

## **Evaluation der Nationalen Grippepräventionskampagne 2003**

### Executive Summary

Im Auftrag des  
Bundesamtes für  
Gesundheit (BAG)

**Massimo Sardi**  
Institut *érasm*

Februar 2005

érasm sa  
rue de la gabelle 6  
cp 1313  
1227 carouge  
t: +41 22 304 44 24  
f: +41 22 304 44 34

[www.erasm.ch](http://www.erasm.ch)

## Impressum

**Vertragsnummer:** 02.001119

**Vertragsdauer:** Dezember 2002 – November 2004

**Zeitraum der Datenerfassung:** März 2003 – Oktober 2004

**Leitung des Evaluationsprojekts beim BAG:** Markus Weber, Sektion Forschungspolitik, Evaluation und Berichterstattung (FEB)

**Meta-Evaluation:** Der vollständige Bericht dieser Evaluation war Gegenstand einer Meta-Evaluation durch das BAG (Sektion FEB). Die Meta-Evaluation (wissenschaftlichen und ethischen Qualitätskontrolle einer Evaluation) stützt sich auf die Evaluations-Standards der Schweizerischen Evaluationsgesellschaft (SEVAL).

**Bezug:** Sektion Forschungspolitik, Evaluation und Berichterstattung, Bundesamt für Gesundheit, 3003 Bern, [evaluation@bag.admin.ch](mailto:evaluation@bag.admin.ch), [www.health-evaluation.admin.ch](http://www.health-evaluation.admin.ch)

**Empfohlener Berichtstitel:** „*Evaluation der Nationalen Grippepräventionskampagne 2003-2004*“, Institut érasm, Genf, Februar 2004

# 1. RAHMEN DER EVALUATION

## 1.1. AUSGANGSLAGE

Die im Jahre 2001 vom Bundesamt für Gesundheit (BAG) lancierte Kampagne zur Grippeprävention ist eine Informationskampagne, die Grippedurchimpfung fördert, indem sie die Bevölkerung informiert und für die Gefahren der Grippe sensibilisiert. Die über mehrere Jahre – 2001-2005 – angelegte Kampagne hat zum Ziel, die Durchimpfung bei folgenden Zielgruppen zu erhöhen:

- Bei Personen, die **infolge Influenza einem hohen Risiko für Komplikationen ausgesetzt sind (Risikogruppen): dazu gehören** Personen über 65 Jahre, Personen mit chronischen Erkrankungen oder Personen, die im Laufe des Jahres hospitalisiert waren, Bewohnerinnen und Bewohner von Altersheimen, Kliniken, Pflegeheimen und Kuranstalten;
- bei den **Mediatoren (Vermittler)**, welche die Zielgruppe der Risikogruppen zu erreichen erlauben, d.h. Ärztinnen/Ärzte, das Medizinalpersonal, ApothekerInnen und das Pflegepersonal (Angehörige der Gesundheitsberufe).

Die quantitativen Zielsetzungen der Kampagne bis 2005 sehen folgendermassen aus: 60 % aller Personen über 65 Jahre sollten gegen Grippe geimpft sein. In den anderen Zielgruppen soll eine Durchimpfung von 70 % erreicht werden.

## 1.2. EVALUATION 2003-2004

Die 2003–2004 durchgeführte Evaluation konzentriert sich auf die Sichtbarkeit, die Verständlichkeit, die Akzeptanz und die Angemessenheit der Kampagne und ihrer Botschaften, indem sie die neuen Daten des vergangenen Jahres (2004) berücksichtigt und die seit 2001 festgestellte Entwicklung hervorhebt. Es handelt sich folglich im Wesentlichen darum, die **jährliche Evaluation der Kampagne** auf den neuesten Stand zu bringen. Einerseits legt diese Evaluation den Akzent auf die jüngsten Ergebnisse der regelmässigen Erhebungen, mit denen die Sichtbarkeit und die Akzeptanz der Kampagne und ihrer Botschaften bei den angepeilten Zielgruppen verfolgt werden können. Andererseits wird mit der Evaluation die Gesamtheit der gesammelten Ergebnisse einer vergleichenden Perspektive unterzogen<sup>1</sup>. Die wichtigsten Erhebungen dazu sind:

- die Folgestudie<sup>2</sup>, die die Firma Consult AG auf dem Postweg beim Medizinal- und Pflegepersonal durchgeführt hat. Die Ergebnisse beziehen sich auf dessen Verhalten hinsichtlich der Grippeimpfung (Durchimpfung) und die Wahrnehmung der Informationskampagne zur Förderung der Grippeprävention;
- die „Baseline Grippedurchimpfung“ – Studie über die Entwicklung der Durchimpfung bei der Zielgruppe der über 65-Jährigen (jährliche telefonische Umfrage von Demoscope);

---

<sup>1</sup> Es handelt sich in groben Zügen um eine Aufarbeitung und Aktualisierung des Evaluationsberichtes des Jahres 2002-2003: „L'évaluation de la campagne nationale de prévention de la grippe 2002-2003 : Rapport de synthèse“, Institut érasm, Gené 2004.

<sup>2</sup> Folgestudie Medizinal- und Pflegepersonal 2004: « Statistischer Bericht zur Folgestudie beim Medizinal- und Pflegepersonal 2004 im Rahmen der Nationalen Kampagne zur Grippeprävention 2001-2005: Ergebnisse der statistischen Auswertungen », Consult AG, Juli 2004.

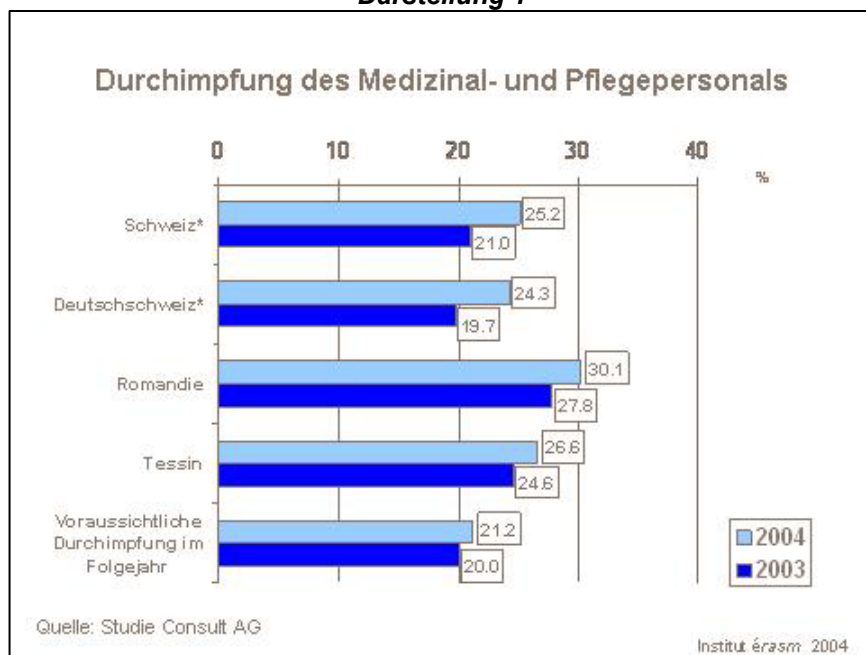
- die Resultate der Studie zur Medienberichterstattung über die Kampagne und die Medienreaktionen (jährlicher Bericht der Universität Freiburg).

## 2. ERGEBNISSE

### 2.1. FOLGESTUDIE BEIM MEDIZINAL- UND PFLEGEPERSONAL

Die Durchimpfung für das Jahr 2004 beträgt 25,2 % ( $\pm 2,1$  %). Die auf gesamtschweizerischer Ebene zwischen 2003 und 2004 festgestellte Zunahme der Durchimpfung um 4,2 % ist signifikant ( $p=0.0012$ ). Während die Durchimpfung in den lateinischen Regionen weiterhin ein höheres Ausmass erreicht, ist lediglich die in der Deutschschweiz festgestellte Zunahme der Durchimpfung statistisch signifikant ( $p=0.0022$ ). So steigt der Prozentsatz des geimpften Medizinal- und Pflegepersonals in dieser Region von 19,7 % ( $\pm 1,8$  %) auf 24,3 % ( $\pm 2,4$  %) (vgl. Darstellung 1).

**Darstellung 1**



33,8 % ( $\pm 2,3$  %) des befragten Medizinal- und Pflegepersonals erklärte, über die Nationale Grippepräventionskampagne des BAG 2004 gut informiert zu sein (82,5 p%, wenn man auch diejenigen berücksichtigt, die angeben, relativ gut informiert zu sein vs. 72,7 % in 2003). Die Zunahme um 10,8 % zwischen 2003 und 2004 der sich als gut informiert betrachtenden Personen ist signifikant und es kann angenommen werden, dass die Kampagne beim Medizinal- und Pflegepersonal besser bekannt ist (23,0 %  $\pm 1,6$  % in 2003), und dies ganz unabhängig von der betreffenden Sprachregion oder dem jeweiligen Arbeitsplatz (Spitäler, Spitex, medizinisch-soziale Einrichtungen).

Wurden 2003 hauptsächlich die Zeitungen als Informationsquelle angegeben, so sind es jetzt die im Rahmen der Kampagne des BAG eingesetzten Informationsmittel, welche in der Hierarchie der zitierten Informationsquellen dominieren (vgl. Tabelle 1).

**Tabelle 1**  
**Vom Medizinal- und Pflegepersonal zitierte Informationsquellen**

	2004 (n=1596)	2003 (n=1977)
<b>Mittel und Materialien:</b>		
<b>Informationsbroschüren des BAG</b>	59,1 % (±2,6 %)	38,3 % (±2,2 %)
<b>Fachzeitschriften (Beruf)</b>	51,9 % (±2,6 %)	38,3 % (±2,2 %)
<b>Zeitungen, Presse</b>	45,7 % (±2,6 %)	47,3 % (±2,3 %)
<b>Radio</b>	31,4 % (±2,4 %)	32,0 % (±2,1 %)
<b>Poster</b>	16,1 % (±1,8 %)	12,3 % (±1,4 %)
<b>Sonstige</b>	14,4 % (±1,8 %)	16,8 % (±1,7 %)
<b>Magazine</b>	14,1 % (±1,8 %)	10,9 % (±1,4 %)
<b>Internet</b>	3,4 % (±1,0 %)	3,1 % (±0,8 %)

*Quelle: Folgestudie Consult AG*

Im Jahre 2004 ist ein deutlicher Fortschritt bei der Sichtbarkeit und der Verbreitung der Materialien des BAG festzustellen, was einerseits das stärkere Gefühl, dass man sich als gut informiert betrachtet, sowie andererseits eine beginnende Sensibilisierung in Bezug auf das Verhalten, erklären könnte. Zwar ist die Kampagne in der Deutschschweiz immer noch weniger bekannt, aber dennoch ist festzustellen, dass die Kenntnis der Kampagne und die Durchimpfung gerade in dieser Region zugenommen haben. Dieses Ergebnis weist darauf hin, dass die Verbreitung der auf Zielgruppen ausgerichteten Information in der Deutschschweiz eine stärkere Wirkung gezeigt hat.

Man kann folglich davon ausgehen, dass diese Kampagne - mit der Verbreitung von Kenntnissen über die Krankheit und damit einer Verbesserung des Informationsstands über die Grippe - eine Sensibilisierung des Medizinal- und Pflegepersonals eingeleitet hat. In dieser Hinsicht hat die Kampagne gewiss dazu beigetragen, die in manchen Studien zu Tage getretene Unkenntnis der Auswirkungen und der Risiken der Krankheit (Unterschätzung der Gefahren der Krankheit, ungenügende Kenntnis der Nebenwirkungen und der Wirksamkeit der Impfstoffe) bei dieser Berufskategorie zu verringern<sup>3</sup>.

Trotz dieser besseren Kenntnis der Kampagne und einer möglichen Anreizwirkung stellen wir fest, dass die Kampagne weiterhin in unterschiedlicher Weise aufgenommen und wahrgenommen wird. Die Beurteilungen der Kampagne weisen nicht auf eine Unterstützung seitens des Medizinal- und Pflegepersonals hin. Das Vorgehen und die Zielsetzungen der Kampagne finden bei dieser Berufskategorie eine ebenso geringe Unterstützung wie in der Studie von 2003 (nur eine Minderheit dieses Personals betrachtet sich als eine Zielgruppe der Kampagne, während die Mehrheit erklärt, sie sei nicht bereit, die Impfung aktiv zum empfehlen). Die Vorbehalte oder die prinzipielle Ablehnung der Grippeimpfung sind weiterhin sehr stark vertreten. Die Häufigkeit der Nennung gewisser Gründe für die Ablehnung der Impfung, die vom Medizinal- und Pflegepersonal vorgebracht werden, lassen wie 2003 die Vermutung aufkommen, dass diese Berufsgruppe eine Vorstellung vertritt, die den Widerstand gegen die Medizinalisierung des Umgang mit der Grippe und gegen die Impfung erkennen lässt<sup>4</sup>.

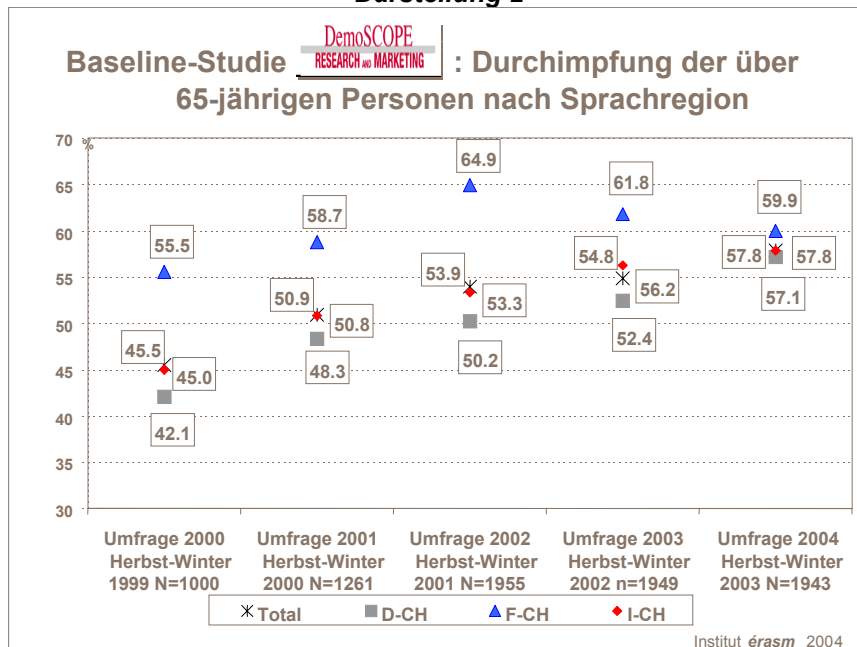
<sup>3</sup> Gewisse Studien haben den Informationsmangel des Medizinal- und Pflegepersonals gegenüber der Grippe an den Tag gebracht: vgl. „Grippeimpfung des Pflegepersonals in öffentlichen Akutspitalern im Kanton Tessin“, I. Cassis & E. Bernasconi, Bulletin BAG 6/03, Februar 2003; "Influenza immunization: improving compliance of healthcare workers", Infect Control Hosp Epidemiology, 1998 May, 19(5); „Gesundheitsförderung und Prävention im Alter“, A. Stuck, Bulletin BAG 48/02, November 2002; „Einstellung von Kinderärztinnen und -ärzten zur Grippeimpfung an sich selbst“, Bulletin BAG 46/03, November 2003

<sup>4</sup> Diese Kritiken oder dieses Verhalten gegen die Impfung sind nahe verwandt mit den Meinungen oder Verhaltensweisen, die Widerstand zum Ausdruck bringen gegen die Übermedizinalisierung und die „offizielle“ Information, welche als Zwang empfunden werden. Solche Verhaltensweisen wurden von Masserey in den

## 2.2. ENTWICKLUNG DER GRIPPEDURCHIMPfung AUFGRUND DER DATEN DER „BASELINE-STUDIE“

Die Analyse der Entwicklung der Grippedurchimpfung der über 65-Jährigen zeigt eine ständige Zunahme (vgl. Darstellung 2). Seit Beginn der Kampagne im Herbst 2001 hat der Prozentsatz der geimpften Personen 50 % überschritten. Zwischen 1999 und 2003 ist der Prozentsatz der Personen, die erklären, sie hätten sich impfen lassen, um ca. 12 % gestiegen, so dass **2003 die Durchimpfung der über 65-Jährigen 57,8 % ( $\pm 3,0$  %)** erreichte. Die Ergebnisse für 2003 bestätigen eine fortschreitende Zunahme der Durchimpfung seit Beginn der Kampagne, während die beiden vorhergehenden Jahre auf eine Stabilisierung hinzuweisen schienen. Angesichts dieses Ergebnisses kann man damit rechnen, dass das Ziel der Kampagne – nämlich eine Durchimpfung von 60 % der über 65-Jährigen – im Jahre 2005 erreicht werden kann.

**Darstellung 2**



Die Durchimpfung variiert je nach Sprachregion und der Prozentsatz der geimpften Personen ist jedes Jahr in der Romandie am höchsten und in der Deutschschweiz am niedrigsten (vgl. Darstellung 2). Die Romandie ist die einzige Region, wo die Durchimpfung seit 2001 den gewünschten Prozentsatz von 60 % erreicht hat. Abgesehen von einem leichten Rückgang in der Romandie seit 2002 scheint die Durchimpfung prozentualmässig in allen Regionen zu steigen.

Die Daten 2004 weisen im Übrigen darauf hin, dass die Durchimpfung bei allen berücksichtigten Altersgruppen zunimmt und dass der Prozentsatz der Geimpften bei den Personen, die regelmässig Kontakt zu ihrer Ärztin/ ihrem Arzt haben oder die mit gesundheitlichen Problemen konfrontiert sind (Spitallaufenthalte, chronische Erkrankungen) höher liegt.

Studien zum Verhalten gegenüber den Routineimpfungen der Waadtländer Bevölkerung herausgehoben (« La couverture vaccinale et ses déterminants de la vaccinations chez les enfants de 24 à 36 mois dans le canton de Vaud en 1996 », Masserey E., Bouvier P., Brenner E., et al., Rev Med Suisse Romande 1998; 118: 309-15).

## 2.3. EVALUATION DER AUSWIRKUNGEN DER KAMPAGNE: DIE WIRKUNG DER MEDIEN

Genauso wie 2001 und 2002 konnte die Grippepräventionskampagne 2003 ein starkes Echo in den Medien verzeichnen. Im Jahre 2003 wurde eine grössere Zahl von „Presseberichten“ erfasst als 2002 (440 vs. 222 für die Gesamtheit der Medien und 365 vs. 198 Artikel in der Presse). Insgesamt gesehen war der Wiederhall in den Medien 2003 ebenso bedeutend wie 2002. Das beweist, dass die Medien die Grippe weiterhin als aktuelles Thema von öffentlichem Interesse anerkennen.

Das Thema des Jahres 2003, d.h. „die Bedeutung der Rolle des Medizinal- und Pflegepersonals“, ist logischerweise mit 42 % der Berichte, in denen es behandelt oder angesprochen wird, stark vertreten. (Das Thema wurde 2002 in 52 % der Artikel angesprochen, aber dabei wird nicht berücksichtigt, dass die Zahl der Presseberichte zugenommen hat und 2003 – absolut gesehen – 187 erreicht hat, während es 2002 noch 117 waren). Zahlreiche Artikel rückten die Debatte zwischen Impfwang und Impfpflicht (freie Wahl vs. moralische oder ethische Pflicht) in den Vordergrund. Es ist interessant festzustellen, dass das ablehnende oder zögernde Verhalten dieser Berufskategorie ebenfalls klar und deutlich in einer Reihe von Zeitungen behandelt wurde: Schuldgefühl erzeugende Botschaften, die sich kontraproduktiv auf das erwartete Verhalten auswirken, organisierter „Widerstand“ des Medizinal- und Pflegepersonals in gewissen Einrichtungen, usw.

Schliesslich lässt die Behandlung des Themas in den Medien im Jahre 2003 erkennen, dass die Debatte weiter an Substanz gewonnen hat: es kommen kritischere Stimmen zu Wort (Nutzen der Impfung, Alternativen, Effizienz der Impfung, Problematik der individuellen Wahl und der Solidarität). Ausserhalb der blossen Weitergabe von Agenturdepeschen sind die Artikel der Redaktionen objektiver und diversifizierter und zögern auch nicht, einer öffentlichen Debatte breiteren Raum zu geben.

## 3. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Grippepräventionskampagne kann heute auf eine Reihe von Ergebnissen zurückblicken, die in den letzten Jahren eine deutliche Sensibilisierung der Bevölkerung hinsichtlich der Grippe und der Grippeimpfung erkennen lassen. Die wichtigsten Errungenschaften sind:

- Die stete Zunahme der Grippeimpfung, wie es aus den verschiedenen zur Verfügung stehenden Daten hervorgeht: Überwachungssystem Sentinella, verteilte Impfstoffdosen, Durchimpfung in den Zielgruppen;
- das Einverständnis der Ärzteschaft mit den Zielsetzungen des BAG und namentlich die aktive Empfehlung der Impfung bei den über 65-Jährigen, wie aus der Gesamtheit der analysierten Daten hervorgeht;
- eine von Jahr zu Jahr bestätigte Präsenz der Kampagne in den Medien, die das Thema der Grippeimpfung in die öffentliche Debatte trägt.

Diese Errungenschaften ergeben sich aus den Aktivitäten der Kampagne und tragen auch dazu bei, die vom BAG bei den Zielgruppen, nämlich dem Medizinal- und Pflegepersonal und den über 65-jährigen Personen, verfolgten Zielsetzungen zu erreichen. Die bei diesen beiden Gruppen erzielten Ergebnisse können heute als ermutigend angesehen werden. Die Zielerreichung und die Nachhaltigkeit des Erreichten sind jedoch noch nicht gesichert.

### 3.1. DIE ZIELGRUPPE DES MEDIZINAL- UND PFLEGEPERSONALS

Selbst wenn zwischen 2003 und 2004 eine geringe Zunahme zu verzeichnen ist (+4,2 %), bleibt die 2004 festgestellte geringe Durchimpfung mit 25,2 % ( $\pm 2,1$  %) weit von dem vom BAG gesteckten Ziel einer Durchimpfung von 70 % im Jahre 2005 entfernt. Bei der Ärzteschaft hingegen liegt die Durchimpfung bei 75%.

Die Verbreitung des spezifisch für das Medizinal- und Pflegepersonal bestimmten Informationsmaterials im Herbst 2003 hat den Bekanntheitsgrad der Kampagne verbessert und zweifelsohne ein gewisses Informationsdefizit dieser Berufsgruppe gegenüber der Grippe ausgeglichen. Wir können davon ausgehen, dass bei dieser Bevölkerungsgruppe ein Sensibilisierungsprozess eingeleitet wurde, wie das die zwischen 2003 und 2004 festgestellten Veränderungen beim Medizinal- und Pflegepersonal in der Deutschschweiz belegen.

Allerdings zeigen die weiterhin ablehnende Haltung oder die geringe Unterstützung seitens der Mehrheit des Medizinal- und Pflegepersonals sowohl gegenüber dem Impfverhalten wie auch gegenüber der Präventionskampagne, dass die bei dieser Zielgruppe zu leistende Informations- bzw. Überzeugungsarbeit ein zentrales Element für die Grippeprävention bleibt.

### 3.2. DIE ZIELGRUPPE DER ÜBER 65-JÄHRIGEN PERSONEN

Die verschiedenen analysierten Daten belegen, dass der Prozentsatz der Geimpften in der Risikogruppe der über 65-jährigen Personen seit dem Herbst 1999 regelmässig steigt. Mit einer Durchimpfung von 57,8 % ( $\pm 3,0$  %) für das Jahr 2003 kann das vom BAG festgesetzte Ziel einer Durchimpfung von 60 % im Jahr 2005 erreicht werden. Allerdings zeigen die in der Romandie seit zwei Jahren beobachteten Ergebnisse eine Stabilisierung – oder sogar einen leichten Rückgang – der Durchimpfung, obwohl sich diese Region stets durch eine hohe Durchimpfung (Höchststand mit 65 % im Herbst/Winter 2001) ausgezeichnet hat. Das beweist, dass die guten Ergebnisse noch nicht zur Selbstverständlichkeit geworden sind und die Anstrengungen fortgesetzt werden müssen, wenn das Präventionsverhalten auf Dauer Bestand haben soll.

### 3.3. DIE ZUKUNFT DER KAMPAGNE

**Angesichts der Gesamtheit der Ergebnisse kann die vom BAG verfolgte Informationsstrategie als wirkungsvoll betrachtet werden. Ohne die Wirkung der Kampagne auf die angepeilten Zielgruppen im einzelnen abgrenzen zu können, kann man festhalten, dass die Kampagne zu einer vermehrten Sensibilisierung der Bevölkerung im Allgemeinen und der Zielgruppen im Besonderen gegenüber der Problematik der Grippe geführt hat.**

Nichtsdestoweniger muss das Erreichte in der Gruppe der über 65-Jährigen noch als recht instabil betrachtet werden, während man in der Gruppe des Medizinal- und Pflegepersonals noch weit vom Ziel entfernt ist. Folglich muss sich die Kampagne bei dieser Zielgruppe erst noch bewähren und die geleistete Sensibilisierungsarbeit verstärken und weiter ausbauen muss.



## 4. EMPFEHLUNGEN

In Bezug auf das Medizinal- und Pflegepersonal:

- ⇒ **Beibehaltung der „Baseline-Studie“ beim Medizinal- und Pflegepersonal**, um regelmässig zu evaluieren und zu ermitteln, ob die spezifisch für diese Berufskategorie bereitgestellte zusätzliche Information – und der damit verfolgte Sensibilisierungsprozess – zu einer dauerhaften Veränderung in der Wahrnehmung der Krankheit und der vertretenen Verhaltensweisen führt;
  - Einführung einer direkten Frage zum Einfluss der Kampagne auf das Impfverhalten;
  - Einführung einer Frage zum Einfluss des beruflichen Umfelds als Impfgrund.
  
- ⇒ **Erlangung der Unterstützung durch die Berufsvereinigungen**. Die Weitergabe und die Begleitung der Kampagne durch die Berufsvereinigungen können der Förderung der Impfung bei dieser Bevölkerungsgruppe eine grössere, kollektiv vermittelte Legitimität verleihen.
  
- ⇒ **Förderung der Impfung in den Einrichtungen durch persönliche, direkte Aktivitäten**: Impfkationen und Informationsveranstaltungen in der Einrichtung selber, internes „Coaching“ der Kampagne, Aus- und Weiterbildung, Beteiligung der Hierarchie der Einrichtung zwecks Förderung der Impfung bei den Angestellten usw.
  
- ⇒ **ausdrückliche Respektierung der persönlichen Entscheidung** in den vom BAG bei dieser Berufskategorie verbreiteten Botschaften und mehr Verständnis für zögerndes oder ablehnendes Verhalten gegenüber der Grippeimpfung seitens des Medizinal- und Pflegepersonals.

In Bezug auf die über 65-jährigen Personen:

- ⇒ **Beibehaltung der Informationskampagne**. Sie ist erforderlich, um die verbreiteten Botschaften zu reaktivieren und sie in konkretes Präventionsverhalten umzusetzen (häufigere Impfungen während der empfohlenen Impfperiode und erhöhte Durchimpfung der Zielgruppen). Auf dem Spiel steht die Nachhaltigkeit der Bewusstseinsbildung und der möglichen Verhaltensänderungen, die sie bewirkt, falls die Grippeprävention aus dem Blickfeld der breiten Öffentlichkeit verschwindet.
  
- ⇒ **Bestätigung der Kampagne im Umfeld der Medien**. Die Rolle der Medien liegt in der Resonanz, die sie dem behandelten Thema verschaffen, indem sie die Grippe thematisieren und die damit verbundenen Besorgnisse in den öffentlichen Raum stellen. Der Wiederhall in den Medien ist wesentlich, um die Sensibilisierung zu steigern und die Wachsamkeit der Bevölkerung oder der Zielgruppen gegenüber der Grippe oder der Grippeimpfung aufrechtzuerhalten. Darüber hinaus ist diese

Präsenz in den Medien gut geeignet, die Personen zu erreichen, die nicht oft eine Arztpraxis oder ärztliche Einrichtungen aufsuchen.

- ⇒ **die Aktionen der Kampagne vom Herbst 2004 entsprachen diesen beiden Punkten**
  
- ⇒ eine **Reflexion über die Art der Verbreitung und die passive Bereitstellung des Informationsmaterials** führen, das für die Kampagne ausgewählt wurde (z.B. Verteilung der Broschüren in den Wartezimmern der Arztpraxen oder medizinischen Einrichtungen zu Händen der Patienten). Die Alternative bestünde darin, dass man über Mittel oder Aktionen nachdenkt, wie man die Information den betroffenen Personen gezielter und individueller zukommen lassen könnte. Persönlich adressierte Postsendungen durch kantonale Stellen (offizielle Sendung des Kantonsarztes, des kantonalen Gesundheitsamtes usw.), der Vereinigungen von Pensionierten oder älteren Menschen oder auch der Krankenkassen wäre eine Möglichkeit.

Korrespondenzadresse:

Institut érasm  
Rue de la Gabelle, 6  
Case postale 1313  
1227 Carouge

massimo.sardi@erasm.ch