

„Gesundheitskommunikation: Mit Gesundheitsmanagement (über)zeugen“

**bei der Fachtagung „Gesund in Universitäten und
Hochschulen in Bayern“**

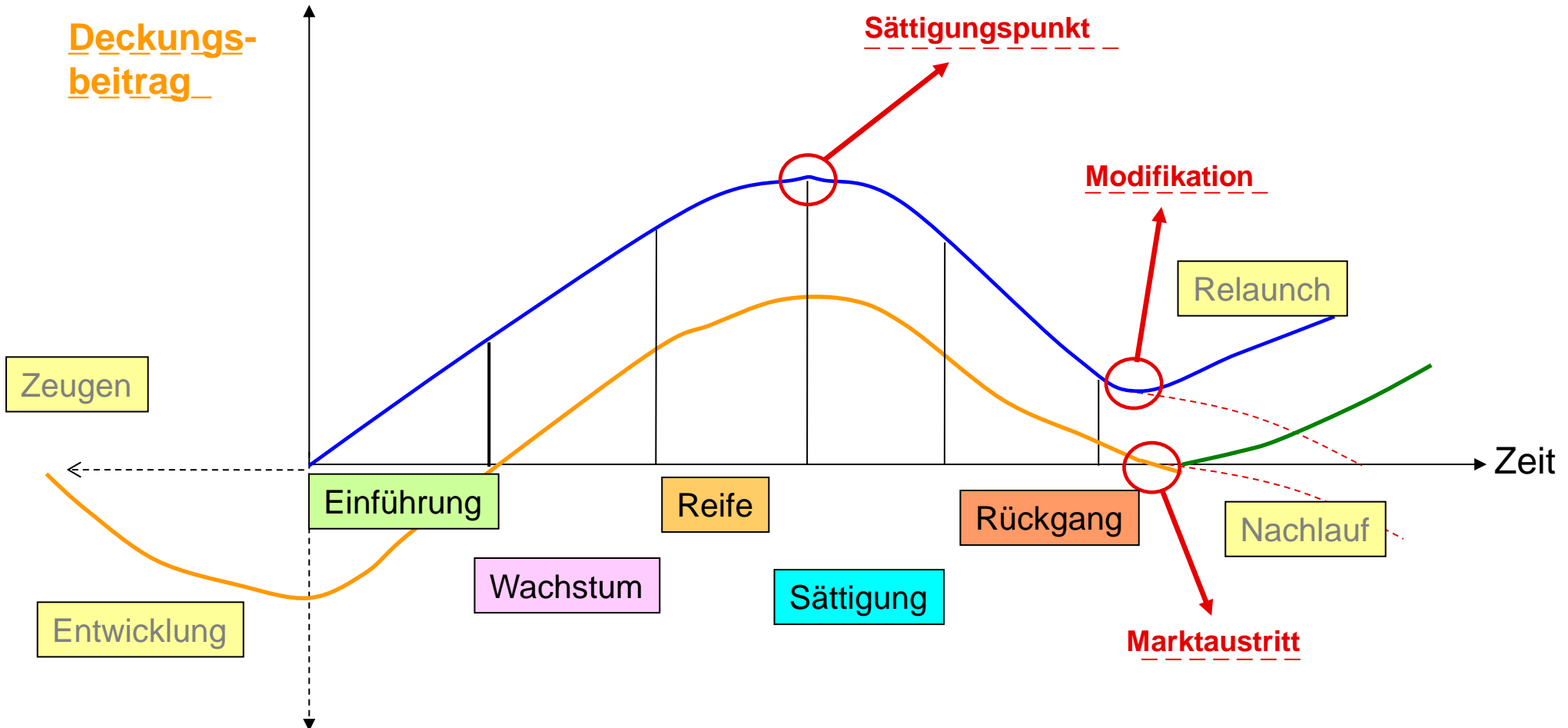
Freising, 23.09.2014

Oliver Schumann

BGM - entlang des Lebenszyklus

Umsatz

Deckungsbeitrag



BGM - entlang des Lebenszyklus: Zeugen

Entwicklungs-
phasen

Zeugen

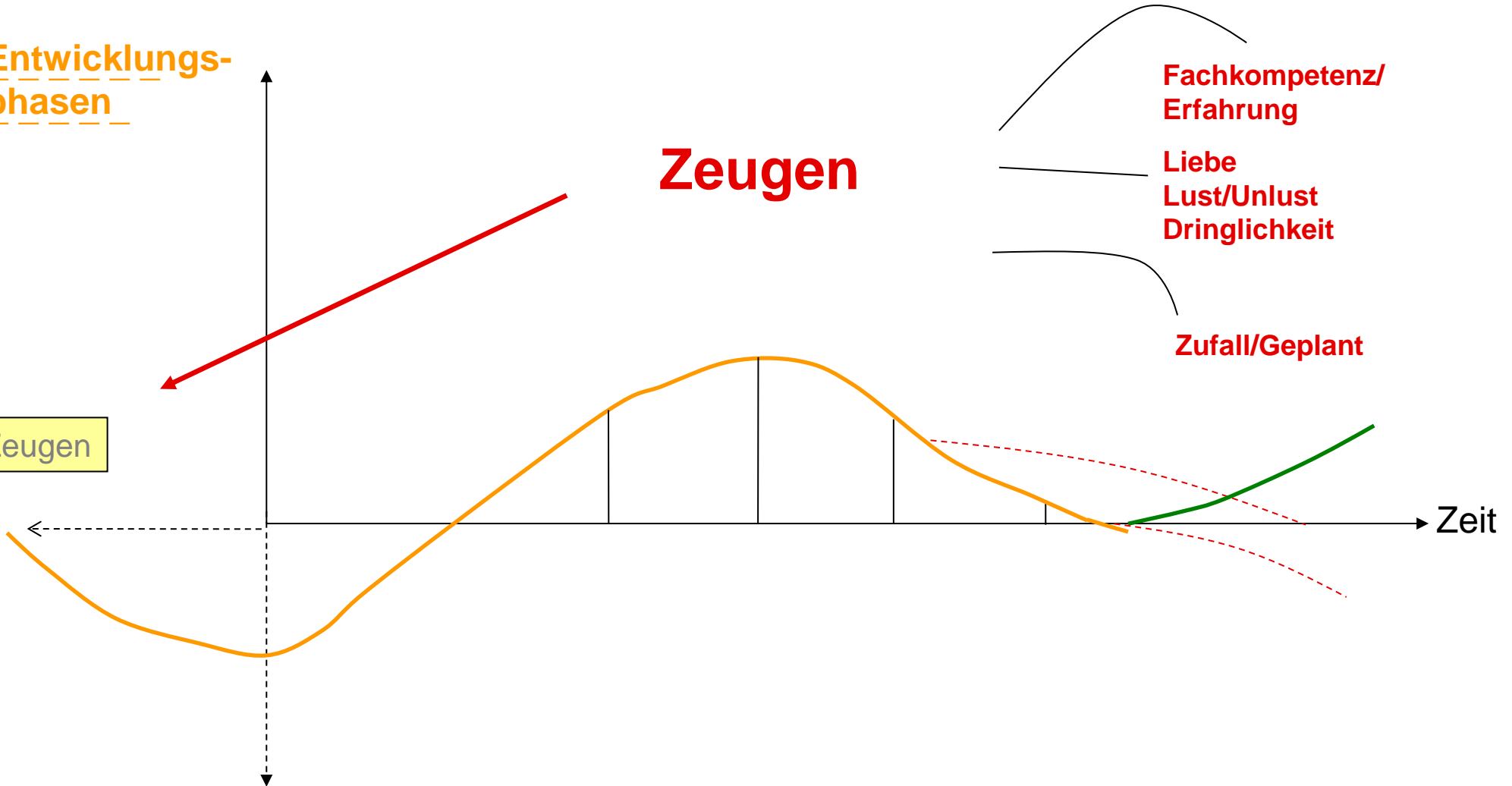
**Fachkompetenz/
Erfahrung**

**Liebe
Lust/Unlust
Dringlichkeit**

Zufall/Geplant

Zeugen

Zeit



BGM - entlang des Lebenszyklus: Die Eltern

Die Eltern von BGM

gesetzlich geregelt

Arbeitsschutz

prinzipiell freiwillig

BGF

gesetzlich geregelt

BEM

„zukünftiges“ Ziel

BGM

?

BGM - entlang des Lebenszyklus: **Entwicklung**

Entwicklungs-
phasen

Entwicklung

Reaktion der „Beteiligten“
„Betroffenen“

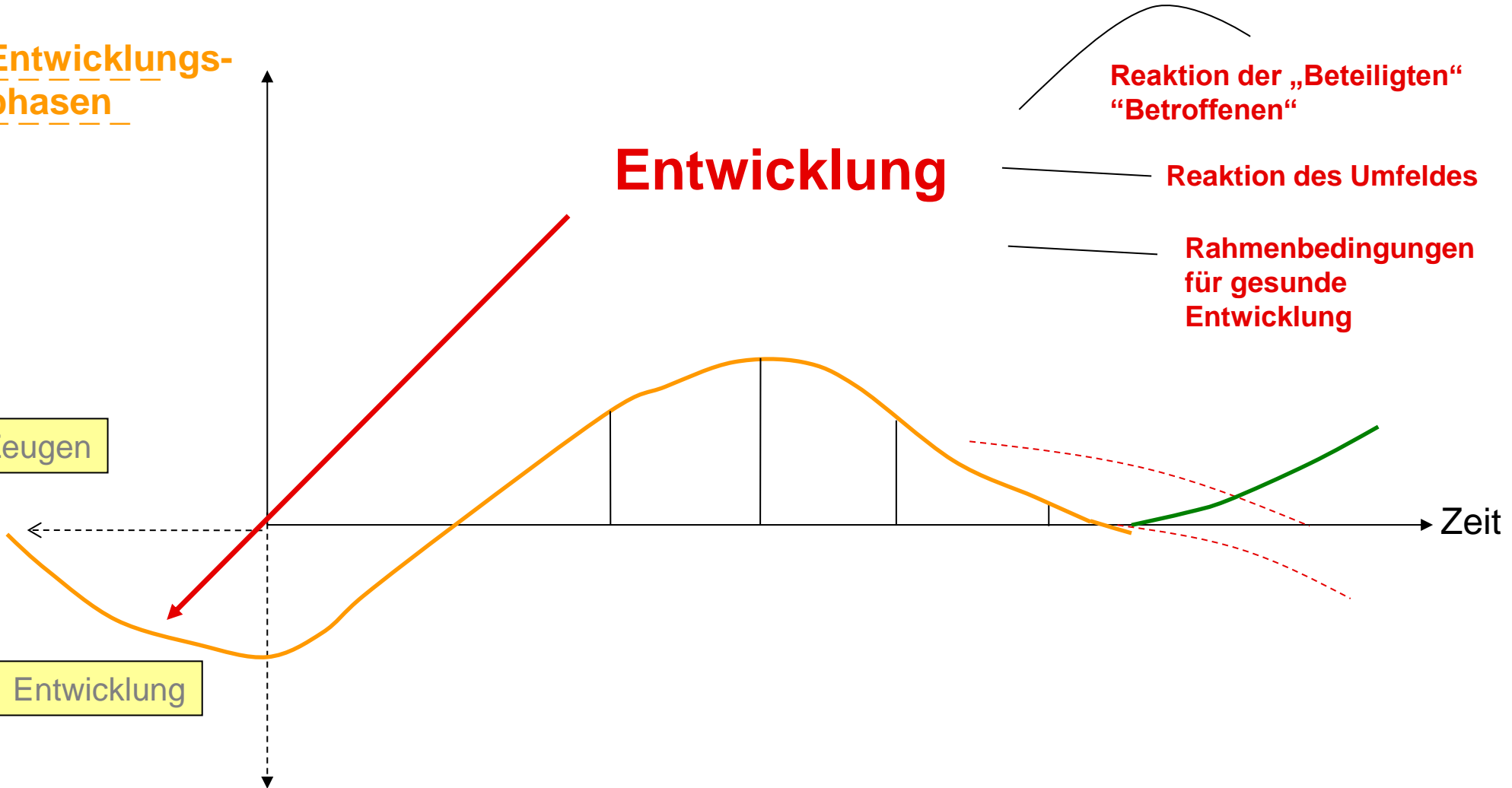
Reaktion des Umfeldes

Rahmenbedingungen
für gesunde
Entwicklung

Zeugen

Entwicklung

Zeit



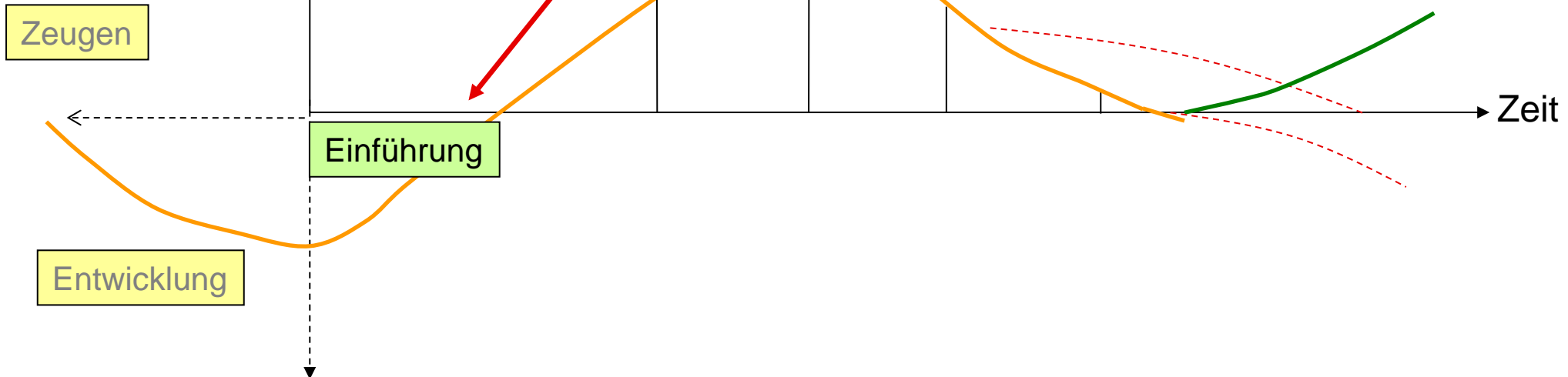
BGM - entlang des Lebenszyklus: Einführung

Entwicklungs-
phasen

Fürsprache, Nerven, Beruhigung

Einführung

Rolle der Kommunikation



BGM - entlang des Lebenszyklus: Wachstum (I)

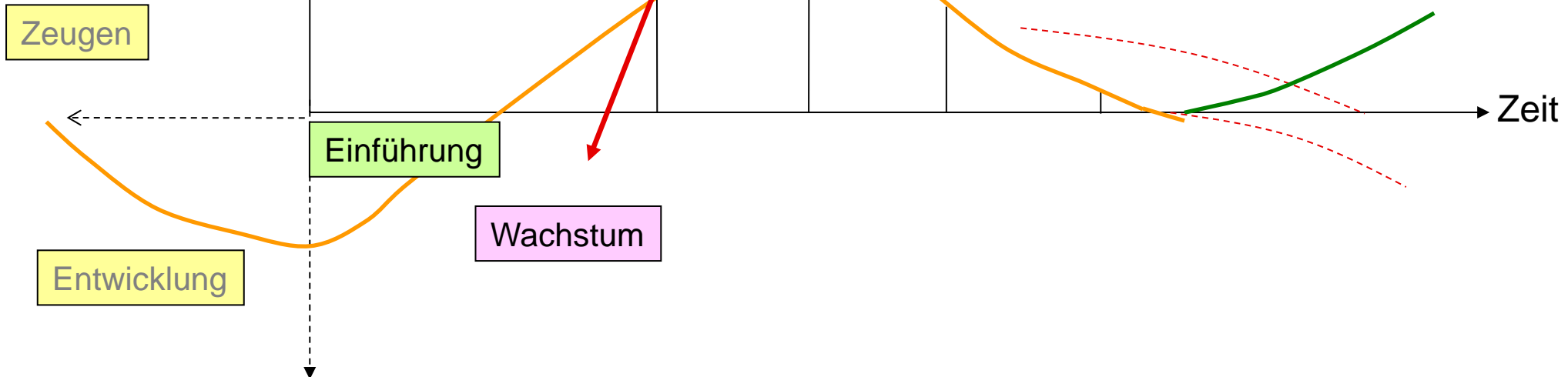
Entwicklungs-
phasen

Wachstum (I)

Pflege, Versorgung,
Geborgenheit

Überzeugung?

Anreize!



BGM - entlang des Lebenszyklus: Wachstum (II)

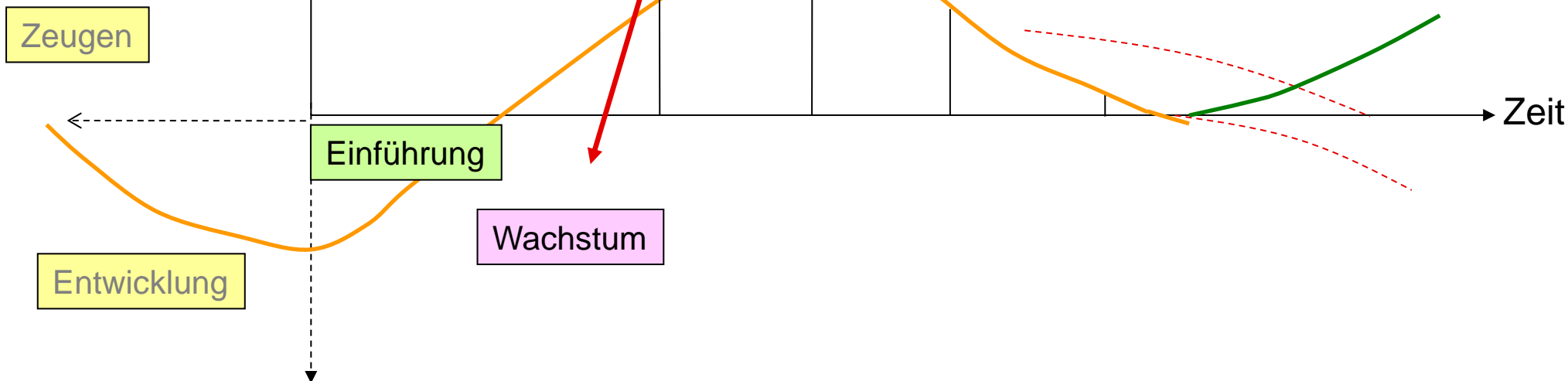
Entwicklungs-
phasen

Wachstum (II)

Pflege, Versorgung,
Geborgenheit

Überzeugung?

Anreize!



BGM - entlang des Lebenszyklus: Reife

Entwicklungs-
phasen

Reife

Versorgung →
Selbstversorgung

Überzeugung!

Anreize!

Gefahr!

Zeugen

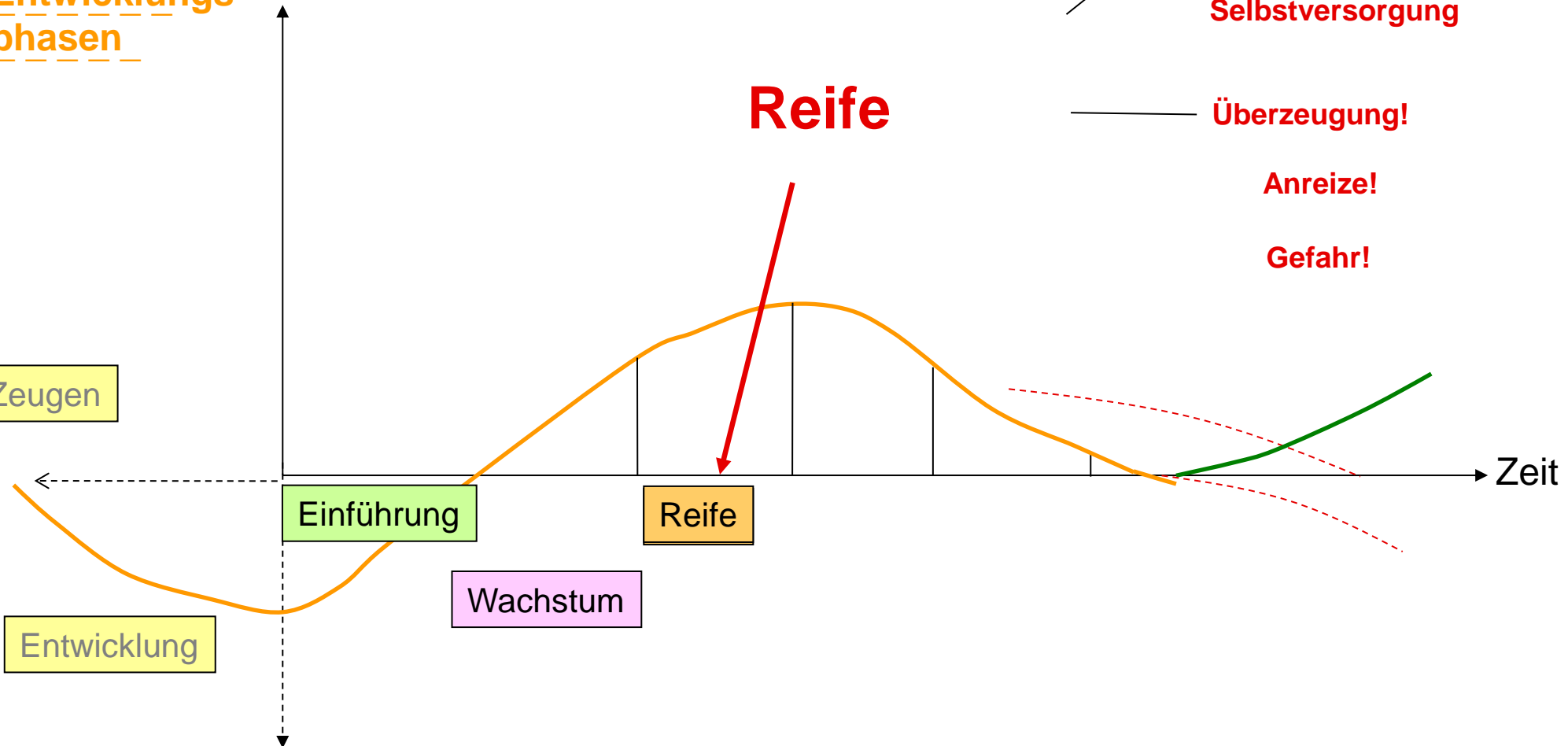
Entwicklung

Einführung

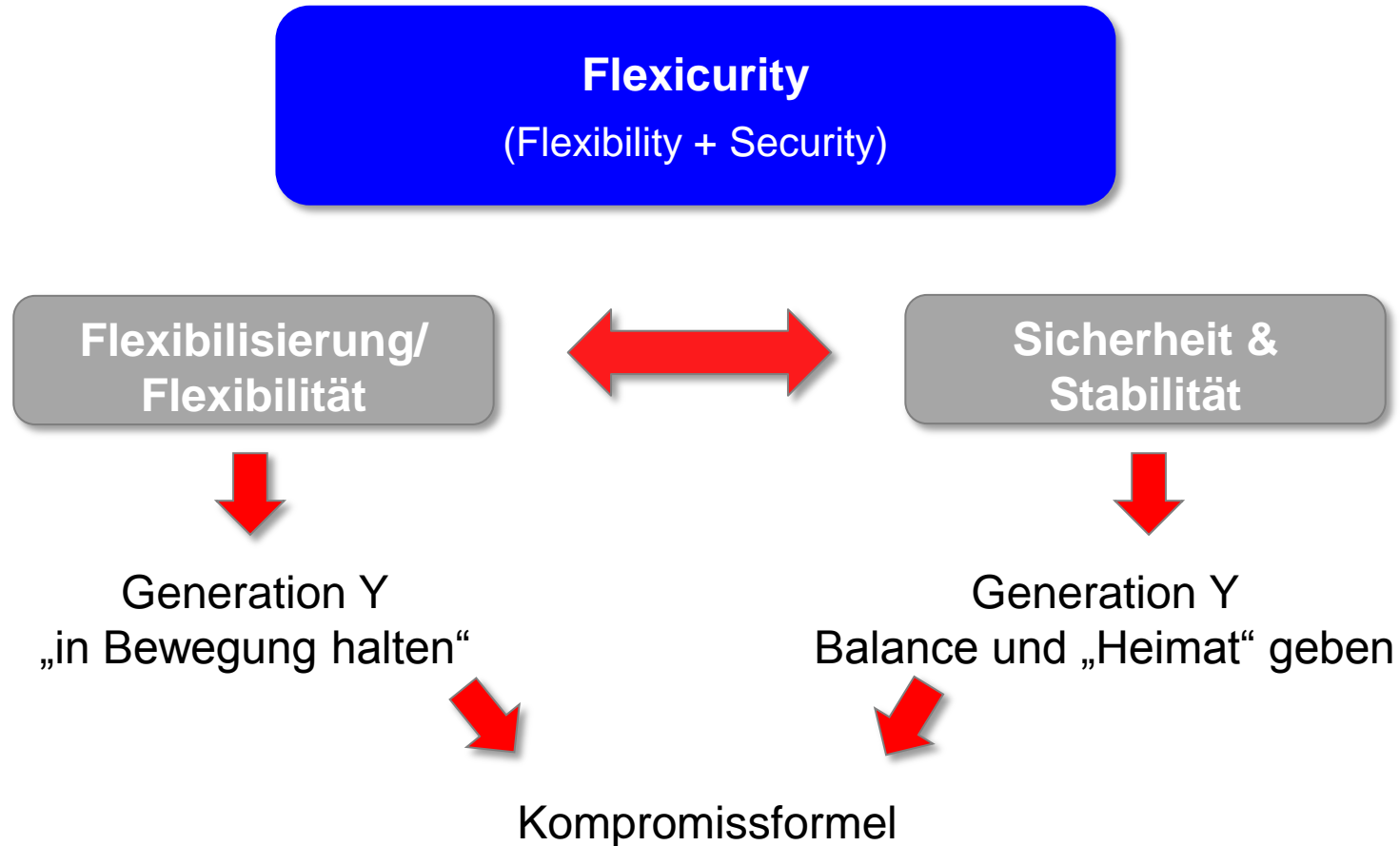
Reife

Wachstum

Zeit



BGM - entlang des Lebenszyklus: Reife



BGM - entlang des Lebenszyklus: Sättigung

Entwicklungs-
phasen

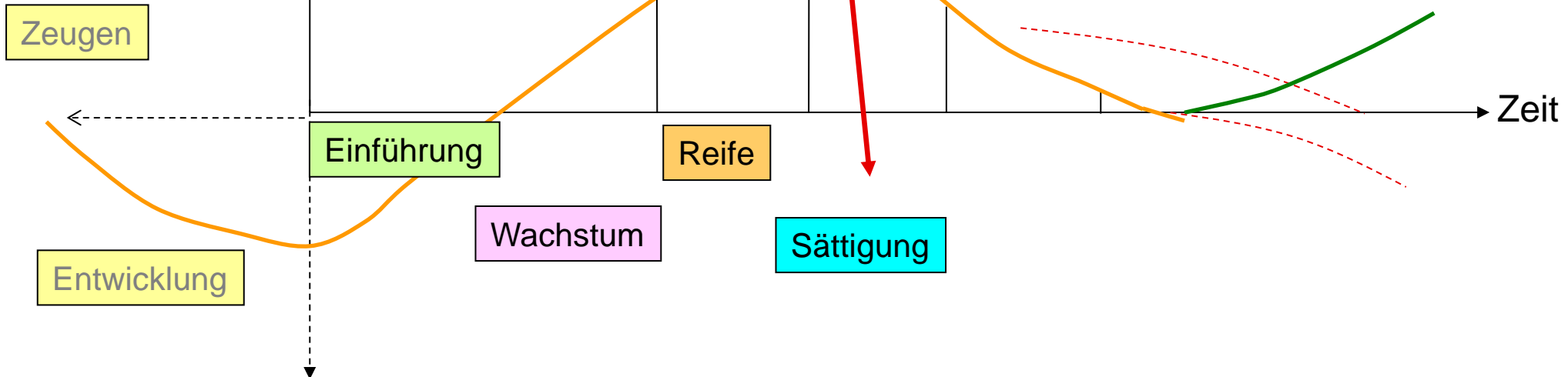
Selbstversorgung!

Sättigung

Überzeugung?

Anreize?

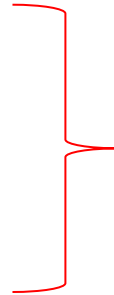
Sättigung!



Nutzenorientierte Argumentation

Frage: Was kaufen Gesundheits-Abnehmer?

- Vorteile
- Nutzen
- Problemlösungen



Schlüssel:
Gesundheitskommunikation

„**Health communication** (is) a multicaceted and multidisciplinary approach to reach different audiences and share health-related information with the goal of **influencing, engaging** and **supporting** individuals, communities, health professionals, special groups, policy makers and the public **to** champion, introduce, adopt or sustain a behavior, practice or policy that will ultimately **improve health outcomes**“ (Schiavo, 2007, S. 28)

Gesundheitskommunikation: Formen

Gesundheitsberichterstattung
und –informatik

Gesundheitsversorgung und –beratung

health consulting

health campaigning

health counseling

Schlüssel:
Gesundheitskommunikation

E-Health

Gesundheitsbildung
und –aufklärung

Gesundheits-
journalismus



Gesundheitsmarketing

Gesundheitsberichterstattung
und –informatik

Gesundheitsversorgung und –beratung

health consulting

health campaigning

health counseling

**Stress engt die
Wahrnehmung ein**

E-Health

Gesundheitsbildung
und –aufklärung

Gesundheits-
journalismus



Gesundheitsmarketing

Gesundheitsberichterstattung
und –informatik

Gesundheitsversorgung und –beratung

health consulting

health campaigning

health counseling

**Kommt Ihre
Gesundheitsbotschaft
an?**

E-Health

Gesundheitsbildung
und –aufklärung

Gesundheits-
journalismus



Gesundheitsmarketing

Kommunikation: Motivspezifisch



AVEM

Sinus Milieus

**Schlüssel:
Gesundheitskommunikation**

gender-sensibel

**Neuro-
Kommunikation**

Emotionssysteme von
Häusel

Neurowissenschaften und Gesundheit

Gesundheit ist
die Summe aller Krankheiten,
die man nicht hat.
(Gerhard Uhlenbruck,
dt. Aphoristiker, Immunbiologe)

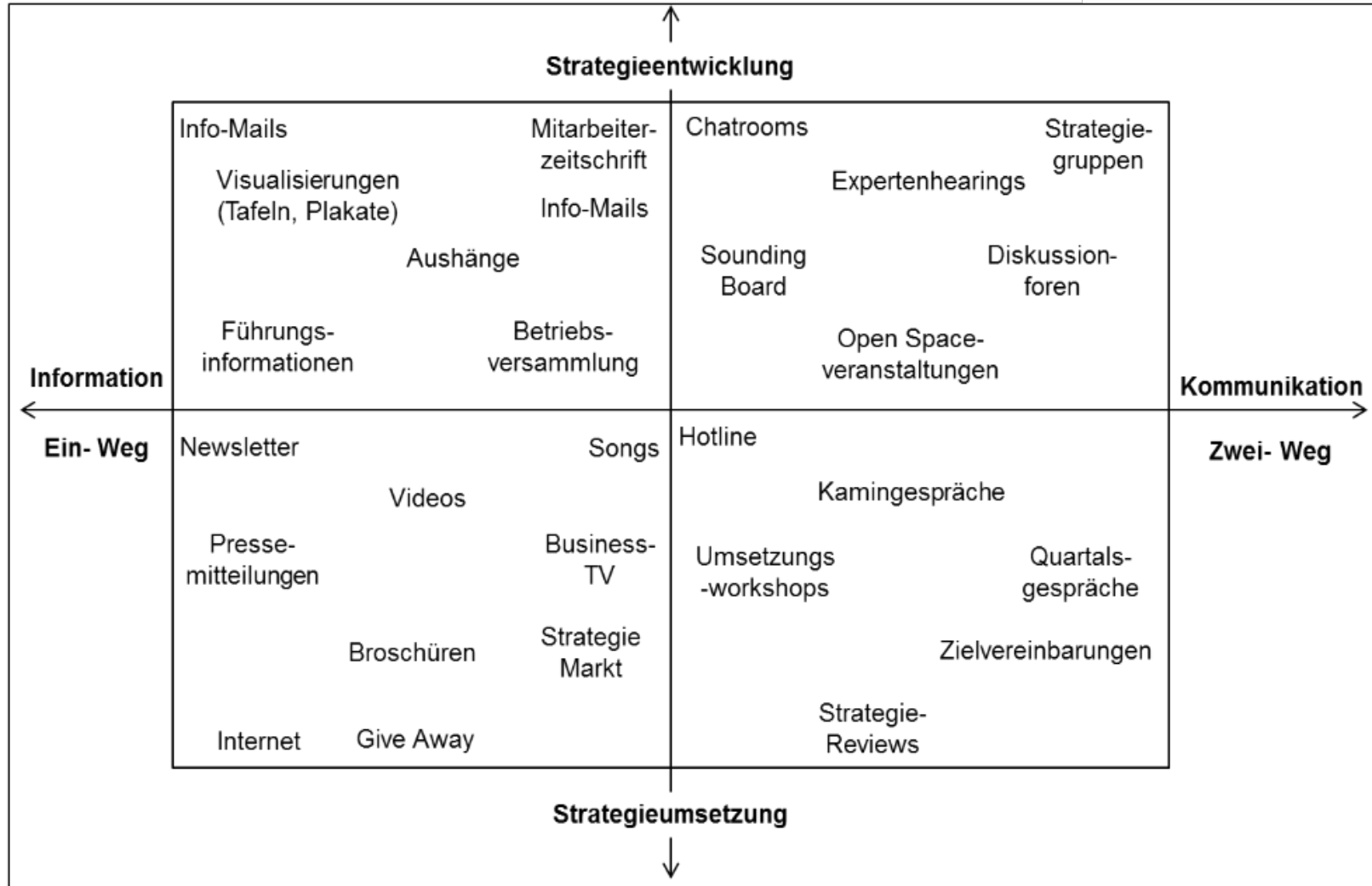
Das Gefühl für Gesundheit
erwirbt man durch Krankheit.
(Georg Christoph Lichtenberg,
1742-1799, dt. Aphoristiker und
Physiker)

Wo ist Gesundheit im Kopf verankert?

Gesundheit ist
weniger ein Zustand
als eine Haltung,
und sie gedeiht
mit der Freude am Leben.
(Thomas von Aquin, 1225-
1274,
ital. Theologe)

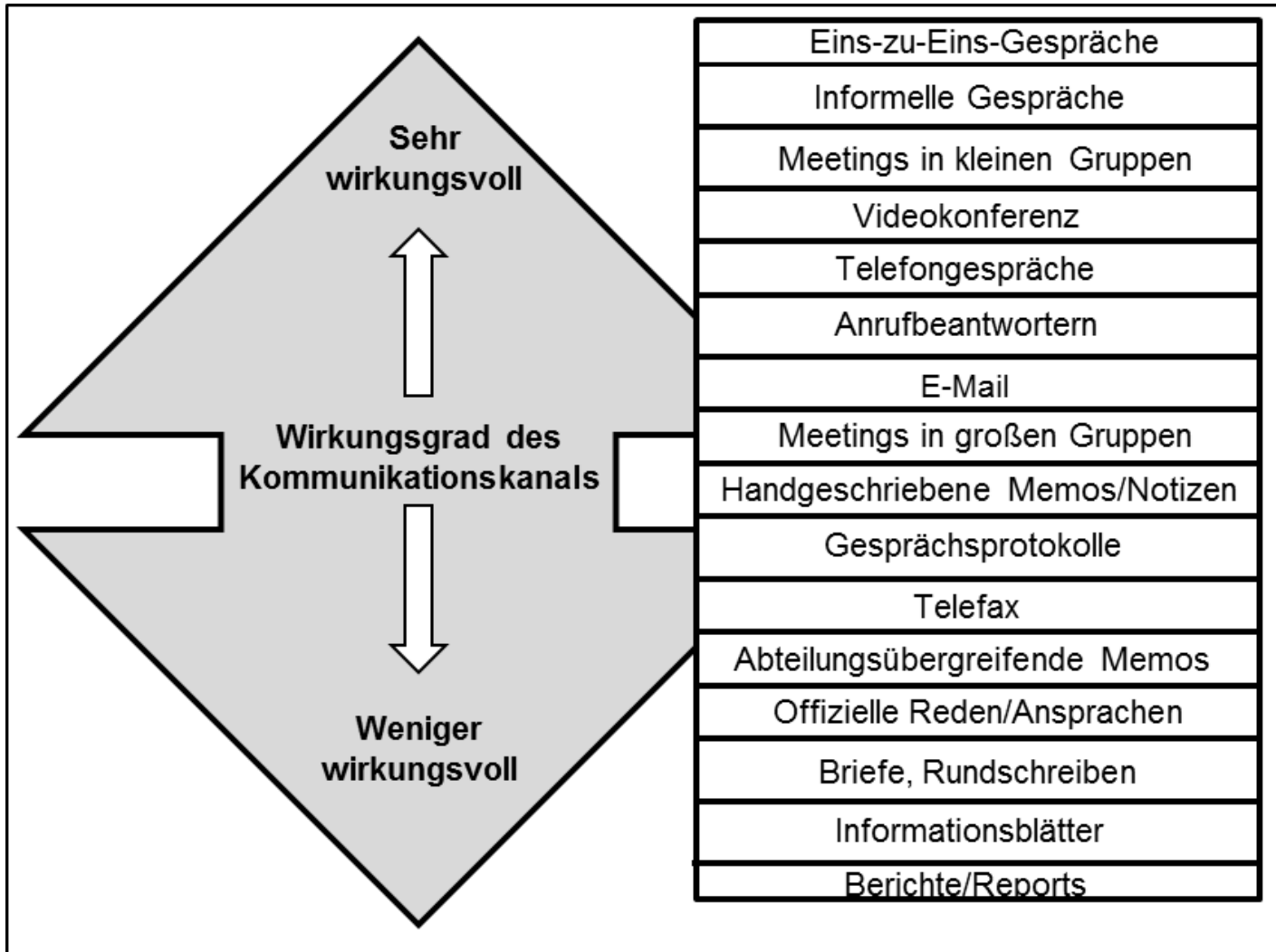
Gesundheit ist nicht alles.
Aber ohne Gesundheit
ist alles nichts.
(Arthur Schopenhauer,
1788-1860, dt. Philosoph)

Kommunikationsbeispiele: BGM



(Anwander, 2000 zitiert nach Nagel & Wimmer, 2009, S. 360)

Verschiedene Kommunikationskanäle und ihr Wirkungsgrad



Persönlich
Situativ
Einbindend

Schlüsselbotschaften & key learnings

- Gesundheitskommunikation entlang des PLZ: Individuelle Ansprache
- Gesundheitskommunikation = Nutzenorientierte Argumentation
- Formen der Gesundheitskommunikation: Zahlreich – Wahrnehmung – Stress
- Motivorientierte Gesundheitskommunikation

„Es ist nicht genug zu wissen, man muss auch anwenden; es ist nicht genug zu wollen, man muss auch tun“ (Goethe)