haben. Ideal für Freizeitaktivitäten und Bewegung mit der ganzen Familie.

www.migros.ch

Zurich Vitaparcours

Die Zurich Vitaparcours feiern 2018 ihr 50-jähriges Bestehen – und ihr Konzept ist alles andere als gealtert! Gesundheitsförderung, Förderung des Familienzusammenhalts, Kontakt mit der Natur, Stärkung des Breitensports – die sportlichen Fitnessparcours im Wald erfreuen jedes Jahr Tausende von Menschen. In der Schweiz gibt es rund 500 Standorte. Jeder Parcours hat 15 Stationen mit insgesamt 43 Übungen. Im Auftrag der Stiftung Vitaparcours ist die RADIX Schweizerische Gesundheitsstiftung mit ihrer Abteilung Zurich Vitaparcours für den operativen Betrieb und die Qualitätssicherung der Parcours sowie die Unterstützung der zuständigen lokalen Organisatoren verantwortlich.

www.zurichvitaparcours.ch

Unternehmen übernehmen Verantwortung im Rahmen von actionsanté



Auch der Wirtschaft fällt eine Schlüsselrolle zu, Verantwortung für die Gesundheit der Schweizer Bevölkerung zu übernehmen: Mit entsprechenden Angeboten und Aktivitäten kann sie gewährleisten, dass die Menschen in unserer Gesellschaft eine gesündere Wahl treffen können.

Jetzt aktiv werden!

In sechs Schritten gelangen Sie bei actionsanté von der Entwicklung zur Umsetzung einer bewegungsfördernden Aktion. Sie können jederzeit auf unsere fachliche Unterstützung zählen.

Die Initiative actionsanté dient der Förderung des Dialogs zwischen Unternehmen und dem Bund. Durch freiwillige Aktionsversprechen von Unternehmen zielt actionsanté darauf ab, die Rahmenbedingungen im Bereich Ernährung und Bewegung für alle in der Schweiz so zu verändern, dass die gesunde Wahl leichter fällt, ganz nach dem Motto «Make the healthy choice the easy choice».

- 1 **Kontaktaufnahme mit actionsanté**
 - Unverbindliches Erstgespräch für vertiefte Informationen, mögliche Themen, Rahmenbedingungen etc.
 - Beratung zu möglichen Aktionsbereichen und -zielen betreffend Relevanz, Zeithorizont etc.
 - Zugang zu Informationen bisheriger Aktionen
 - Kontaktvermittlung zu anderen Akteuren für individuellen Erfahrungsaustausch
- 2 **Ausarbeitung der Absichtserklärung in Zusammenarbeit mit actionsanté**
- 3 **Einreichen der Absichtserklärung**
- 4 **Prüfung der Aktionsidee durch die Expertengruppe**
- 5 **Entscheidung durch die Direktion actionsanté**
- 6 **Umsetzung der Aktion und Kommunikation als Partner von actionsanté**

MACHEN SIE MIT!



Möchten Sie ein Aktionsversprechen im Bewegungsbereich abgeben?

Das Bundesamt für Gesundheit steht Ihnen gerne zur Verfügung, um gemeinsam mit Ihnen einen Aktionsplan zu erstellen:

bewegung@actionsante.ch



Möchten Sie ein Aktionsversprechen im Ernährungsbereich abgeben?

Das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen steht Ihnen gerne zur Verfügung, um gemeinsam mit Ihnen einen Aktionsplan zu erstellen:

ernaehrung@actionsante.ch

Kontakt

Büro actionsanté
 Bundesamt für Gesundheit BAG
 CH-3003 Bern
 Tel. +41 (0)58 463 87 55
info@actionsante.ch
www.actionsante.ch

Impressum

Herausgeber:
 Bundesamt für Gesundheit BAG
 November 2018

Konzept und Redaktion

Nadine Orillard, Gisèle Ferrot, Luzia Inauen
 (Bundesamt für Gesundheit)
 Andreas Renggli (Polarstern GmbH)

Grafik

Kargo Kommunikation

Diese Publikation ist auch auf französisch erhältlich.

Bildnachweis

Keystone, S-Bahn Hamburg Manfred Dube, OFSP, Shutterstock, iStock.

Vertrieb

BAG-Publikationsnummer: 2018-OEG-101

GEMEINSAM FÜR EINE GESÜNDERE GESELLSCHAFT



Eine Initiative des Bundesamtes für Gesundheit BAG und des
Bundesamtes für Lebensmittel und Veterinärwesen BLV



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Gesundheit BAG