

"Dialogue politique" : ein Versuch, die Prävention besser zu verankern

Autor(en): **Fassbind, Jürg**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **SuchtMagazin**

Band (Jahr): **27 (2001)**

Heft 2

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-799969>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

«Dialogue politique» – ein Versuch, die Prävention besser zu verankern

Fachleute der Prävention und Gesundheitsförderung tun sich in der Regel schwer damit, in einer allgemein verständlichen Sprache zu erklären, worin ihre Arbeit besteht und welchen Nutzen sie bringt. Die Berner Gesundheit entwickelte zusammen mit Kommunikationsfachleuten ein Programm, welches diese Vermittlungsdefizite zu Gunsten einer besseren gesellschaftlichen Verankerung von Prävention und Gesundheitsförderung beheben soll.

JÜRGEN FASSBIND*

Zur Einleitung einige Thesen: Die Präventions- und Gesundheitsförderungsarbeit ist als Anliegen auf dem politischen Parkett parteiübergreifend zwar meistens unbestritten, doch sobald der Tatbeweis in Form von zusätzlichen

* Jürg Fassbind, Historiker/Politologe, Berner Gesundheit, Fachleiter Fachbereich Prävention, Zentrum Bern, Eigerstrasse 80, 3007 Bern, Tel: 031 370 70 60, Fax: 031 370 70 61, email: juerg.fassbind@beges.ch

Der Text basiert auf einem Referat, welches der Autor anlässlich der 3. Nationalen Fachmesse für Suchtprävention in Biel (14.-16. März 2001) hielt.

Finanzen folgen sollte, wird die Prävention und Gesundheitsförderung meistens zum «nice to have» oder zum Luxusgut, und den Worten folgen keine Taten.

Diese mangelnde konkrete Unterstützung hat sehr stark damit zu tun, dass wir Präventionsfachleute unsere Arbeit zu wenig kommunizieren und verständlich machen. Wir klopfen uns lieber im Elfenbeinturm der Fachwelt gegenseitig auf die Schultern. Zwar leisten wir gute Arbeit, jedoch verstehen wir nicht, diese auch entsprechend zu verkaufen. Häufig hängt das damit zusammen, dass wir für die komplexen Aufgaben der Prävention und Gesundheitsförderung keine einfach verständliche Sprache finden.

«Dialogue politique» für eine verstärkte gesellschaftliche Verankerung von Prävention und Gesundheitsförderung

Die Tatsache, dass uns die Worte über unsere Arbeit fehlen, hat die Berner Gesundheit nachdenklich gemacht. Sie hat das Projekt «dialogue politique» lanciert. «Dialogue politique» hat zum Ziel, eine «neue und einfache Sprache» für die Präventions- und Gesundheitsförderungsarbeit zu entwickeln und nach neuen Kanälen zu suchen, wie Botschaften in dieser neuen Sprache an den Politiker oder an die Politikerin und an die Öffentlichkeit gerichtet werden können.

Die Vorgeschichte

Das Projekt hat selbstverständlich eine Vorgeschichte, welche die Problematik sehr gut zusammenfasst und für das gesamte Verständnis wichtig ist: Vor 1 1/2 Jahren habe ich als Branchenfremder bei der Berner Gesundheit meinen neuen Job als Leiter Prävention und Projekte angetreten. Damals wurde ich

von meiner 10-jährigen Götti-Tochter, Eva-Maria, gefragt, was ich denn eigentlich arbeite. Ihr Interesse hat mich gefreut. Ich habe sehr allgemein gehaltene Erklärungen von Prävention und Gesundheitsförderung von mir gegeben mit Schlagwörtern wie «Vorbeugen», «möglichst früh erkennen». Ich wollte sodann auch noch die wichtigen strukturellen Aspekte und die Komplexität unserer heutigen Welt reinbringen ... und bin selbstverständlich gescheitert. Ich musste feststellen, dass mir nichts wirklich Greifbares und Konkretes zum Thema Prävention und Gesundheitsförderung einfällt, was einer aufgeweckten 10-Jährigen verständlich gewesen wäre.

Suche nach Antworten in Fachgremien

Nach dieser Kapitulation habe ich mich auf die Suche nach einfach verkäuflichen Gesundheitsförderungs- und Präventionsbildern oder -beispielen gemacht. Dabei habe ich mir in erster Linie in Gesundheitsförderungs- und Präventions-Fachgremien Antworten erhofft. Ich bin dabei auf Gremien gestossen, in welchen tonnenweise Know-how vorhanden war, in welchen ich jedoch mein Bedürfnis nach einer einfachen Sprache nicht stillen konnte. – Im Gegenteil: Der Fachjargon und die mir bereits bekannten Konzepte wurden in den ersten Monaten nach meinem Arbeitsbeginn noch um unzählige Komplexitäts-Aspekte erweitert. Ich fand mich im Fachwelten-Elfenbeinturm wieder.

Wenn mir Eva-Maria zu diesem Zeitpunkt nochmals dieselbe Frage gestellt hätte, wäre ich wahrscheinlich noch mehr ins Schwitzen geraten als vor Arbeitsbeginn. Diese Frage und das Erlebnis in der Fachwelt haben mir aufgezeigt, dass Handlungsbedarf besteht in der Kommunikation unserer

Facharbeit gegenüber Nichtfachleuten. Das fehlende Kommunizieren unserer Arbeit können wir uns heute nicht mehr leisten, es geht nämlich unter anderem um unsere finanzielle Grundlage.

Was ist «dialogue politique»?

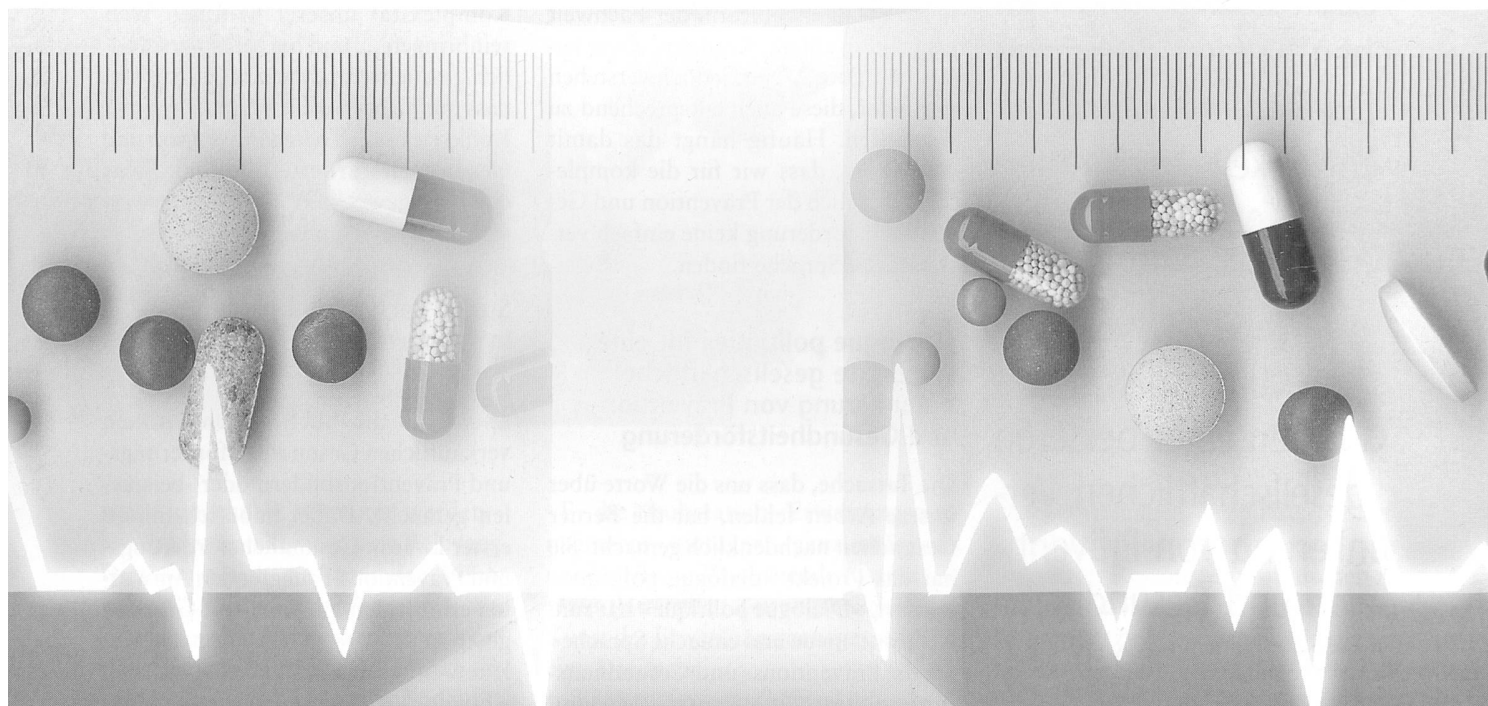
Das Ziel des Projekts «dialogue politique» ist es, in Form eines Workshops mit Präventionsfachleuten der Berner Gesundheit und KommunikationsexpertInnen neue Bilder und eine «neue» Sprache zu finden, mit welcher sich unsere Präventionsarbeit auf dem politischen Parkett besser verkaufen lässt. Anschliessend an den Workshop werden Kanäle zu PolitikerInnen aufgebaut und institutionalisiert. Mit Hilfe der neuen Kanäle werden die im Workshop entwickelten neuen Kommunika-

im Schloss Münchenwiler bei Murten durchgeführt. Das Konzept von «dialogue politique» sah folgenden Workshop-Ablauf vor: Nach Input-Referaten am Morgen des ersten Tages, werden eineinhalb Tage lang in Form von Workshops nach neuen Kommunikationsideen gesucht. Zum Einstieg am ersten Morgen wurden vier prominente ReferentInnen eingeladen. Es waren dies:

- Iwan Rickenbacher, Politikbeobachter und Kommunikations-Experte
- Isabel Baumberger, eine Medienfrau und zur Zeit Dienstchefin im Sozialdepartement der Stadt Zürich
- Sibylle Burger-Bono, eine FDP-Politikerin, Grossrätin des Kantons Bern
- Rolf Zahnd, Gesundheitsförderungs-Experte

auspicken, welche mir besonders prägnant und für uns Präventionsfachleute wichtig erscheinen.

Eine Art soziologischer Überbau war für mich Rickenbachers These, dass es heute kaum ein knapperes und flüchtigeres Gut als die Aufmerksamkeit der Menschen gibt. Sie werden nämlich ungefragt und permanent mit Botschaften und Informationen zugedeckt. Sowohl Iwan Rickenbacher wie auch Isabel Baumberger betonten, dass in einem solchen Umfeld die Vermittlung von Prävention und Gesundheitsförderung beim Alltagswissen und bei bekannten Alltagssituationen anknüpfen muss. Zudem betonten beide ReferentInnen, dass die Information für die angesprochene Person positiv, angenehm oder prestigesteigernd sein müssen.



tionsansätze getestet und angewandt. Das Projekt «dialogue politique» läuft von Juli 2000 bis Juli 2001. Die Idee dazu lieferte die Berner Gesundheit. Die Finanzierung wurde durch die Stiftung 19 und die Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern sichergestellt.

Erfahrungen mit «dialogue politique»

Mitte August 2000 wurde der zweitägige Workshop «dialogue politique»

Die vier ReferentInnen kommen aus unterschiedlichen Bereichen und hatten den Auftrag, in einem 20-minütigen Input-Referat aufzuzeigen, wie sie mit ihrem speziellen Blickwinkel Prävention und Gesundheitsförderung kommunizieren und verkaufen würden.

Aufmerksamkeit als knappe Ressource

Im Folgenden werde ich Ihnen kurz jene Aussagen der ReferentInnen her-

Kommunikation mit der Politik

Auf der politischen Ebene fand ich den Tipp der FDP-Grossrätin Sibylle Burger interessant, wonach beim Lobbying auf dem politischen Parkett die parteiinternen Arbeitsgruppen, wie beispielsweise eine AG «Gesundheit und Soziales» von grösster Wichtigkeit sind. Eine intensive Beziehungspflege über diese Schlüsselgruppen und -personen sind am Erfolg versprechendsten. Vom Referat von Rolf Zahnd blieb mir nebst anderem vor allem seine Aussa-

ge hängen, wonach anstelle des technokratischen Begriffs «Health promotion» eher von Lebensqualität gesprochen werden sollte und er stellte fest, dass es bei der Kommunikation der Gesundheitsförderung häufig ein «Kopf-durch-die-Wand», das heisst eine Unnachgiebigkeit und ein Dranbleiben braucht.

Tramfahren als Übungsfeld

Nach den interessanten Vorträgen der ReferentInnen gab es mit ihnen eine spannende und bereichernde Plenumsdiskussion. Es war für uns Fachleute wohlthuend und erfrischend, mit ExpertInnen aus verwandten Bereichen oder aus Partnerbereichen über die Prävention zu diskutieren und wieder mal die

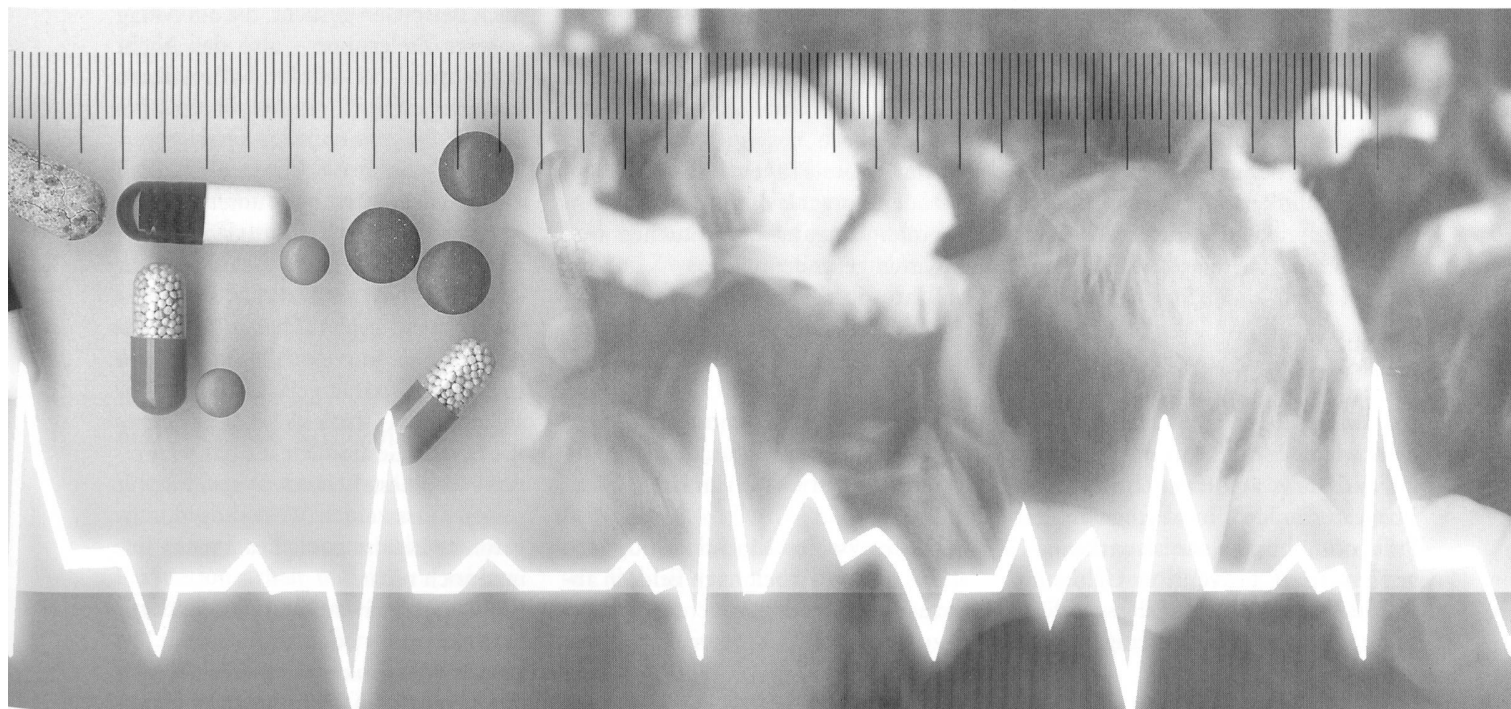
Die Notwendigkeit der Vereinfachung von komplexen Sachverhalten ...

Nach diesen wertvollen Inputs war es dann an uns Präventions-Fachleuten der Berner Gesundheit, zusammen mit der Ideenfirma «Brainstore» aus Biel neue Ideen und neue Bilder für die Prävention zu entwickeln. «Brainstore» fuhr mit ca. 14 Leuten ein – zum Teil mit 12 bis 14-jährigen Jugendlichen – und löste eine sehr intensive Ideenproduktion aus. Dabei liessen die Brainstore-Leute nicht locker, bis wir die Gesundheitsförderungs- und Präventionsinhalte in allgemein verständliche Geschichten und Statements verfasst hatten. Es war sehr schnell klar, dass wir von zu hohen fachlichen Ansprüchen Abschied neh-

... und Bezug zur Lebenswelt der allgemeinen Bevölkerung

Was die Leute ausserhalb dieses Elfenbeinturms, die Nichtfachleute, Wunder nimmt, ist etwas anderes: Sie interessiert, was unsere Arbeit mit ihrer Welt zu tun hat und welchen Nutzen sie aus ihr ziehen können – ganz nach dem Vortrag von Iwan Rickenbacher und Frau Baumberger. Sie wollen wissen, wo wir einen Unterschied machen und was wir konkret bewirken. Hohe Ansprüche!

Nach einem Tag Brainstorming in Form von Einzel-, Gruppen- und Plenumsarbeit unter enormem Brainstore-Tempo waren wir ziemlich erschöpft aber einige Schritte weiter. Das Resultat des Workshops ist in meinen Augen überzeugend.



Sichtweise von aussen zu hören. Isabel Baumberger hat in dieser Diskussion ein Bild geprägt, welches mich zuweilen bis heute verfolgt: «Stellen Sie sich vor, ein branchenfremder Bekannter steigt beim Bahnhof mit ihnen ins Tram und sie wissen nicht, wann er wieder aussteigt. Er fragt sie, was denn eigentlich Prävention oder Gesundheitsförderung sei», da muss ich in knappen Worten das Wesentliche sagen können, er könnte ja an der nächsten Haltestelle aussteigen. Tramfahren als Übungsfeld – viel Spass.

men müssen, wenn wir Prävention Nichtfachleuten kommunizieren und verkaufen wollen.

In zahlreichen durch die Brainstore-Leute gestellten Kommunikations- und Kreativitäts-Aufgaben mussten wir erfahren, dass sich die Komplexität unserer Facharbeit nur sehr beschränkt kommunizieren lässt. Mit Fremdwörtern – und seien es nur ein Begriffe wie Strukturen, Vernetzung oder Sensibilisierung – ziehen wir uns in den Elfenbeinturm der Fachwelt zurück.

Der im Workshop entwickelte Kommunikations-Ansatz für Prävention baut auf drei Modulen auf; diese sollen in Folge kurz vorgestellt werden.

Modul 1: Klar spart Prävention Geld; und zudem sorgt sie für mehr Lust am Leben.

Damit wird das alte Klischee, dass Prävention nur kostet und nichts bewirkt, schon zu Beginn entkräftet und sowohl das Sparen von Kosten und die

Wirkung als etwas Selbstverständliches dargestellt.

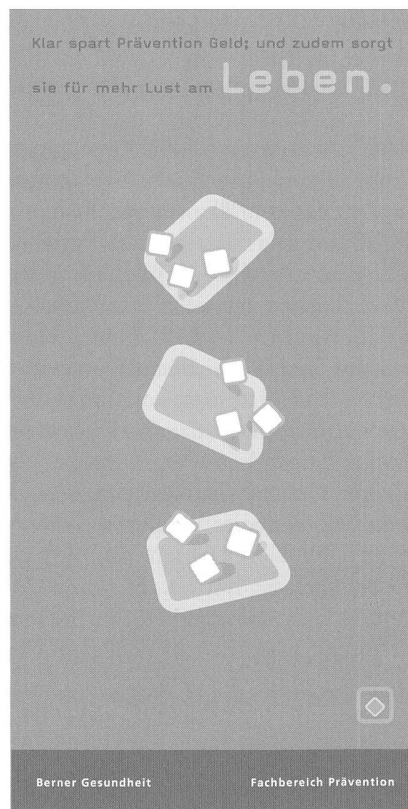
Doch ist das Geldsparen nur eine Seite. Auf was es besonders ankommt und was am Schluss hängen bleiben soll, ist die Lust am Leben, die durch die Prävention gefördert wird. Hier können wir auf Rolf Zahnd verweisen, der gerade die Lebensqualität ins Zentrum der Kommunikation stellen wollte. Obwohl wir also hauptsächlich die Prävention betonen, bewegen wir uns auf inhaltlicher Seite mit dem Begriff «Lust am Leben» auf der Ebene Gesundheitsförderung.

Wir sind überzeugt, dass wir im Dialog mit PolitikerInnen unser Tabuthema selber als erstes ansprechen sollten: das liebe Geld.

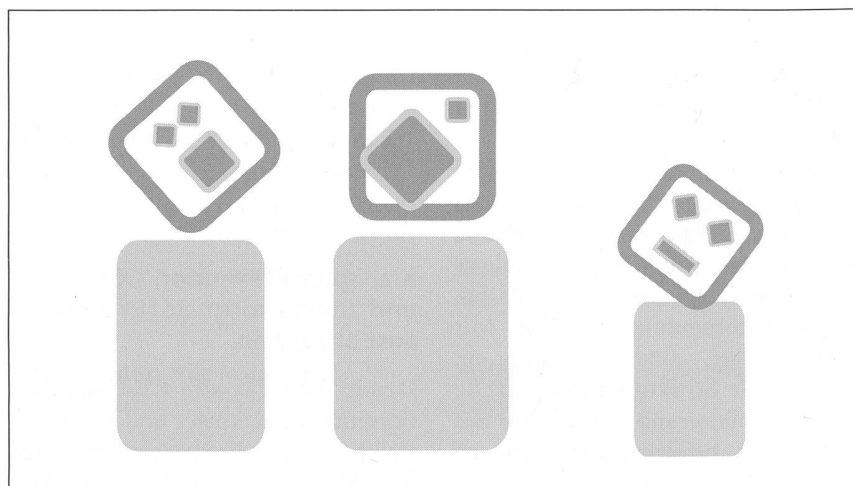
Modul 2: Der Transfer auf die konkrete Präventionsarbeit

Das zweite Modul knüpft am ersten an und fasst auf einer konkreteren Ebene zusammen, in welchen Feldern Prävention beispielsweise wirkt:

- Klar spart Prävention Geld; und zudem sorgt sie dafür, dass vernünftig mit Alkohol umgegangen wird.



- Klar spart Prävention Geld; und zudem sorgt sie dafür, dass ein sinnvoller Umgang mit Rauchen und Kiffen gefunden wird.
- Klar spart Prävention Geld; und zudem sorgt sie dafür, dass in unserem Umfeld weniger Gewalt auftaucht.
- Klar spart Prävention Geld; und zudem sorgt sie dafür, dass in unseren Schulen ein gesünderes Klima entsteht. Dieses zweite Modul ermöglicht uns, unsere Arbeit nach Feldern abzustecken und genauere Aussagen zu machen, wo wir uns engagieren.



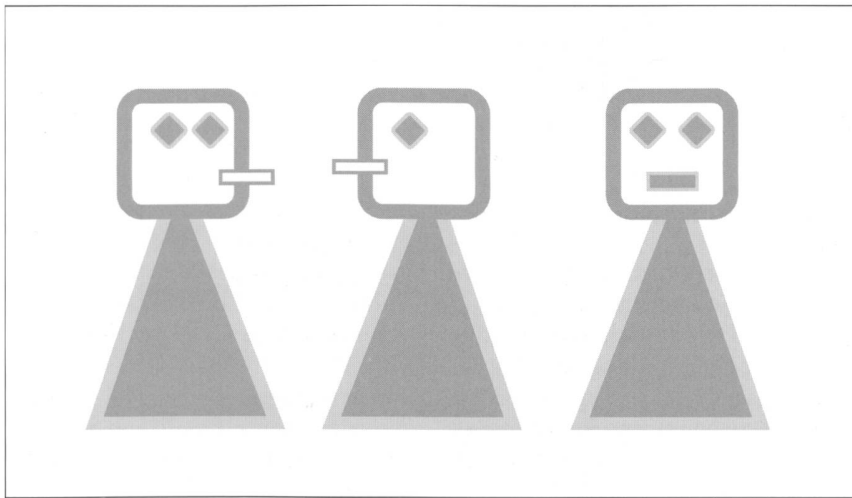
Modul 3: Die Umsetzung auf den Alltag der Zielpersonen

Im dritten Modul haben wir ganz bewusst die Tipps und Tricks von Iwan Rickenbacher, von Frau Baumberger und von Rolf Zahnd aufgenommen und sie umzusetzen versucht. Wir haben pro Aufgabenfeld des Moduls 2 nach Beispielen gesucht, die am Alltag unserer Zielgruppe – also den Nichtfachleuten – anknüpfen sollen. Dazu kreierten wir Kurzgeschichten zum Thema Prävention, welche selbstverständlich auch die Funktion haben, unsere Dienstleistungen unter die Leute zu bringen:

Klar spart Prävention Geld; und zudem sorgt sie auch dafür, dass Lea nicht raucht: Lea (12) hat coole Freundinnen. Seit kurzem hängen sie rum und finden Paffen geil. Lea ist verunsichert. Zum Glück kennt Leas Lehrer die Berner Gesundheit. Er hat jetzt einen «Coolness-Leitfaden» und hat mit seiner Klasse einen Workshop durchgeführt. Lea ist cool. Lea raucht immer noch nicht.

Klar spart Prävention Geld; und zudem sorgt sie auch dafür, dass Jan keinen Alk trinkt: Jan (13) liebt sein Snowboard. Im Klassen-Skilager haben sich seine beiden dicksten Boarder-Kollegen einen angesoffen und nur noch rumgelallt. Jan mit dem Mineralwasser in der Hand ist verunsichert. Zum Glück kennt Jans Lehrerin die Berner Gesundheit. Mit deren Unterstützung hat die Lehrerin einen Elternabend und eine Klassenaktion durchgeführt. Jan liebt sein Snowboard. Jan trinkt immer noch keinen Alk.

Klar spart Prävention Geld; und zudem sorgt sie auch dafür, dass Rahel am Tisch wieder lustvoll zugreift: Rahel (15) verkleidet sich gerne und liebt es, sich im Spiegel zu betrachten. Seit



neuestem sind ihre besten Freundinnen auf Diät. Rahel ist beim Blick in den Spiegel verunsichert. Zum Glück kennt Rahels Mutter die Berner Gesundheit. Mit deren Unterstützung hat sie eine Infoveranstaltung zum Thema Ess-Störungen an der Schule durchgeführt. Rahel hat Spass daran, sich im Spiegel zu betrachten. Rahel greift am Tisch wieder lustvoll zu.

Betroffenheit auslösen

Wie Sie sehen, sind diese Geschichten nicht nach einem komplexen Strickmuster gefertigt. Sie vereinfachen unsere Präventionsarbeit und lassen zahlreiche Zwischentöne aus. Die Geschichten spielen alle im Bereich Suchtprävention, das heisst es besteht bereits irgendein Problem im Zusammenhang mit Sucht. Auf diese Weise können wir aufzeigen, wo wir einen Unterschied machen und wo unser gesellschaftlicher Nutzen liegt.

Die Kurzgeschichten sollen über die Personalisierung Kinder und Jugendliche wie Lea, Jan und Rahel persönlich betroffen machen. Zudem sind die Geschichten so abgefasst, dass sie für die meisten Leute in ihrem Umfeld denkbar und nachvollziehbar sind.

Politische und mediale Kanäle

Zur Zeit befinden wir in der Phase, in welcher wir mit dieser Strategie aus

dem Workshop die Kommunikation mit der Politik und den Medien suchen. Es ist und ein Anliegen, dass wir dabei nicht nur «Geschichtchen» verkaufen, sondern die PolitikerInnen und Medienleute auch konkret einbinden. Zu diesem Zweck haben wir nebst den Alltagsgeschichten ein Konzept «PrävenZio/PrävenZia» entwickelt.

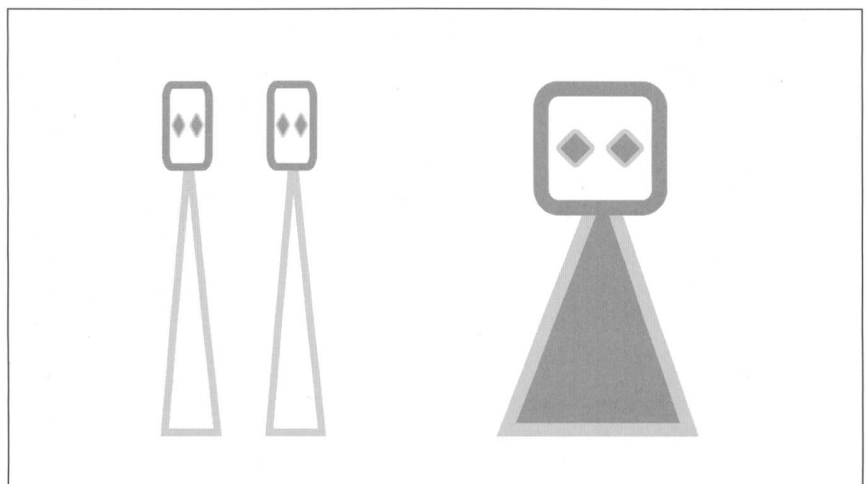
Das Ziel von «PrävenZio/PrävenZia» ist, dass sich PolitikerInnen konkret mit Prävention und Gesundheitsförderung befassen und dieser Bereich für sie Hand und Fuss kriegt und seine Abstraktheit verliert. «PrävenZio/PrävenZia» soll zudem die Prävention mit der Politik vernetzen und für beide beteiligten Seiten eine sogenannte «win/win»-Situation schaffen.

Wie funktioniert «PrävenZio/PrävenZia»?

Jedes Projekt der Berner Gesundheit sucht nach einer Person aus dem politischen Umfeld, welche das Projekt ideell unterstützt – eine so genannte PrävenZia oder einen PrävenZio. Dabei ist wichtig, dass diese Personen sich nicht auf ein Parteienspektrum beschränken.

Für die kantonalen Projekte werden hauptsächlich kantonale PolitikerInnen anvisiert. Es können jedoch durchaus auch lokale Politgrössen als mögliche PrävenZia oder PrävenZio in Frage kommen. Wenn sich ein Projekt stark auf eine gewisse Region konzentriert, ist es angezeigt, dass der PrävenZia oder PrävenZio aus dieser Region stammt.

«PrävenZio/PrävenZia» möchte unsere Arbeit in der politischen Landschaft verankern und PolitikerInnen für unsere Anliegen sensibilisieren. Es geht aber auch darum, dass wir Präventionsleute mit den PolitikerInnen das Gespräch suchen und ihre Standpunkte kennen lernen. PrävenZio und PrävenZia werden regelmässig (Meilensteine) über das Projekt informiert, und





sie erhalten die Möglichkeit, bei einem allfälligen Medienauftritt zusammen mit der Projektleitung ins Rampenlicht zu treten.

Die Umsetzung dieser Idee ist zur Zeit am Anlaufen, und ich kann ihnen noch nicht über Erfolg oder Misserfolg Auskunft geben. Eines ist jedoch sicher: Bereits die Kontaktaufnahme mit den Parteien und einzelnen PolitikerInnen hat schon einiges bewirkt – es wird über Prävention und Gesundheitsförderung gesprochen.

Schlussbemerkungen

Et voilà – soviel zum dialogue politique der Berner Gesundheit. Der Faden zur Politik und Öffentlichkeit ist aufgenommen, er muss jedoch über längere Zeit intensiv weitergesponnen werden, bis ein Beziehungsnetz zwischen Politik und Prävention / Gesundheitsförderung entsteht.

Mein zentrales Anliegen ist es, herauszutreten aus dem Elfenbeinturm und den Kontakt zur Öffentlichkeit und zur

Politik zu suchen. Erst wenn sich die Elfenbeinturm-Tore öffnen, wird das Verständnis und damit auch die Unterstützung für Präventions- und Gesundheitsförderungsarbeit in der Öffentlichkeit grösser und somit verankert werden.

Wenn ich heute Eva-Maria von Lea und ihren coolen Freundinnen erzähle oder von Rahel und ihrer Freude, sich im Spiegel zu betrachten, hört sie mir interessiert zu und findet meine Arbeit ebenfalls cool oder allenfalls geil. ■

**AUSGESETZT
AUSGEHUNGERT
AUSGEWUTET
VERGESSEN
VERGESSEN**




SPENDEN SIE HOFFNUNG

ANTWORT-COUPON

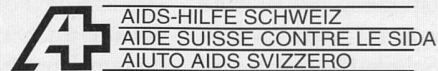
Ich möchte Terre des hommes Kinderhilfe beim Einsatz für diese Kinder unterstützen

- mit einer **Spende**
 mit einer **Patenschaft** von monatlich Fr. _____ während _____ Monaten.
 Senden Sie mir bitte Einzahlungsscheine.
 Senden Sie mir **Unterlagen** über Ihre Tätigkeit.
 Ich interessiere mich für eine **freiwillige Mitarbeit**. ref. 3210

Name: _____
 Vorname: _____
 Strasse: _____
 PLZ/Ort: _____
 Datum: _____
 Unterschrift: _____

Terre des hommes Kinderhilfe
 Arbeitsgruppe Zürich
 Postfach 550 • 8026 Zürich
 PCK 80 - 33 - 3

Gratisinserat für Terre des hommes Kinderhilfe



"Let's talk about sex"

Integration des Themas Sexualität in das Beratungs-Setting

AdressatInnen:

Impulstagung für Fachleute aus dem Aids- und Suchtbereich

Datum / Zeit

Mittwoch, 2. Mai 2001 bis Donnerstag, 3. Mai 2001
 jeweils 9.00h bis 17.00h

Ort:

Zentrum Liebfrauen, 8006 Zürich
 (5 Gehminuten vom HB Zürich entfernt)

Kosten:

Eintritt Fr. 180.- inkl. Pausengetränke für AHS- und VSD-Mitglieder
 Eintritt Fr. 280.- inkl. Pausengetränke für Nichtmitglieder

Detailprospekt und weitere Infos:

Aids Hilfe Schweiz
Postfach

8031 Zürich

Tel. 01 447 11 11 / Fax 01 447 11 12
 e-mail: lucia.meier@aids.ch
 Homepage: www.aids.ch