

The first mile is the hardest

Gesundheitsförderung für vulnerable Zielgruppen erfordert spezifisch angepasste Strategien, um sie erreichen zu können.

8 Schritte- zur Erreichbarkeit vulnerabler Zielgruppen für Angebote der Gesundheitsförderung

FH-Prof. MMag.Dr. Johanna Muckenhuber

- → Im Sinne der Förderung gesundheitlicher Chancengleichheit ist es von entscheidender Bedeutung, vulnerable Zielgruppen für die Gesundheitsförderung zu erreichen, da diese überproportional von gesundheitlichen Ungleichheiten betroffen sind, ein höheres Risiko für chronische Erkrankungen tragen und eine kürzere Lebenserwartung sowie eine kürzere Erwartung haben.
- → Zu vulnerablen Personengruppen zählen im Besonderen:
 - Ältere Menschen • Menschen mit Behinderung • Menschen mit Migrationshintergrund • Alleinerziehende • Kinder aus suchtbelasteten Familien • Kinder aus psychisch belasteten Familien • Geflüchtete Menschen, • junge Erwachsene ohne Schulabschluss/ohne Berufsausbildung
- → Ihre Lebensumstände erschweren ihnen den Zugang zu vielen Gesundheitsdiensten und zu Maßnahmen der Gesundheitsförderung

8 Schritte- zur Erreichbarkeit vulnerabler Zielgruppen für Angebote der Gesundheitsförderung

- **The first mile is the hardest**
- **Vulnerable Gruppen sind besonders schwer für die Gesundheitsförderung zu erreichen.**
- Projekt BAF – Barriere Freies Kapfenberg
- Ergebnisse der wissenschaftlichen Methodenforschung im Rahmen des
- Projektes Barrierefreies Kapfenberg, das von der isgs Drehscheibe in Kapfenberg und dem Institut für Soziale Arbeit der FH JOANNEUM umgesetzt und durch den Fonds Gesundes Österreich gefördert wurde.
- Am Institut für Soziale Arbeit der FH JOANNEUM befassten wir uns im Rahmen der wissenschaftlichen Methodenforschung intensiv mit der Frage, wie vulnerable und schwer erreichbare Zielgruppen adressiert und erreicht werden können.
- Hier werden die wichtigsten Forschungsergebnisse dargestellt.

1. Bedarfsanalyse und Identifikation der Zielgruppen

- Für ein detailliertes Verständnis der gesundheitlichen Herausforderungen und Bedürfnisse der verschiedenen vulnerablen Gruppen.
- Analyse der Verortung der Zielgruppe räumlich, zeitlich, digital und sozial
- Analyse der Barrieren der Zielgruppe (räumlich/baulich, sozial, digital, mental, kulturell)
- Basis für die Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote und Programme
- → Es gibt kein „One size fits it all“ für vulnerable Zielgruppen

2. Analyse der eigenen Rahmenbedingungen, Ressourcen und Möglichkeiten und Grenzen

- Analyse: Passen die Zielgruppen zum eigenen Portfolio? - Klärung: Was kann in die Praxis umgesetzt werden?
-
- Zeitliche Dimension → Welche Wochentage, Tageszeiten und Uhrzeiten sind kontinuierlich in der Arbeit mit der Zielgruppe umsetzbar?
- Räumliche Dimension → Welche Orte sind kontinuierlich in der Arbeit mit der Zielgruppe erreichbar?

3. Kontaktaufnahme zur Zielgruppe

- Regelmäßige Besuche und informelle Treffen in der Gemeinschaft
- Zum Aufbau von Beziehung und Vertrauen vor Ort
- Präsenz im Öffentlichen Raum: Vor Ort, Im Stadtteil → über längere Zeiträume, regelmäßig, zu Tageszeiten zu denen sich die Zielgruppe im öffentlichen Raum befindet

4. Und / Oder: Einbindung von Schlüsselpersonen und Multiplikator*innen

- Identifikation relevanter Communities, Vereine, Organisationen, Gate Keeper mit Zugang zur Zielgruppe
- Zusammenarbeit auf Augenhöhe
- Frühzeitige Einbindung und partnerschaftliche in Entwicklung von Angeboten ab Projekt-Konzeption

5. Langfristige Zusammenarbeit und Netzwerkarbeit

- Langfristige Etablierung und Pflege von Netzwerken und Partnerschaften mit NGOs, lokalen Gesundheitsbehörden und anderen relevanten Akteur*innen vor Ort
- Langfristige Arbeit mit spezifischen Zielgruppen.

6. Nutzung von Peer-Education und Community-basierter Ansätze

- Ausbildung von Mitgliedern der Zielgruppen zu Peer-Educators, die ihre Gemeinschaften direkt informieren und unterstützen.

7. Kulturelle Sensibilisierung und Schulung der Fachkräfte der Gesundheitsförderung

- Zur Förderung der Entwicklung passgenauer Angebote und des Verständnisses der kulturellen Hintergründe und Bedürfnisse der Zielgruppen
- Zur Förderung der Entwicklung zielgruppenspezifischer Kommunikationsstrategien hinsichtlich Formulierung, Sprache und Kommunikationsmedien.
- Schulung im Umgang mit Ablehnung durch die Zielgruppe

8. Aufsuchende Gesundheitsförderung - Entwicklung von zielgruppenspezifischen, niederschweligen Angeboten

- In partizipativen langfristigen und nachhaltigen Prozessen Gemeinsam mit Akteur*innen aus der Zielgruppe und/oder mit Netzwerkpartner*innen
- **Zur Sicherstellung einer nachhaltigen und umfassenden Gesundheitsförderung**