

Evaluation der TV-Kurzfilmreihe Gesundheit

(Pilotphase)

Abschlußbericht

12002P



Evaluation der TV-Kurzfilmreihe Gesundheit
(Pilotphase)

Abschlußbericht

ARCHIVEXEMPLAR

Reg.-No. 120028
(13.2.85)

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
Referat 2-25 (Gerhard Christiansen, Jürgen Töppich)

Evaluation der BZgA-TV-Kurzfilmreihe Gesundheit

Inhalt

1.	Vorbemerkung: Gesundheitsaufklärung im Fernsehen	1
2.	Das Konzept der TV-Kurzfilmreihe Gesundheit	2
2.1	Zielsetzung und Projektüberblick	2
2.2	Die einzelnen Elemente der TV-Kurzfilmreihe	2
2.2.1	Die Kurzfilme - konzeptionelle Überlegungen zur Filmgestaltung	2
2.2.1.1	Themenfelder der TV-Kurzfilmreihe	4
2.2.1.2	Einordnung in die Programmstruktur des Fernsehens	5
2.2.2	Maßnahmen der Werbung für die Kurzfilmreihe	5
2.2.3	Der Multiplikatorenansatz	5
2.2.3.1	Film- Begleitmaterialien	6
2.2.3.2	Multiplikatorenrekrutierung / Multiplikatorendatei	6
2.3	Schematische Darstellung der Projektstruktur	7
3.	Die Pilotphase der TV-Kurzfilmreihe Gesundheit	8
4.	Evaluation der Pilotphase	9
4.1	Evaluationsziele	9
4.2	Bewertungsgrundlagen	10
4.2.1	Kurzbeschreibung der Bewertungsgrundlagen	10
5.	Die Akzeptanz der Filme	13
5.1	Akzeptanzprofile	13
5.1.1	Programmauswahl und Programmbindung	14
5.1.2	Filmverständlichkeit	15
5.1.3	Resonanz	15
5.1.4	Gesamturteil	15

5.2	Akzeptanz: Ergebnisse	27
5.2.1	Programmauswahl und Programmbindung	27
5.2.2	Filmverständlichkeit	27
5.2.3.1	Resonanz der Film-Handlungen	28
5.2.3.2	Resonanz der Moderation	29
5.2.4	Gesamturteil	30
5.3	Themeninteresse und Akzeptanz	32
5.4	Unterschiede in der Filmgestaltung	34
6.	Film-Effekte	41
6.1	Indikatoren für die Film-Effekte	41
6.1.1	Informationen und Anregungen	42
6.1.2	Interesse an weiteren Filmen zum Thema	42
6.1.3	Wissen-Einstellungen-Verhalten	42
6.2	Film-Effekte: Ergebnisse	54
7.	Interesse der Bevölkerung an Gesundheitsfilmen im Fernsehen	57
7.1	Interesse an Gesundheitsfilmen	57
7.2	Themeninteressen	58
8.	Bewertung der Sendezeit unter dem Aspekt der Erreichbarkeit von Zielgruppen	61
8.1	Sendezeit in der Pilotphase	61
8.2	Sendezeitpräferenzen der Bevölkerung und einzelner Zielgruppen	62
9.	Bewertung des Multiplikatorenkonzeptes der TV-Kurzfilmreihe	64
9.1	Bedarf/Interesse	64
9.2	Bewertung des Materials durch Besteller und Nutzungsabsichten	64
9.3	Bewertung des Multiplikatorenkonzeptes	65
10.	Zusammenfassung	71
	Anhang: Filmbeschreibung	

1. Vorbemerkung

Die Bevölkerung über Gesundheitsrisiken sachgerecht zu informieren und Hilfen für die gesundheitsfördernde Gestaltung von Lebensweisen anzubieten, sind zwei zentrale Aufgaben der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

Um diese Aufgaben zu erfüllen, bedarf es Wege und Aufklärungsformen, die geeignet sind, große Teile der Bevölkerung kontinuierlich über einen längeren Zeitraum zu erreichen.

Daß das Fernsehen für Maßnahmen der gesundheitlichen Aufklärung einen besonderen Stellenwert besitzt, ist seit langem bekannt, und dementsprechend wurden bereits vielfältige Kooperationsprojekte zwischen der BZgA und einzelnen Sendeanstalten realisiert. Welche Relevanz eine kontinuierliche Information der Bevölkerung durch dieses Medium besitzt, konnte aber für die Bundesrepublik erst im Rahmen der AIDS-Aufklärungskampagne genauer nachgewiesen werden (AIDS-Aufklärung im Fernsehen, BZgA 1987, AIDS im öffentlichen Bewußtsein 1992, BZgA-Köln 1993, Evaluation des Spielfilms "Unsichtbare Mauern", Köln 1990).

Insofern lag es nahe, unter Einbezug dieser aktuellen Erfahrungen ein fernsehspezifisches Aufklärungskonzept zu entwickeln: die TV-Kurzfilmreihe Gesundheit.

2. Das Konzept der TV-Kurzfilmreihe Gesundheit

2.1 Zielsetzung und Projektüberblick

Die Gesundheitsfilmreihe will ein breites Spektrum von Zusammenhängen zwischen Lebensweisen und Krankheit bzw. Lebensweisen und Gesundheit thematisieren, über Gesundheitsrisiken informieren sowie Handlungsimpulse für die Erhaltung der eigenen Gesundheit geben.

Umgesetzt werden soll dieser Anspruch durch kurze (3 Minuten) Spielfilme und einen sich an die Filme anschließenden Moderationsteil, in dem wesentliche Aussagen und Informationen durch einen Sprecher/Moderator aufgegriffen und zusammengefaßt sowie Verweise auf weitere Informations- und Beratungsmöglichkeiten gegeben werden.

Ein weiterer Bestandteil der Filmserie sind Begleitmaterialien für Multiplikatoren im Feld der Gesundheitsförderung. Diese erhalten das Material (zusammen mit Videokassetten), um es im Rahmen von Fortbildungsaktivitäten einzusetzen.

Durch eine gezielte Ankündigung soll eine hohe Aufmerksamkeit für diese Filmreihe bei den Endadressaten und Multiplikatoren und damit die Voraussetzung für eine intensive Nutzung erreicht werden.

2.2 Die einzelnen Elemente der TV-Kurzfilmreihe

2.2.1 Die Kurzfilme - konzeptionelle Überlegungen

Ziel der Filme ist es, durch nachvollziehbare, lebensnahe und anregende Filmgeschichten, gesundheitliche Risiken zu verdeutlichen, aber auch Handlungsmöglichkeiten für die Adressaten aufzuzeigen. Der dazu notwendige Bezug zur Lebenssituation des Zuschauers soll über die Auslösung von Wiedererkennung ("das habe ich selbst so oder so ähnlich erlebt") sowie durch die Vermittlung von Vor- bzw. Ersatzerfahrungen ("in diese oder eine ähnliche Situation könnte ich auch kommen") hergestellt werden. Der Bezug zum eigenen Handeln soll vermittelt werden über das Kennenlernen von Handlungsspektren (auch für noch nicht selbst erfahrene Situationen), sowie den Anreiz, die durch die Filmfiguren unterbreiteten Handlungsmöglichkeiten auf ihre Übertragbarkeit in den eigenen Lebensalltag zu überprüfen und sie ggf. selbst zu erproben.

Dabei wird davon ausgegangen, daß die Handlungsrelevanz der unterbreiteten Vorschläge maßgeblich durch die Konstruktion der Filmgeschichten und die Identifikation mit den Filmfiguren bestimmt sein wird.

Um diese Ansprüche einzulösen, sind die Kurzfilme als Spiel-filme - und nicht als Informations- und Ratgeberfilme - inszeniert und als Serie konzipiert.

Der Seriencharakter ergibt sich zum einen durch die regelmäßige Aussendung von Filmen zu festen Sendezeiten - geplant ist ein wöchentlicher Abstand. Er wird aber auch durch die formale Struktur (3 Min. Länge) und durch die Wiedererkennung der handelnden Personen geschaffen. Hier sind zwei Identifikationspersonen hervorzuheben. Eine "Oma", die fundierte Lebenserfahrungen hat und ihr siebenjähriger Enkel, der die typisch menschlichen Schwächen der Erwachsenen bemerkt und anspricht. Damit ergeben sich zwei Handlungsebenen. Erstens eine Lebenssituation mit Identifikationsangeboten und eine argumentative Ebene, die Handlung und Verhalten der Personen in einer nicht-pädagogischen Weise sparsam erläutert. Für die Gestaltung der Spielfilme wurden verschiedene Kriterien vorgegeben. Grundorientierung ist ein positives Image von Gesundheit, das den Gewinn an Wohlbefinden und Lebensqualität, der mit gesundheitsbewußtem Handeln einhergeht, in den Vordergrund stellt.

Die Spielhandlungen sollen sich an Alltagssituationen orientieren und diese im Sinne einer aufklärenden Unterhaltung (oder unterhaltsamen Aufklärung) gestalten. Die Inhalte müssen fachwissenschaftlich korrekt sein, jedoch so aufbereitet, daß sie von Laien verstanden werden und kein Schichtbias entsteht.

Deshalb dürfen die Filme auch nicht mit Aussagen überfrachtet werden; Informationen sind auf wenige, klare und einfache Kernaussagen zu begrenzen.

Ziel ist die "Werbung für Gesundheit" und nicht Abschreckung. Ebenfalls sind pädagogisierende Ansätze (Zeigefinger-Lösungen) auszuschließen.

Dabei ist zu beachten, daß sich Filmhandlung und Fachaussagen nicht widersprechen oder Doppeldeutigkeiten auftreten.

Themen- und situationsangemessener Humor soll bewußt eingesetzt werden, um Vorurteile oder Tabus aufzubrechen und die Bereitschaft zur Informationsaufnahme zu fördern.

Barrieren und Gründe, die einem gesundheitsfördernden Verhalten entgegenstehen, sind aufzugreifen und so zu thematisieren, daß sie nicht diskreditiert werden, sondern nachvollziehbar als "menschliche Schwächen" erscheinen. Eine Diskriminierung von Personen und Gruppen ist strikt zu vermeiden.

Auf Kommentare soll in den Spielfilmen weitestgehend verzichtet werden zugunsten einer Darstellung durch Verhaltensweisen, Mimik und Gesten. Ziel ist es, die spezifischen Aspekte, Bedingungen und Möglichkeiten der Filmgestaltung zu berücksichtigen und keine "bewegte Broschüre" zu schaffen.

Insbesondere der zuletzt genannte Aspekt bedeutet, daß jeder der Spielfilme für sich zu stehen hat. Aus der Handlung müssen sich Problemstellung und Botschaft erschließen. Gleichwohl läßt ein nach den v.g. Kriterien gestalteter Film Fragen offen.

Um derartige Fragen aufzugreifen, ist den Filmen ein Moderationsteil angegliedert. In ihm wird - unter Rekurs auf die Spielhandlung - auf Möglichkeiten einer weiteren Beschäftigung mit dem Thema hingewiesen. Insbesondere werden Adressen und Telefonnummern von Beratungs- und Informationsstellen bekanntgegeben.

2.2.1.1 Themenfelder der TV-Kurzfilmreihe

Die Auswahl der Themenfelder berücksichtigt verschiedene Gesichtspunkte. Kriterien der Auswahl sind:

- der Aufklärungsansatz der BZgA als lebensbegleitend und am Lebensweisenkonzept orientiert, d.h. es sollen grundlegende Lebens- und Gesundheitsprobleme und -situationen in jeder Lebensphase aufgegriffen und auf gesundheitsrelevante Lebens- und Konsumgewohnheiten eingegangen werden.
- die (sozial-)epidemiologische Bedeutung und das Präventionspotential, d.h. die Wichtigkeit der Themenfelder bzgl. Morbidität, Mortalität und der sozioökonomischen Auswirkungen sowie Frühzeitigkeit und Ansatzmöglichkeiten für primärpräventive Beeinflussung.
- die aktuelle Bedeutung und Schwerpunktsetzungen, d.h. die zusätzliche Bedeutung, die die ausgewählten Themenfelder wegen der besonderen Bedingungen in den neuen Bundesländern haben (Umstellungen in den Verhaltensweisen und Lebensbedingungen und in der Nutzung neuer Strukturen des Gesundheitssystems, unterschiedliche epidemiologische Ausgangslage) und die primärpräventive Unterstützung des Rauschgiftbekämpfungsplanes durch gesundheitliche Aufklärung.

Aufgrund der o.g. Kriterien werden folgende Themenfelder für die Gesundheitsreihe vorgeschlagen:

1. Gesunde Entwicklung des Kindes
2. Ernährung
3. Prävention von Zivilisationskrankheiten
4. Prävention von Mißbrauchs- und Suchtverhalten
5. Aktuell bedeutsame Themen der gesundheitlichen Aufklärung

2.2.1.2 Einordnung in die Programmstruktur des Fernsehens

Das Fernsehen hat unterschiedliche Sendeschienen für die Bereiche Unterhaltung oder Verbraucherinformation. Bisher werden Gesundheitssendungen meist in Magazinform zur Information für Betroffene (ältere und/oder kranke Menschen) gestaltet. Damit ist der Zuschauerkreis eingegrenzt. Unter Bezug auf amerikanische Erfahrungen haben die Fernsehanstalten Interesse, die bestehenden Gesundheitssendungen durch eine Spielfilmreihe zu ergänzen und so den Zuschauerkreis zu erweitern. Die geplante Gesundheitsreihe berücksichtigt diese Interessenlage und ist in Zusammenarbeit mit dem WDR gestalterisch entwickelt worden. Da die Reihe von einem positiven Gesundheitsbegriff ausgeht, Eigenverantwortung und Selbstbestimmung für die eigene Gesundheit propagiert, spricht sie ein breites Zielpublikum an. Diese Tatsache soll ihren Niederschlag in der zeitlichen Plazierung der Filmreihe finden, die im Vorabendprogramm sicherzustellen ist. Neben diesem Sendeplatz ist eine weitere Verwertung auf Sekundärplätzen vorgesehen, z.B. in bestehenden Magazinsendungen und auch im Bereich der Verbraucherinformation, also dem gemeinsamen Programm ZDF/ARD, das vormittags (11.00 Uhr) ausgestrahlt wird und besonderen Zuspruch in den neuen Bundesländern findet.

2.2.2 Maßnahmen der Werbung für die Kurzfilme

Das zentrale Mittel, über Fernsehsendungen zu informieren, ist die Vorankündigung in Programmzeitschriften. Neben dieser Form ist eine aktive Pressearbeit vorgesehen, um Endadressaten und Multiplikatoren auf diese neue Form von Gesundheitssendungen aufmerksam zu machen.

2.2.3 Der Multiplikatorenansatz

Die TV-Kurzfilmreihe Gesundheit richtet sich zunächst an die Bevölkerung insgesamt bzw. themenspezifisch abzugrenzende Gruppen (fernsehspezifisches Konzept).

Die Filme werden jedoch so konstruiert, daß sie auch als Diskussionseinstieg im Rahmen spezieller Aufklärungsveranstaltungen nutzbar sind, d.h. mit der Kurzfilmreihe sollen auch gezielt Multiplikatoren angesprochen werden, die dann ihrerseits diese Filme für ihren speziellen Adressatenkreis einsetzen.

Durch dieses Konzept soll eine parallel zur TV-Ausstrahlung laufende weitere Verbreitung sowie eine intensivere Nutzung der produzierten Filme erreicht werden.

Voraussetzung für diesen Multiplikatorenansatz ist jedoch die Rekrutierung von Multiplikatoren, der Aufbau einer Multiplikatorendatei und die systematische Belieferung der Multiplikatoren mit den Filmen und entsprechenden Begleitmaterialien.

2.2.3.1 Film- Begleitmaterialien

Für die Gruppe der Multiplikatoren ist pro Film eine Mappe mit den folgenden Bestandteilen vorgesehen:

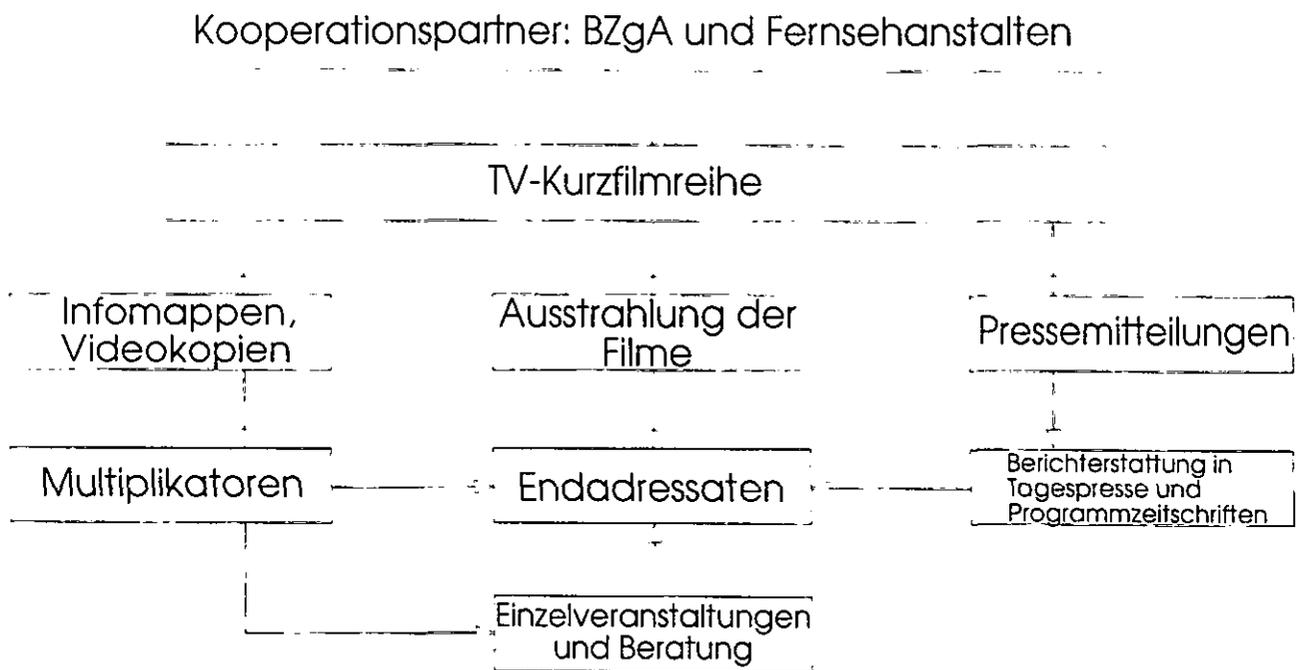
- eine Filmbeschreibung, die über Thema, Botschaft, Storyboard und den Moderationsteil informiert,
- ein Basisinformationsteil, der fachwissenschaftliches Hintergrundwissen zum im Film behandelten Gesundheitsthema,
- eine Presseinformation als Hilfestellung für die Ankündigung eigener Veranstaltungen,
- ein Bestellformular für weitere Filme und Begleitmaterialien,
- ein Videoband.

2.2.3.2 Multiplikatorenrekrutierung / Multiplikatorendatei

Aus einem Adresspool der BZgA werden Personen/Institutionen ausgewählt, denen Probeexemplare (Film und Begleitmaterialien) zugesendet werden und die auf Wunsch in die Multiplikatorendatei aufgenommen werden. Parallel zu dieser direkten Werbeaktion wurde über das Projekt in Fachzeitschriften und Informationsdiensten der BZgA informiert und für eine Beteiligung geworben.

2.3 Schematische Darstellung der Projektstruktur

Zusammengefaßt ergibt sich für die TV-Kurzfilmreihe die folgende Projektstruktur:



3. Pilotphase

Die Umsetzung der TV-Kurzfilmreihe ist mit vielfältigen Unwägbarkeiten und Risiken behaftet. Die Frage, ob das vorgesehene Konzept praktikabel ist und auf die notwendige Akzeptanz bei den Beteiligten (Kooperationspartner, Multiplikatoren und Endadressaten) trifft, ist deshalb im Rahmen einer Pilotphase zu prüfen.

Die zusammen mit dem ZDF realisierte Pilotphase umfaßte:

- 11 Kurzfilme zu bewußt heterogenen Themen (siehe Filmbeschreibungen im Anhang),
- 11 Multiplikatoren- Begleitmaterialien zu den einzelnen Filmen,
- die Rekrutierung von Multiplikatoren mittels direkter und indirekter Werbemaßnahmen,
- den Aufbau einer Multiplikatorendatei,
- Presseaktivitäten zur Ankündigung der Sendereihe,
- eine Evaluation der Programmkomponenten.

Die 11 Pilotfilme wurden vom 09.09.93 bis 23.11.93 im ZDF jeweils wöchentlich um 14.55 Uhr ausgestrahlt. In den Programmzeitschriften war die Gesundheitsreihe unter dem Titel "Bewußt leben" ausgewiesen.

4. Evaluation der Pilotphase TV-Kurzfilmreihe Gesundheit

4.1. Evaluationsziele

Die Pilotphase der TV-Kurzfilmreihe Gesundheit wurde von der BZgA mit der Zielsetzung evaluiert, eine fachliche Entscheidungsgrundlage für oder gegen die Fortsetzung dieser Maßnahme zu erhalten.

Die Evaluation richtet sich deshalb auf die folgenden Aspekte (Evaluationsziele):

1. Bewertung der einzelnen Pilotfilme (Filmhandlung und Moderation) hinsichtlich kommunikativer Leistungsfähigkeit und Akzeptanz.
Zentrale Frage: Wie gut kommen die Filme an und bringen sie ihre Botschaft über?
2. Einzelfilm-übergreifende Bewertung der dramaturgischen Umsetzung.
Zentrale Frage: Ist das Gestaltungsprinzip für die heterogenen Themen geeignet?
3. Ermittlung von (kurzfristigen) Wirkungen der einzelnen Filme.
Zentrale Frage: Vermitteln die Filme neue Kenntnisse und geben sie Anregungen für gesundheitsbewußtes Handeln?
4. Interesse der Bevölkerung an Gesundheitsfilmen im Fernsehen.
Zentrale Fragen: Wieviele (und welche) Menschen würden sich die Filme ansehen? Welche Themen sind von Interesse?
5. Bewertung der Sendezeit
Zentrale Fragen: Welche Sendezeitwünsche der Bevölkerung gibt es? Welche Sendezeit ist unter dem Gesichtspunkt einer optimalen Erreichbarkeit wichtiger Zielgruppen zu empfehlen?
6. Bewertung des Begleitmaterials durch Multiplikatoren.
Zentrale Fragen: Werden die Basisinformationen als wichtiger Bestandteil gesehen? Eignen sie sich für Fortbildungsmaßnahmen? Ist eine Multiplikationswirkung zu erwarten?

4.2. Bewertungsgrundlagen

Die Beantwortung der Fragen stützt sich auf die folgenden Grundlagen:

- sendezeitnahe Evaluation aller Einzelfilme,
- repräsentative Befragung der Bevölkerung im Rahmen einer Mehr-Themen-Umfrage (Omnibus),
- GfK-Reichweitendaten,
- Dokumentation der Materialanforderungen durch Multiplikatoren,
- Befragung von zufällig ausgewählten Bestellern des Begleitmaterials (Multiplikatoren),

4.2.1 Kurzbeschreibung der Bewertungsgrundlagen

Sendezeitnahe Evaluation der einzelnen 11 Kurzfilme

Methode:

Sendezeitnahe TV-Spot-Evaluation: Computergestützte telefonische Umfragen (CATI) unmittelbar nach der Ausstrahlung jedes Films. Befragt wurden pro Film ca. 100 Zuschauer ab 14 Jahren durch das Institut FORSA, Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, Dortmund/Berlin. Die Befragten wurden auf der Basis laufender telefonischer FORSA-Repräsentativbefragungen von wöchentlich 2500 Personen vorrekrutiert, d.h. es wurde bei diesen Umfragen die Möglichkeit erfragt, zur Sendezeit der Kurzfilme das ZDF einzuschalten sowie die Bereitschaft, sich anschließend interviewen zu lassen (ohne Nennung von Sendung und Interviewthema). Bei der endgültigen Auswahl wurde mit Hilfe einer Quotierung nach Geschlecht und nach groben Alterskategorien versucht, soweit wie möglich Repräsentativität im Hinblick auf die dementsprechende Struktur der Bevölkerung herzustellen. Dieses konnte jedoch nur im Rahmen der durch die Sendezeit (14.55 Uhr) gegebenen Möglichkeit geschehen: Der Großteil der Erwerbstätigen konnte nicht erreicht werden.

Haupt-Befragungsinhalte:

- Fragen zur Programmauswahl und Programmbindung,
- generelles Interesse an der Thematik des Films,
- Filmverständnis (offene Fragen zum Inhalt der Filme sowie zur Hauptbotschaft),
- Eigenschaftsbeurteilungen zur Messung der Resonanz und Akzeptanz des Filminhalts und der Moderation,
- Gesamtbeurteilung (Skalenfrage und offene Fragen zu Likes/Dislikes),
- Zuschauereinschätzung der Filmwirkungen (Neues erfahren, Anregungen erhalten),
- filmspezifische Wissens-, Einstellungs- und Verhaltensfragen,
- Interesse an weiteren Themen (gestützt und ungestützt),
- Wahrnehmung sonstiger Gesundheitssendungen im Fernsehen.

Repräsentative Befragung der Bevölkerung

Methode:

Computergestützte telefonische Befragung nach Abschluß der Sendereihe (N=2500) im Rahmen einer Mehr-Themen-Umfrage des FORSA-Instituts.

Haupt- Befragungsinhalte:

- Reichweite der Filme (Filmwahrnehmung)
- Häufigkeit der Information über Gesundheitsfragen
- Interesse an einer Gesundheitsfilmreihe im Fernsehen
- Themeninteressen
- Bevorzugte Sendezeit für Gesundheitsfilme
- Filmspezifische Wissens- und Verhaltensfragen aus den Einzelfilmbefragungen (Vergleich Film-Zuschauer und Allgemeinbevölkerung)

- Verständnis des Slogans "Bewußt leben"
- Einschätzung der Wichtigkeit gesundheitsbezogener Handlungsvorschläge
- Persönliche Einschätzung der Informiertheit über Gesundheitsfragen

GfK - Reichweitendaten:

- Einzelfilmbezogene Reichweite der Kurzfilme (absolut: Zahl der Zuschauer, relativ: Zuschaueranteil)

Die durch die Gesellschaft für Konsumforschung ermittelten Einschaltquoten werden der BZgA durch das ZDF zur Verfügung gestellt.

Die einzelfilmbezogene Reichweite gibt an, wieviele Zuschauer den jeweiligen Kurzfilm gesehen haben und informiert über den Zuschaueranteil dieses Films.

Dokumentation der Materialanforderungen:

Zahl der Besteller der Begleitmaterialien im Verhältnis zu den in die Werbeaktion einbezogenen Multiplikatoren - als ein Bedarfsindikator.

Multiplikatorenbefragung

Methode;

Telefonische Befragung von Bestellern (n=250) des Begleitmaterials aus Gesundheitsämtern, Krankenkassen und Bildungseinrichtungen.

Hauptbefragungsinhalte:

- Wurden die Basisinformationen gelesen
- Bewertung der Basisinformationen
- Bewertung der Relevanz einzelner Bestandteile des Begleitmaterials
- Nutzungsabsichten

5. Die Akzeptanz der Filme

Damit eine TV-Gesundheitskampagne bei der Bevölkerung die intendierten Wirkungen erzeugen kann, müssen die einzelnen Filme einige wesentliche Voraussetzungen erfüllen, die im Sprachgebrauch der Werbemittelforschung häufig unter dem Begriff der Akzeptanz zusammenfaßt werden (siehe dazu auch die konzeptionellen Überlegungen in Kapitel 2.2.1).

5.1. Akzeptanzprofile

Es sind vor allem vier Grundvoraussetzungen, die für die Wirksamkeit von TV-Kurzfilmen von Bedeutung sind:

1. Die Zuschauer müssen motiviert sein, die Filme anzusehen. Bei der Programmauswahl, d.h. bei der Entscheidung des Fernsehpublikums für oder gegen bestimmte Programme oder Sendungen spielen das bisherige Themeninteresse der Zuschauer und die Nutzung von Programminformationsquellen eine wichtige Rolle. Weiter müssen die Zuschauer eine "Bindung an den Film" entwickeln, d.h. ihn bis zum Ende ansehen, wenn sie ihn einmal eingeschaltet haben. Für diese Bindung ist oft die inhaltliche und gestalterische Attraktivität (spontane Anmutung) des Vorspanns und der ersten Filmszenen entscheidend.
2. Die Filme müssen in Handlung und Botschaft verständlich sein.
3. Die Filme müssen kognitive und emotionale Resonanz bei den Zuschauern finden, um bei einer möglichst großen Zahl von Zuschauern überzeugend zu wirken.
4. Jeder Film muß den Zuschauern insgesamt möglichst gut gefallen (Gesamturteil), nicht zuletzt, um die Bereitschaft zu erhöhen, sich weitere Filme der Kampagne anzuschauen.

Für jede dieser vier Akzeptanzdimensionen wurden mehrere Indikatoren gebildet und entsprechende Interviewfragen formuliert.

Untersucht wurde die Akzeptanz der Filme in den sendezeitnahen Telefonbefragungen jeweils unmittelbar nach der Ausstrahlung. Im Gegensatz zu TV-Film-Evaluationen im "Laboratorium" lassen sich durch dieses Verfahren die Evaluationsergebnisse mit größerer Sicherheit auf tatsächliches Zuschauerverhalten generalisieren: Eine stärker zufallsgesteuerte Auswahl ergibt eine repräsentativere Zusammensetzung der Zuschauer, und in den erfragten Akzeptanzergebnissen spiegeln sich auf deutlichere Weise die Zuschauerreaktionen in der natürlichen Fernsehsituation wider.

Die Ergebnisse sind für jeden einzelnen Film auf einem Datenblatt zu einem Akzeptanzprofil zusammengestellt, zusammen mit den jeweiligen Sendeterminen, Reichweiten und einigen Kennziffern zur Befragung (Zahl der Befragten und deren demographische Zusammensetzung). Auf den folgenden Seiten sind diese Akzeptanzprofile im Anschluß an einen kurzen Überblick über die Bedeutung der verwendeten Indikatoren in der Reihenfolge der Sendetermine zusammengestellt.

5.1.1 Programmauswahl und Programmbindung

Für diese Dimension gab es nur begrenzte Möglichkeiten der Indikatorenbildung. Die sendezeitbedingten geringen Reichweiten der Filmausstrahlungen verhinderte, Zuschauer und Nichtzuschauer anteilsgerecht zu ermitteln. Bei einer Reichweite von jeweils etwa 1 Prozent wären dazu zeitlich und kostenmäßig nicht zu bewältigende Stichprobengrößen erforderlich gewesen. Stattdessen wurden ausschließlich Zuschauer befragt. Diese wurden auf der Basis repräsentativer Stichproben von jeweils 2500 Personen vorrekrutiert, d.h. sie wurden gebeten, zur Sendezeit des jeweiligen Films das ZDF einzuschalten, vorausgesetzt, daß sie in der Lage und bereit waren, zur Sendezeit überhaupt fernzusehen. Es war also nicht möglich, den Entscheidungsprozeß für oder gegen die Filme vollständig zu rekonstruieren.

Wichtige Indikatoren des Programmwahlverhaltens und der Programmbindung konnten jedoch auch bei den so rekrutierten Zuschauern erfragt werden.

Als ein wichtiger Aspekt bei der Programmauswahl ist die bisherige Beschäftigung mit dem Thema des jeweiligen Films anzusehen. Dieses wurde durch eine Frage nach der Häufigkeit ermittelt, mit der die Befragten in der letzten Zeit über das Thema nachgedacht hatten. In den Akzeptanzprofilen ist der Anteil derjenigen aufgeführt, die angaben, dieses öfter, d.h. sehr häufig oder häufig getan zu haben.

Darüber hinaus wurde gefragt, inwieweit sich die Zuschauer vorher über das Thema der Sendung in Programmzeitschriften und ähnlichen Programminformationen über den Inhalt der Sendung informiert hatten.

Diejenigen die angaben, überhaupt Kontakt mit dem Film gehabt zu haben, wurden gefragt, ob sie den Film von Anfang bis Ende gesehen hatten (und zusätzlich, wann sie abgebrochen oder unterbrochen hatten). Dadurch ergeben sich Hinweise, ob die Filme attraktiv genug waren, um eine über die gesamte Sendung andauernde Bindung an den Film aufrechtzuerhalten.

5.1.2 Filmverständlichkeit

Ob die Filme für die Zuschauer verständlich sind, wurde mit zwei offenen Fragen (freie Antwortmöglichkeiten) überprüft. Zum einen wurde mit der Frage, woran man sich bei den jeweiligen Filmen erinnern konnte, ermittelt, ob die Filme in der Lage waren, die Inhalte des Films auf verständliche Weise überzubringen, und zum anderen wurden die Zuschauer gebeten, die Botschaft der Filme mit ihren eigenen Worten wiederzugeben, um somit überprüfen zu können, ob sie diese verstanden hatten oder nicht.

5.1.3 Resonanz

Die kognitive und emotionale Resonanz der Filme wurde gemessen, indem die Befragten gebeten wurden, den gerade gesehenen Kurzfilm nach einer Reihe von Eigenschaften zu beurteilen, die unterschiedliche kognitive Reaktionen (wie z.B. "informativ", "realitätsnah", "verständlich") bzw. emotionale Reaktionen (wie z.B. "Angst vor Krankheit machend" oder "nachdenklich machend") zum Ausdruck bringen. Diese Eigenschaftsbeurteilung erfolgte getrennt für den eigentlichen inhaltlichen Teil des Films und für die Moderation. Für die Beurteilung der Filminhalte wurden 14 Eigenschaften vorgegeben. Sie sind im einzelnen in den Datenblättern aufgeführt. Acht dieser Eigenschaften wurden ebenfalls für die Beurteilung der Moderation herangezogen.

5.1.4 Gesamturteil

Die Gesamtbeurteilung der Filme erfolgte durch zwei Indikatoren: Zum einen wurde mit Hilfe einer verbalen Bewertungsskala erfragt, wie gut der Film insgesamt gefallen hat. In dem Akzeptanzprofil ist unter der Kategorie "gefallen" der Anteil derjenigen wiedergegeben, denen der Film sehr gut oder gut gefallen hat. Der zweite Indikator ermittelt mit Hilfe der üblicherweise bei Medienevaluationen gestellten Fragen nach den "Likes" und "Dislikes", d.h., was im einzelnen an dem Film gefallen bzw. nicht gefallen hat.

Nimm Dir Zeit

Zuschauer

Sendezeit: Do., 9.9.93, 14.55 Uhr
 GfK-Reichweite: 470.000 (1%)

Befragte (n=53)

männlich: 28% 14-49 Jahre: 53%
 weiblich: 72% 50 u. älter: 47%

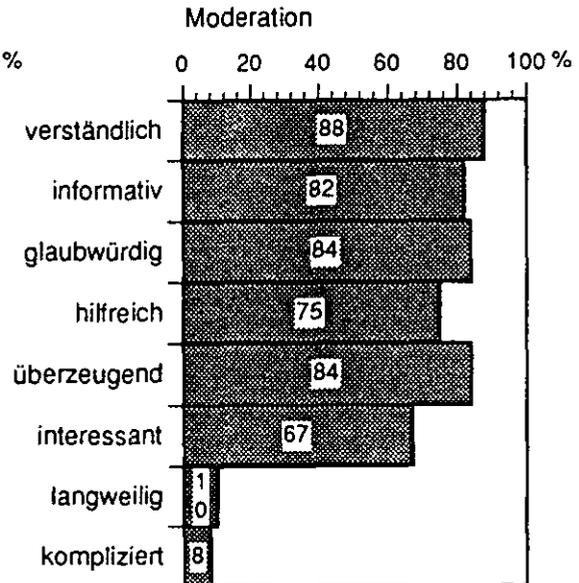
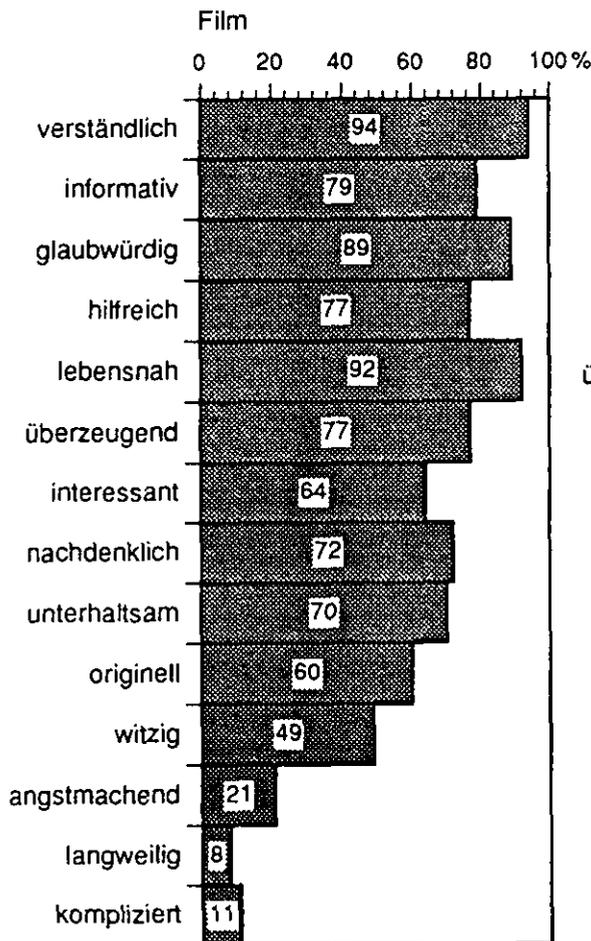
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 53%
 Themeninteresse: 48%
 Film von Anfang bis Ende gesehen: 91%

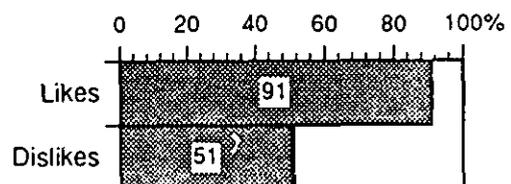
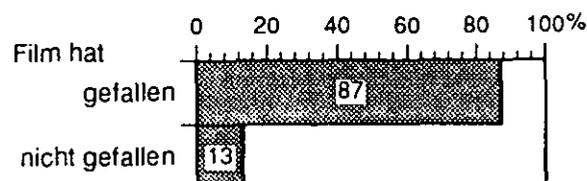
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 98%
 Botschaft verstanden: 96%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Frühstück genießen

Zuschauer

Sendezeit: Do., 16.9.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 350.000 (1%)

Befragte (n=118)

männlich: 36% 14-49 Jahre: 54%
weiblich: 64% 50 u.älter: 46%

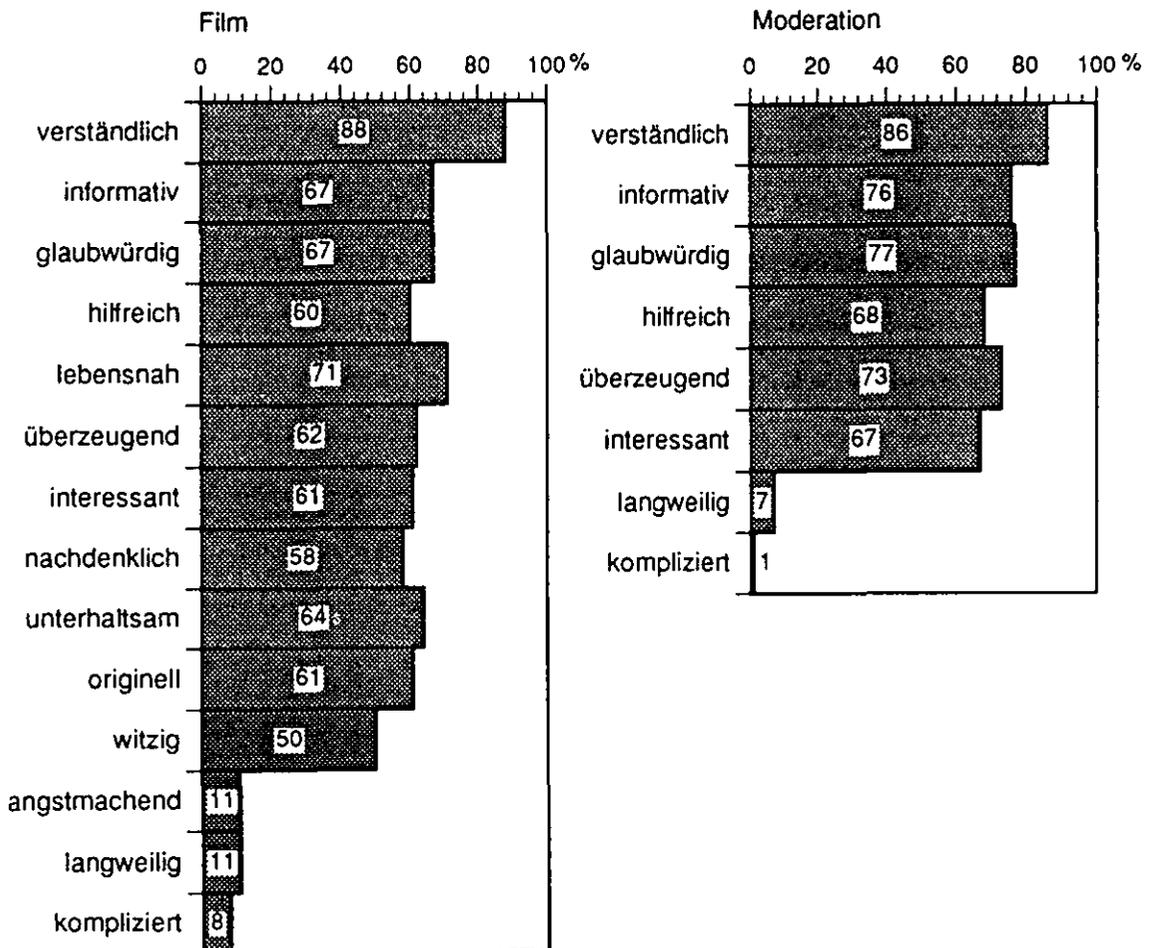
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 50%
Themeninteresse: 44%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 81%

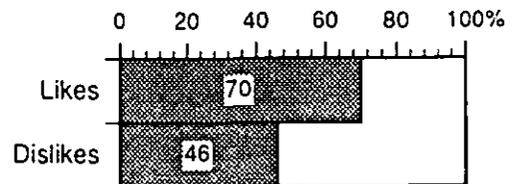
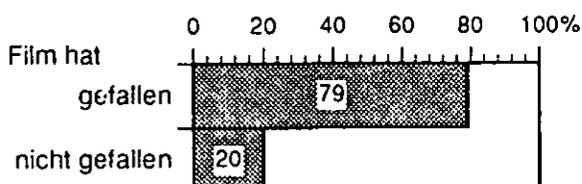
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 84 %
Botschaft verstanden: 97%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Impftermine wahrnehmen

Zuschauer

Sendezeit: Do., 23.9.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 400.000 (1%)

Befragte (n=129)

männlich: 32% 14-49 Jahre: 45%
weiblich: 68% 50 u. älter: 55%

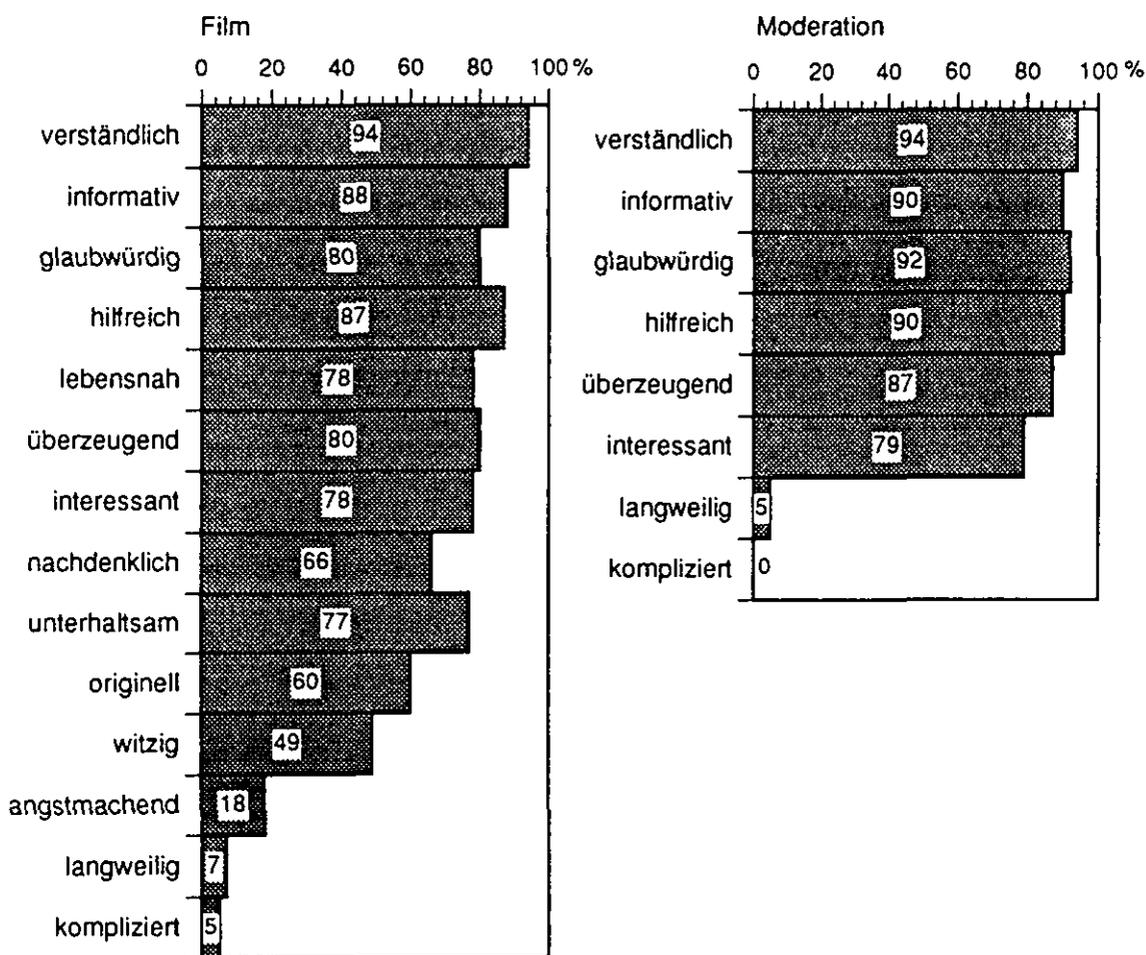
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 44%
Themeninteresse: 21%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 89%

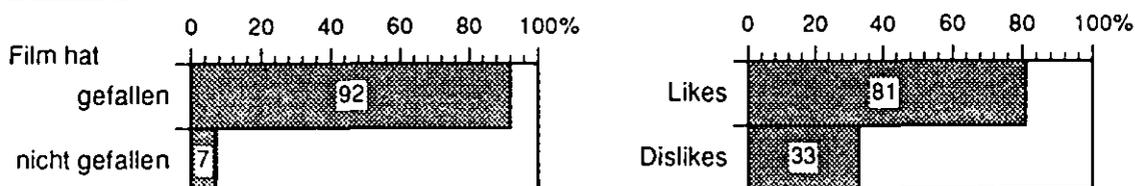
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 97%
Botschaft verstanden: 98%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Krebsfrüherkennung nutzen

Zuschauer

Sendezeit: Di., 5.10.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 370.000 (1%)

Befragte (n=125)

männlich: 38% 14-49 Jahre: 40%
weiblich: 62% 50 u. älter: 60%

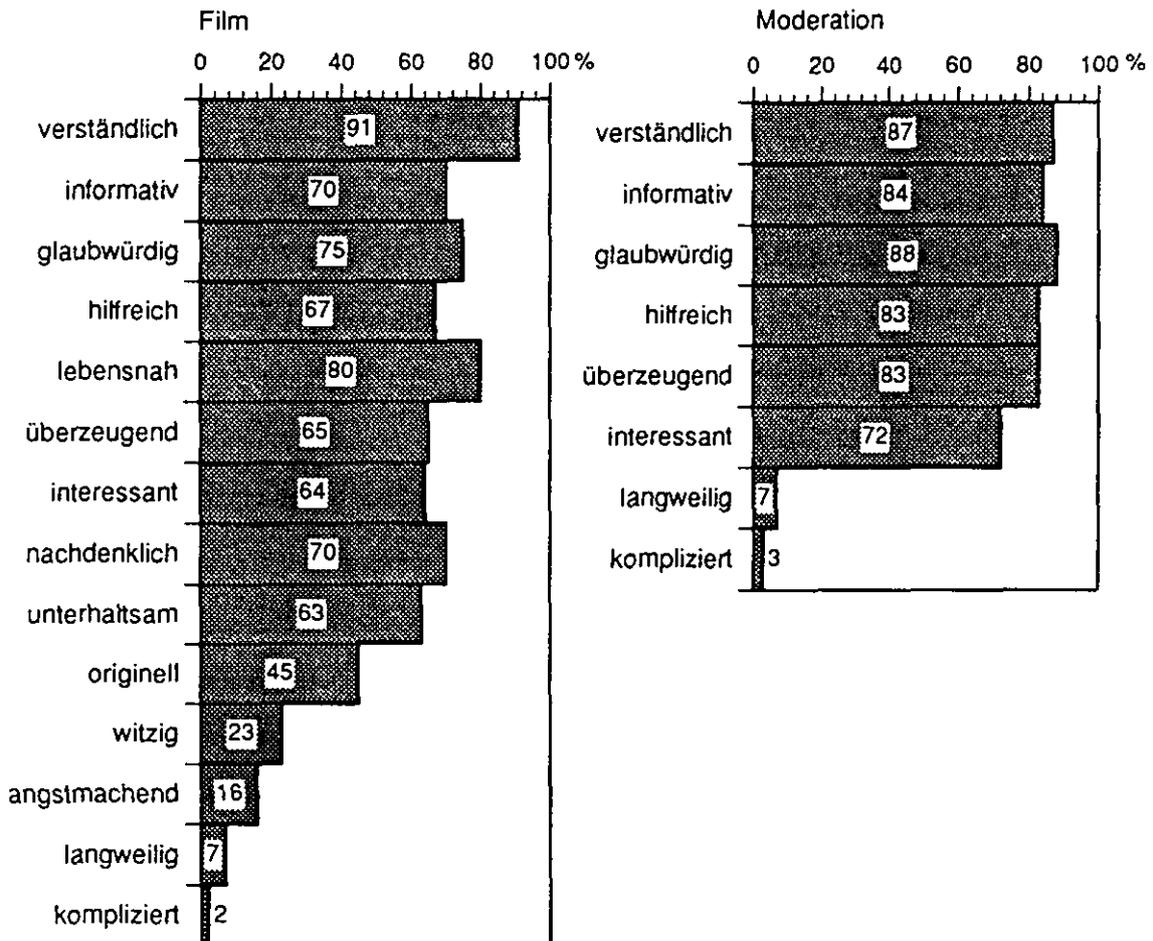
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 61%
Themeninteresse: 48%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 85%

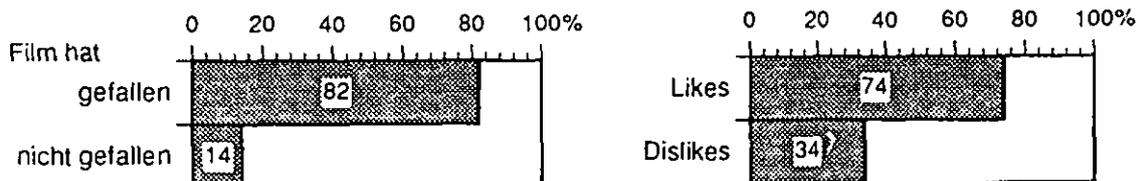
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 82%
Botschaft verstanden: 82%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Organspende

Zuschauer

Sendezeit: Di., 12.10.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 430.000 (1%)

Befragte (n=106)

männlich: 30% 14-49 Jahre: 38%
weiblich: 70% 50 u.älter: 62%

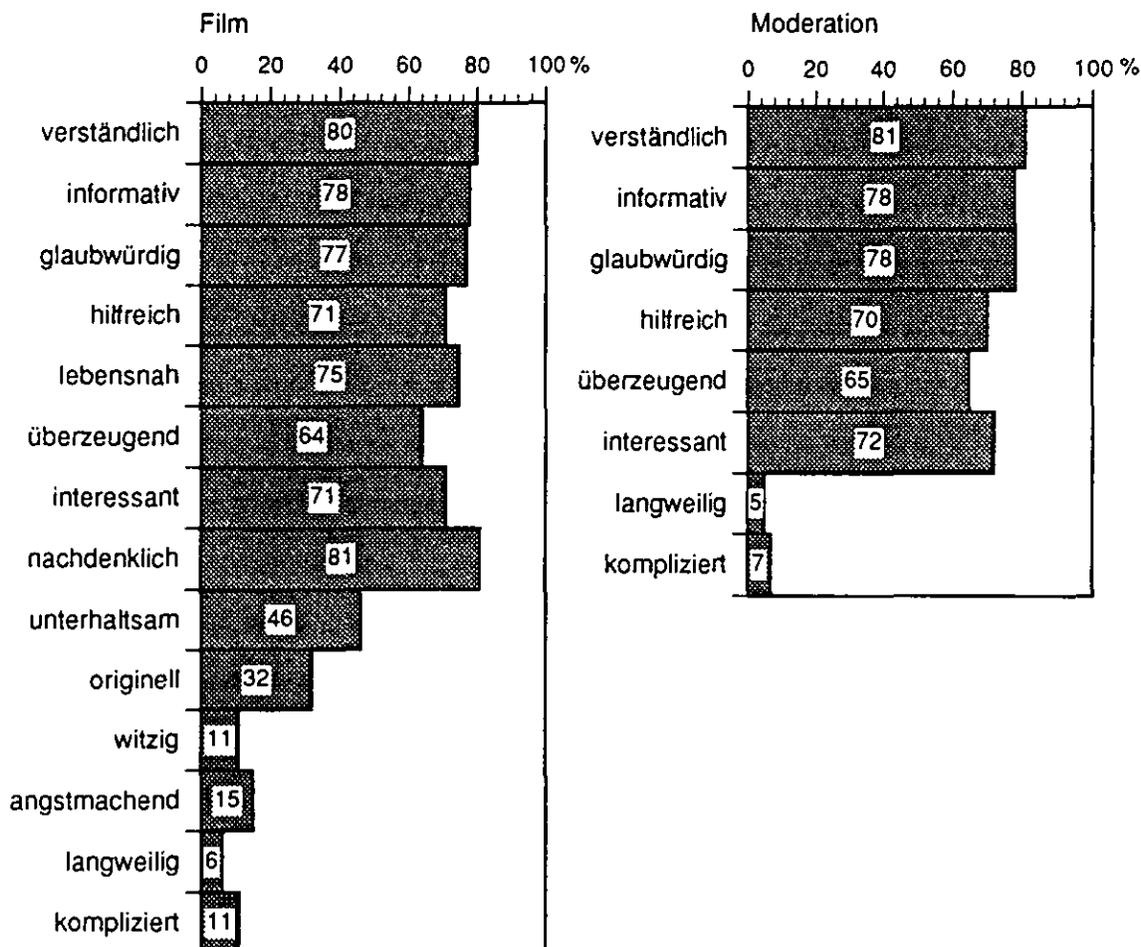
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 53%
Themeninteresse: 24%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 91%

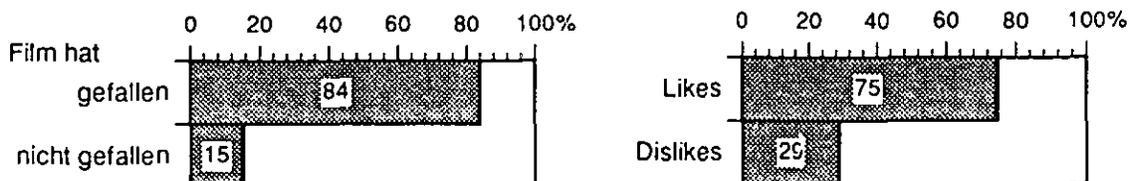
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 86%
Botschaft verstanden: 88%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Für Kinder da sein

Zuschauer

Sendezeit: Di., 19.10.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 430.000 (1%)

Befragte (n=100)

männlich: 38% 14-49 Jahre: 32%
weiblich: 62% 50 u.älter: 68%

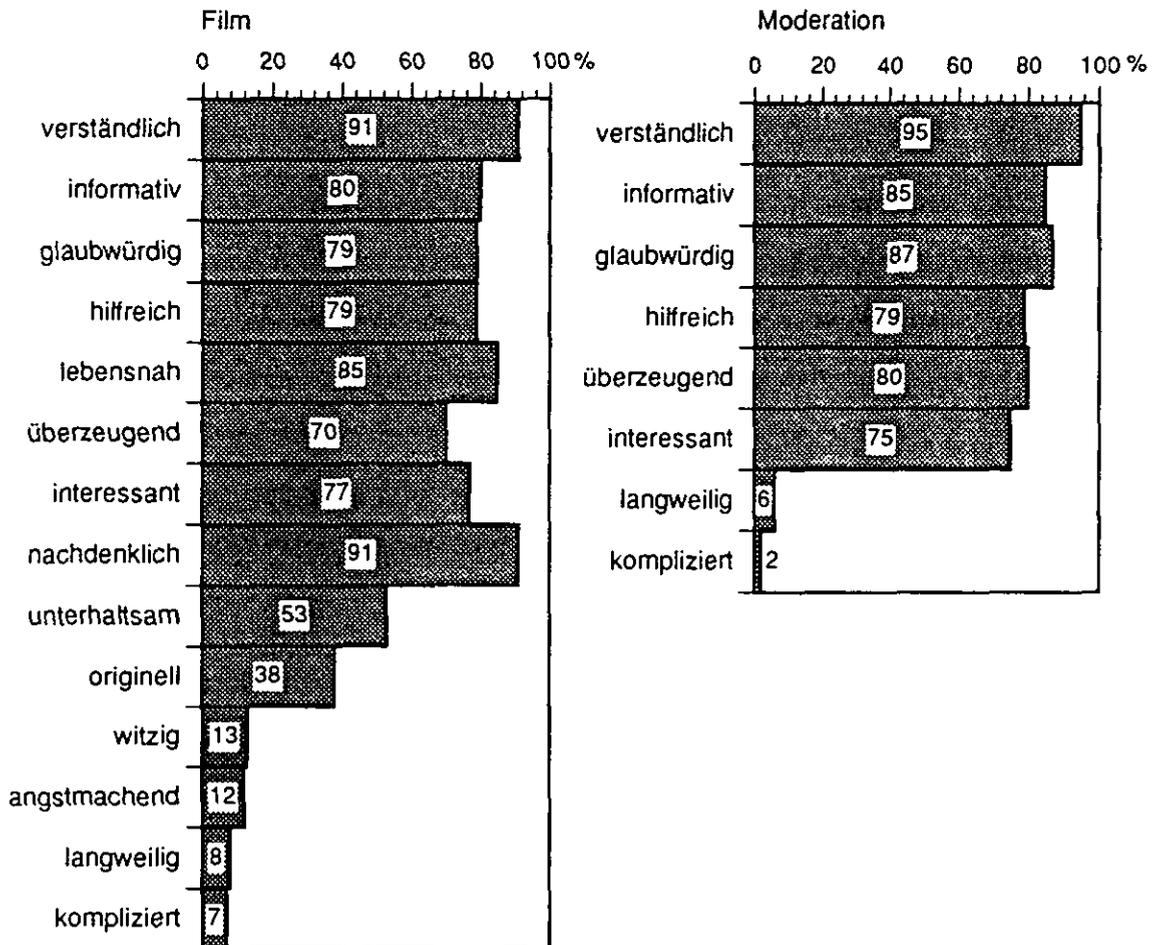
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 53%
Themeninteresse: 69%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 94%

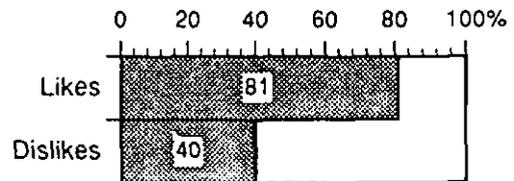
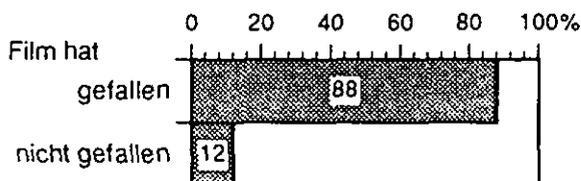
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 94%
Botschaft verstanden: 97%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Jodmangel vorbeugen

Zuschauer

Sendezeit: Di., 26.10.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 390.000 (1%)

Befragte (n=114)

männlich: 39% 14-49 Jahre: 47%
weiblich: 61% 50 u. älter: 53%

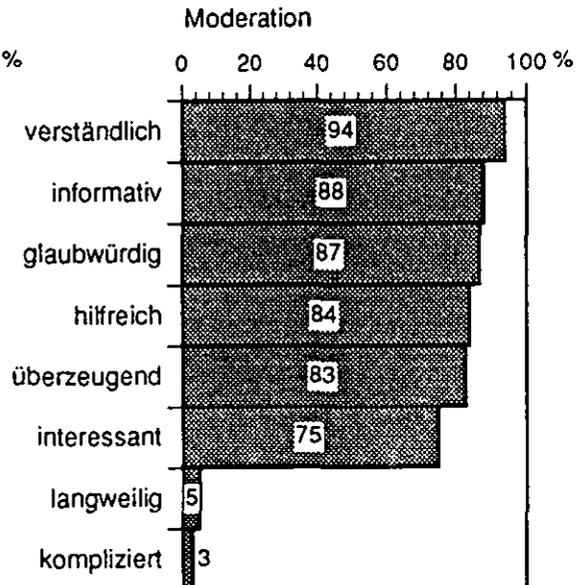
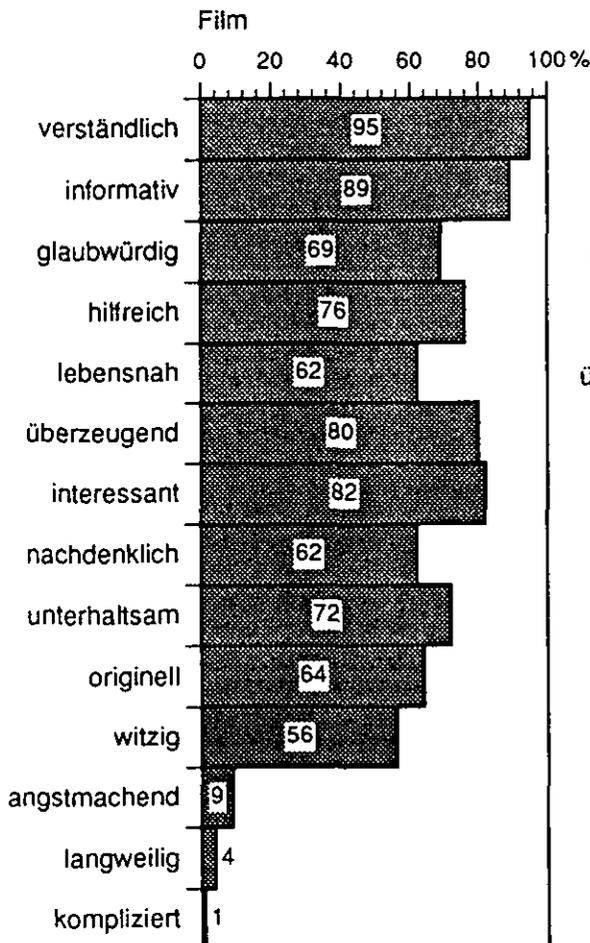
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 58%
Themeninteresse: 25%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 94%

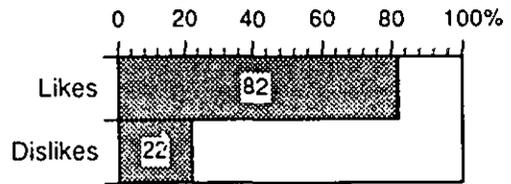
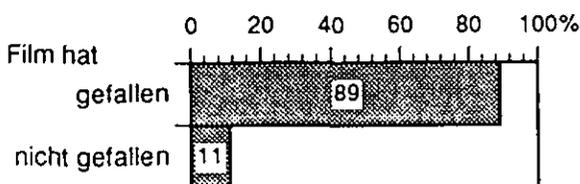
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 96%
Botschaft verstanden: 98%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Erste Hilfe

Zuschauer

Sendezeit: Di., 2.11.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 480.000 (1%)

Befragte (n=111)

männlich: 41% 14-49 Jahre: 38%
weiblich: 59% 50 u.älter: 62%

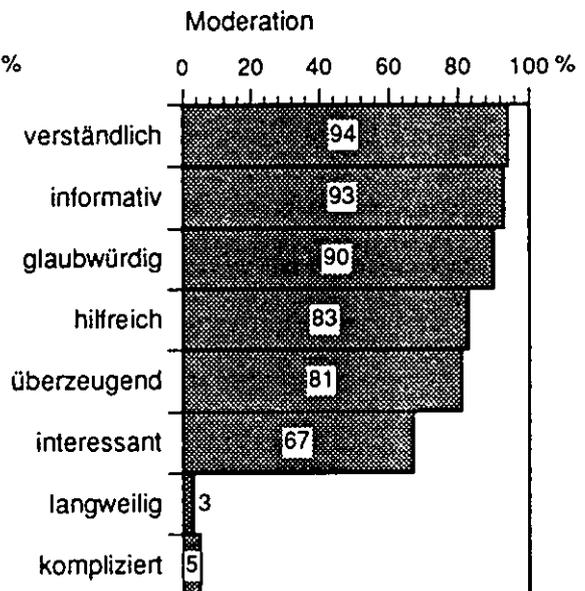
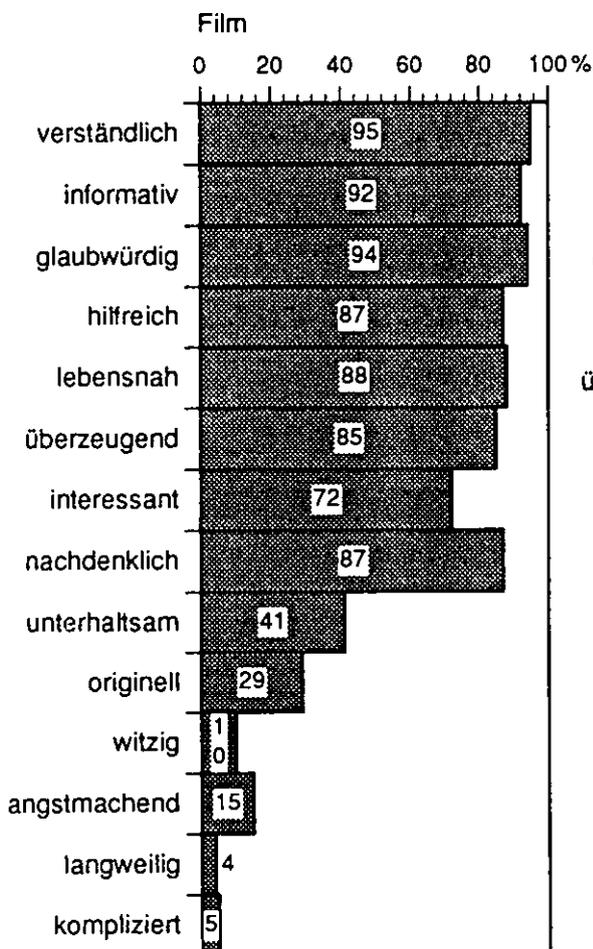
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 52%
Themeninteresse: 38%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 91%

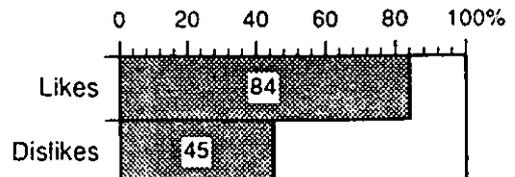
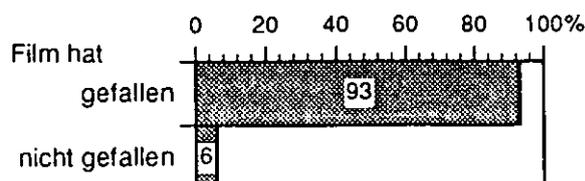
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 96%
Botschaft verstanden: 99%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Gesundheitsvorsorge für Kinder

Zuschauer

Sendezeit: Di., 9.11.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 470.000 (1%)

Befragte (n=110)

männlich: 39% 14-49 Jahre: 50%
weiblich: 61% 50 u.älter: 50%

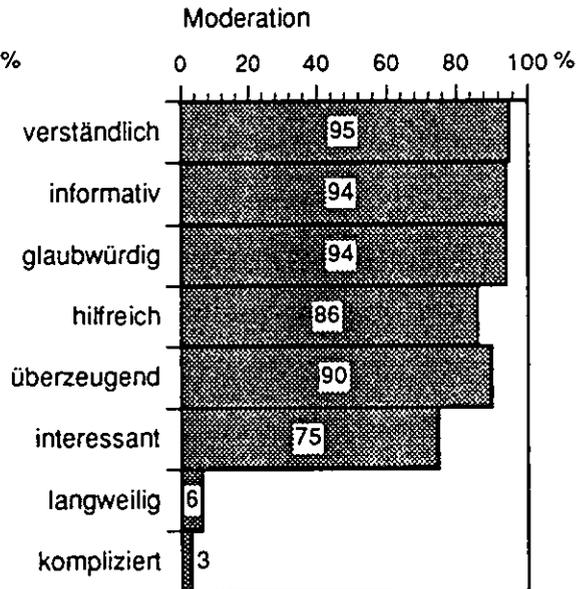
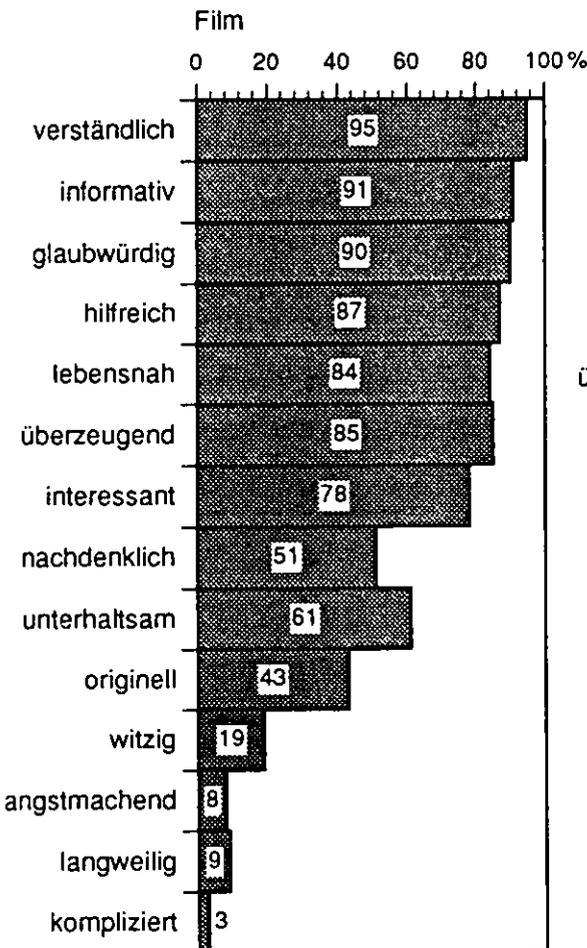
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 55%
Themeninteresse: 28%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 92%

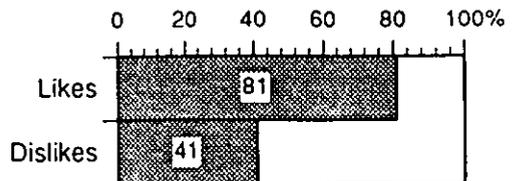
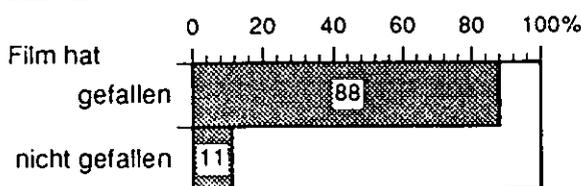
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 97%
Botschaft verstanden: 99%

Resonanz-Beurteilung



Gesamtwertung



Check-up ab 35

Zuschauer

Sendezeit: Di., 16.11.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 440.000 (1%)

Befragte (n=110)

männlich: 42% 14-49 Jahre: 35%
weiblich: 58% 50 u. älter: 65%

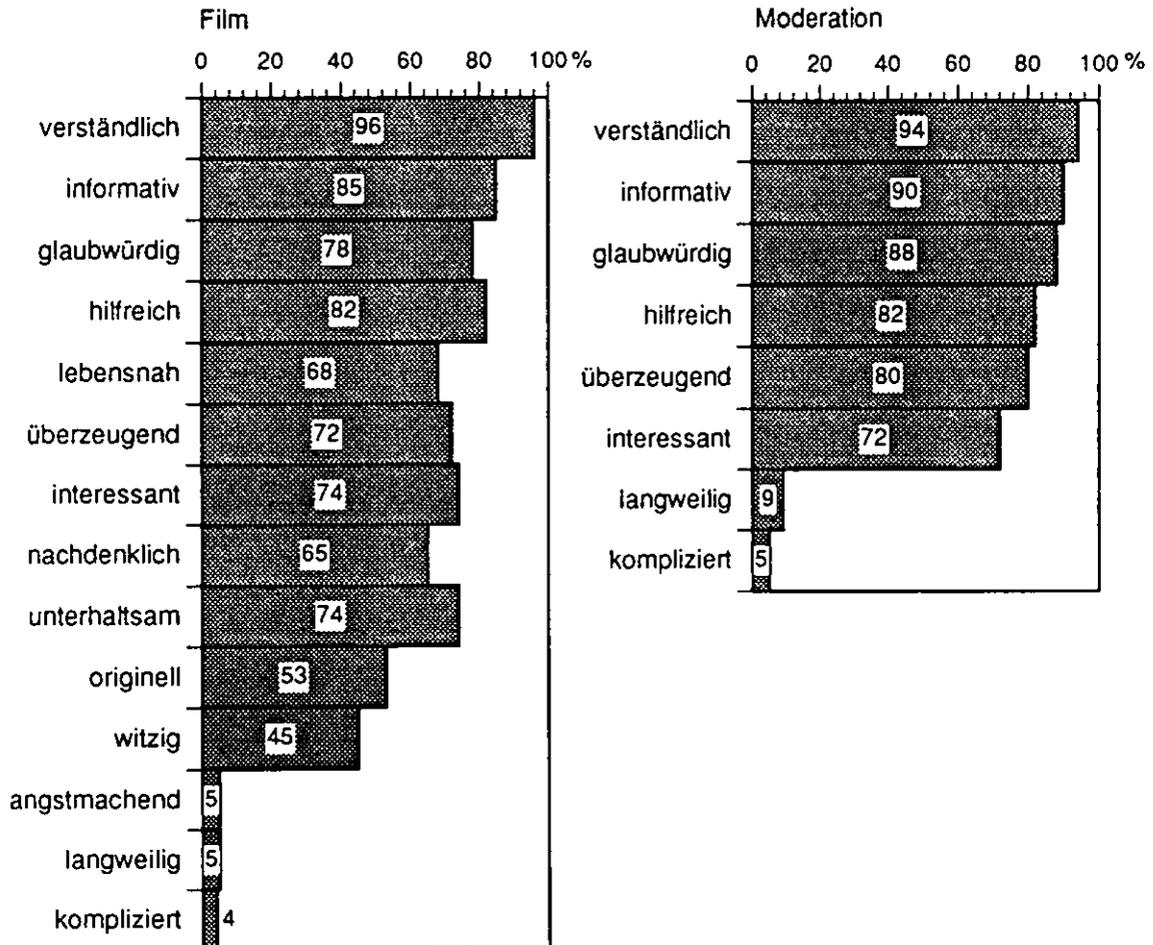
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 41%
Themeninteresse: 53%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 97%

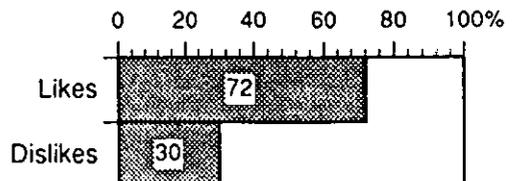
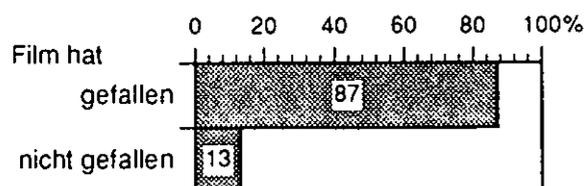
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 97%
Botschaft verstanden: 96%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



Jugendliche stark machen

Zuschauer

Sendezeit: Di., 23.11.93, 14.55 Uhr
GfK-Reichweite: 530.000 (1%)

Befragte (n=97)

männlich: 40% 14-49 Jahre: 38%
weiblich: 60% 50 u. älter: 62%

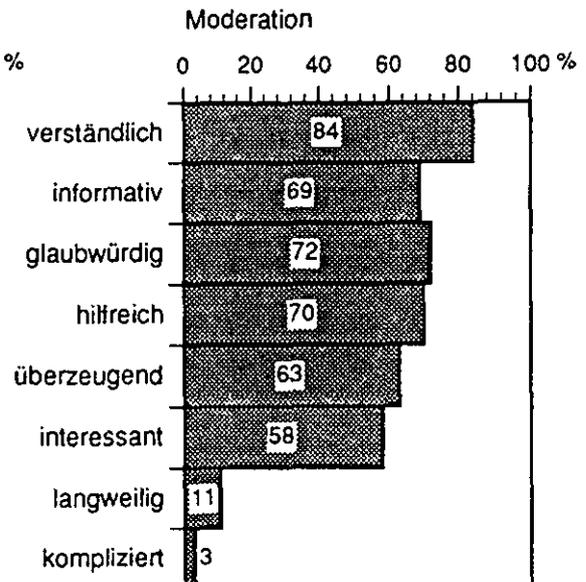
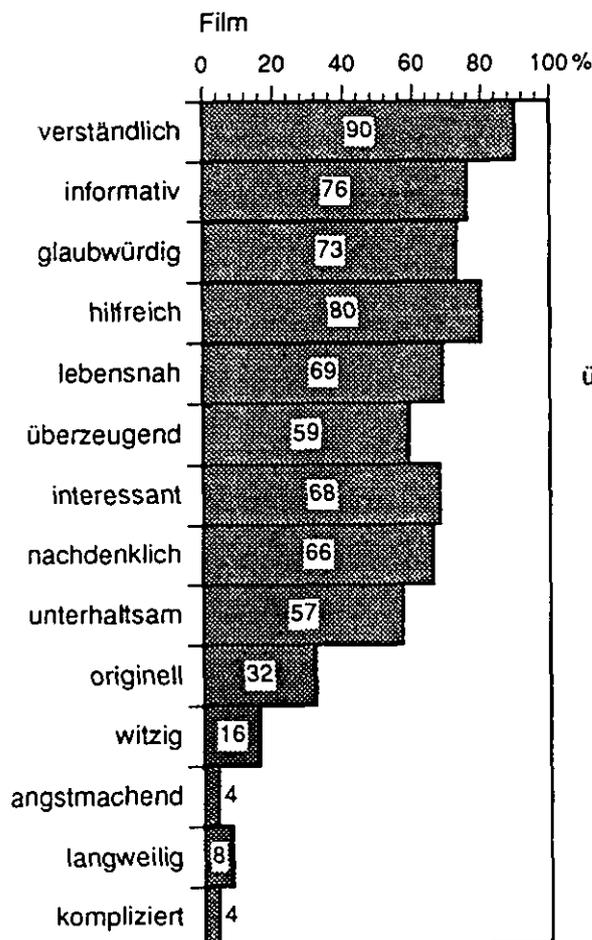
Programmauswahl und -bindung

Wahrnehmung in Programmzeitschrift: 47%
Themeninteresse: 76%
Film von Anfang bis Ende gesehen: 90%

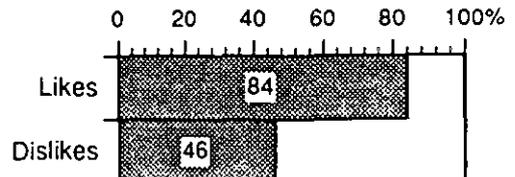
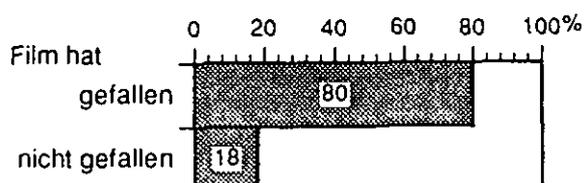
Filmverständnis

Inhalt richtig wiedergegeben: 93%
Botschaft verstanden: 93%

Resonanz-Beurteilung



Gesamturteil



5.2 Akzeptanz: Ergebnisse

Ein erster Überblick über die Akzeptanzprofile läßt weitgehend ähnliche Ergebnismuster erkennen. Vor allem zeigt sich, daß alle Filme hohe Akzeptanzwerte aufweisen. Im einzelnen lassen sich die folgende Ergebnisse festhalten:

5.2.1 Programmauswahl und Programmbindung

Die einzigen größeren Unterschiede ergeben sich beim Themeninteresse (im Sinne einer bisherigen Auseinandersetzung mit dem Thema). Besonders groß ist das Interesse für Themen, die die Entwicklung und das Wohlbefinden von Jugendlichen (76%) und Kindern (69%) betreffen. Über spezielle Themen zur Kinder-Gesundheit, z.B. bei den Filmen "Gesundheitsvorsorge für Kinder" (28%) und "Impftermine wahrnehmen" (21%) hatten sich relativ wenige Zuschauer in der letzten Zeit Gedanken gemacht, weil auch nur wenige aktuell davon betroffen waren. Aber auch das Interesse an Themen, wie Jodmangel (25%) und Organspende (24%) ist offenbar nicht sehr weit verbreitet. Bei den übrigen Filmen variieren die Anteile für das Themeninteresse zwischen 38 Prozent und 53 Prozent.

Die Frage nach der Nutzung von Programminformationen in der Presse ergab, daß etwa die Hälfte der Zuschauer vor der Sendung eine Ankündigung des Gesundheitstips "Bewußt leben" gelesen hatten.

Alle Filme sind in der Lage, die überwiegende Mehrheit der Zuschauer so an die Sendung zu binden, daß sie nicht zu anderen Programmen umschalten. Bei fast allen Filmen sehen sich 90 Prozent oder mehr der Zuschauer die Sendung bis zum Ende an, wenn sie sie einmal eingeschaltet haben. Bei den übrigen Zuschauern handelt es sich vor allem um solche, die zwischen durch kurze Zeit unterbrochen hatten, in der Regel wohl deshalb, weil sie durch äußere Ereignisse am Fernsehen gehindert wurden. Nur zwei Filme weichen etwas von diesem generellen Muster ab, aber auch diese wurden von mindestens vier Fünfteln vollständig gesehen: 85 Prozent sahen den Film "Krebsfrüherkennung nutzen" und 81 Prozent sahen den Film "Frühstück genießen".

Die naheliegende Frage, ob es Filme mit ursprünglich weniger interessierenden Themen schwerer haben, von den Zuschauern akzeptiert zu werden, wird in Abschnitt 5.3 eingehender behandelt. Hier sei nur angemerkt, daß Filme, die weniger involvierende Themen behandeln, die Zuschauer genauso gut motivieren, die Sendung von Anfang bis Ende anzuschauen, wie Filme mit allgemein interessierenden Themen.

5.2.2 Filmverständlichkeit

Alle Filme erfüllen die grundlegende Anforderung der Verständlichkeit von Inhalt und Botschaft. Aus den Antworten

auf die offene Frage, mit denen die Befragten gebeten wurden, wichtige Inhalte bzw. die Botschaft in ihren eigenen Worten wiederzugeben, ergeben sich keine Hinweise darauf, daß einer der Filme den Zuschauern unverständlich oder verworren vorkam. Etwa neun Zehntel der Befragten - in einigen Fällen etwas weniger, in anderen auch mehr - waren in der Lage, die Filme grob inhaltlich zutreffend zu beschreiben und ebenso viele ließen erkennen, daß die beabsichtigten Botschaften übermittelt werden konnten.

Bei diesem Ergebnis muß angemerkt werden, daß es nicht allen Zuschauern immer leichtfällt, das was sie gesehen haben, in ihren eigenen Worten zu formulieren, auch dann nicht, wenn sie beim Zuschauen verstehen, worum es geht. Es ist also aus methodischen Gründen kaum möglich, bei den hier verwendeten Indikatoren zur Messung der Verständlichkeit ein Ergebnis von 100 Prozent zu erreichen.

5.2.3.1 Resonanz der Film-Handlungen

Die Beurteilung nach den Filmeigenschaften, die die emotionale und kognitive Resonanz zum Ausdruck bringen sollen, bestätigt zunächst einmal einige der bereits berichteten Ergebnisse. In Übereinstimmung mit dem Befund, daß nur wenige die Gesundheits-Filme ausschalten, beurteilen nur wenige Befragte die Filme als langweilig und etwa drei Viertel finden sie interessant (Durchschnitt 72%). Weiter werden die Ergebnisse zur Verständlichkeit erhärtet: Allen Filmen wird die Eigenschaft "verständlich" in hohem Maße zugeordnet. Diese Eigenschaft behält jeweils die höchsten Zustimmungsteile. Auf der anderen Seite empfinden nur wenige die Filme als kompliziert (Durchschnitt: 5%).

Die Filme werden jedoch nicht nur als interessant und verständlich angesehen, sondern es wird ihnen auch ein hoher Informationsgehalt zugeschrieben, wobei die erhaltenden Informationen gleichzeitig als glaubwürdig und lebensnah bewertet werden. Im Durchschnitt sagen 82 Prozent der Zuschauer, die Filme seien informativ, 79 Prozent sagen, sie seien glaubwürdig, und 77 Prozent sagen sie seien lebensnah.

Einige weitere Beurteilungsdimensionen bzw. Eigenschaften lassen sich unter dem in der Medienwirkungsforschung gebräuchtem Konzept "Nutzen und Gratifikationen" zusammenfassen, z.B. ob die Filme als hilfreich angesehen werden oder ob sie zum Nachdenken anregen. Auch diese Eigenschaften werden den Filmen in hohem Maße und mit nur geringen Unterschieden zwischen den einzelnen Filmen zugewiesen. Durchschnittlich 78 Prozent beurteilen die Filme als hilfreich, und durchschnittlich 69 Prozent finden, daß die Filme nachdenklich machen.

Auch Unterhaltungswert besitzen die Filme für den größten Teil der Zuschauer. Im Durchschnitt sagen 62 Prozent, die Filme seien unterhaltsam.

Den tatsächlichen Gestaltungskonzepten entsprechend ergeben sich hier größere Unterschiede zwischen den einzelnen Kurzfilmen: Da einige Filme aufgrund der Thematik nur sparsam das Stilmittel des Humors einsetzen, werden ihnen die entsprechenden Eigenschaften weniger häufig zugeschrieben; die Einschätzungen für Originalität und Humor variieren.

Im Durchschnitt sagen 12 Prozent der Befragten, daß die Filme Angst vor Krankheit erzeugen - eine Reaktion, für die sich aufgrund der vorliegenden Ergebnisse keine einheitliche Erklärung anbietet. Es läßt sich aber vermuten, daß Gesundheitsthemen grundsätzlich bei einem Teil der Bevölkerung Ängste mobilisieren, und zwar unabhängig von der Form ihrer medialen Vermittlung.

5.2.3.2 Resonanz der Moderation

Die Resonanz auf die Moderationen entspricht - bei den Vergleichseigenschaften - der Resonanz auf die eigentlichen Spielhandlungen. Dies geht aus der folgenden Tabelle hervor:

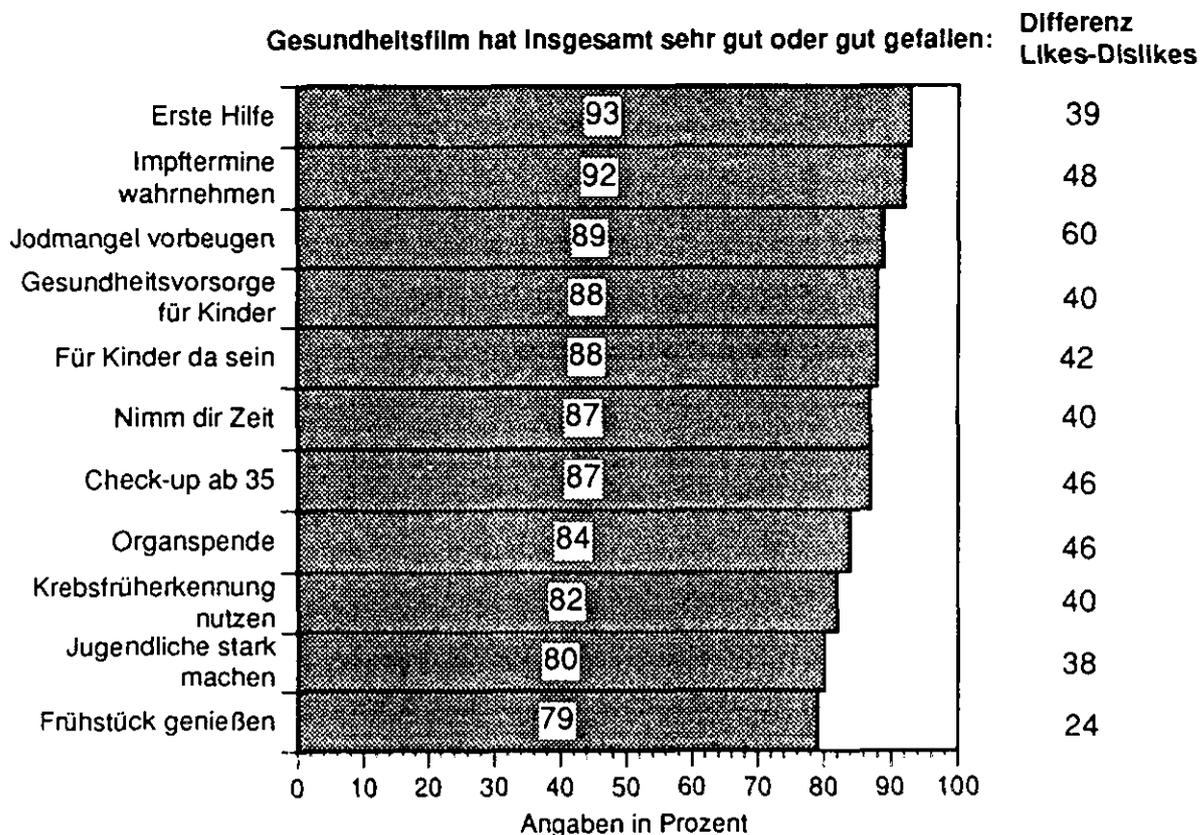
Beurteilung der Moderation (Mittelwerte für alle Kurzfilme)		
	Moderation %	<u>Vergleich:</u> Filmhandlung %
verständlich	90	92
glaubwürdig	86	79
informativ	85	82
hilfreich	80	78
überzeugend	79	73
interessant	71	72
langweilig	6	7
kompliziert	3	5

Es zeigt sich, daß die überwiegende Mehrheit der Zuschauer die Moderationen für verständlich, glaubwürdig, informativ, hilfreich, überzeugend und interessant hält. Nur wenige beurteilen sie als langweilig und kompliziert. Die Eigenschaftsbeurteilungen für die Moderation unterscheiden sich nur geringfügig oder überhaupt nicht von den Urteilen über die eigentlichen Filmhandlungen.

5.2.4 Gesamturteil

An der nachfolgenden Grafik über die Gesamtbeurteilungen läßt sich ablesen, daß alle Filme von der überwiegenden Mehrzahl der Befragten als sehr gut oder gut beurteilt werden.

Gesamturteil



Die in der Rangordnung der Filmbeurteilungen oben stehenden Filme "Erste Hilfe", "Impftermine wahrnehmen", "Jodmangel vorbeugen", "Gesundheitsvorsorge für Kinder" und "Für Kinder da sein" erhalten von zirka neun Zehnteln die Beurteilung sehr gut oder gut. Aber auch die am unteren Ende platzierten Filme werden von zirka vier Fünfteln der Zuschauer als sehr gut oder gut eingestuft. Die dabei auftretenden Unterschiede lassen sich nicht inhaltlich begründen, sondern sind allein auf statistische Zufallsschwankungen zurückzuführen.

Hoch sind auch die Anteile von Zuschauern, denen etwas besonders gut an den Filmen gefallen hat (Likes). Die Akzeptanzprofile in den Datenblättern zeigen, daß die Likes zwischen 70 Prozent und 91 Prozent variieren. Bei der Frage nach den Dingen, die nicht so gut gefallen (Dislikes), variieren die Prozentanteile zwischen 22 und 51 Prozent.

Bildet man die Differenz zwischen Likes und Dislikes, so erhält man ein Maß für die Gesamtakzeptanz, das sowohl positive, wie auch kritische Äußerungen berücksichtigt. Der Überblick über die entsprechenden Werte, die ebenfalls in der Grafik dargestellt sind, verdeutlicht, daß die meisten Filme etwa gleich bewertet werden: Überwiegend ergeben sich Werte, die um die plus 40 liegen. Von diesem allgemeinen Bild weichen nur zwei Filme deutlich ab: Den höchsten Wert erhält der Film "Jodmangel vorbeugen" (60%). Bei diesem Film nennen 82 Prozent etwas, was ihnen besonders gut gefallen hat, und sehr wenige (22%) nennen etwas, was nicht so gut gefallen hat. Der Kurzfilm "Frühstück genießen" erhält dagegen einen Wert von 24 Prozent. Zwar nennen auch hier 70 Prozent etwas, was besonders gut gefallen hat, aber 40 Prozent auch etwas, was nicht so gut gefallen hat.

Es muß jedoch darauf hingewiesen werden, daß sich bei einigen Filmen die kritischen Äußerungen nicht direkt auf den Film beziehen. Vielmehr handelt es sich zum Teil um moralische Werturteile über die Handlungsweise der dargestellten Personen. Beispielsweise hat der Film mit den meisten Likes, "Erste Hilfe" (84%), einen besonders hohen Anteil an Dislikes (45%), darunter sind jedoch 31 Prozent, die auf die Frage, was ihnen nicht so gut gefallen hat, antworten, daß dies vor allem die mangelnde Hilfsbereitschaft der herumstehenden Zuschauer sei. Mit anderen Worten: die Dislikes geben in diesem Falle nicht primär kritische Äußerungen über den Film wieder, im Gegenteil, sie zeigen, daß die Intention des Films, zur Ersten Hilfe zu motivieren, Erfolg hatte.

In den Akzeptanzprofilen wurde also deutlich: Alle Filme erzeugen bei den Zuschauern eine so hohe Akzeptanz, daß sie die grundlegenden kommunikativen Voraussetzungen für die Verwendung in einer TV-Gesundheitskampagne erfüllen.

Die Filme bieten genügend Anreize (im Sinne einer spontanen Anmutung), sie sich anzusehen, sie sind in der Lage, auf glaubwürdige Weise Inhalte und Botschaften verständlich zu machen, sie bieten dem Zuschauer Nutzen und Gratifikationen, d.h. sie werden als informativ, hilfreich, nachdenklich machend, aber auch als unterhaltsam angesehen, und dies alles führt dazu, daß die Filme den Zuschauern gut gefallen.

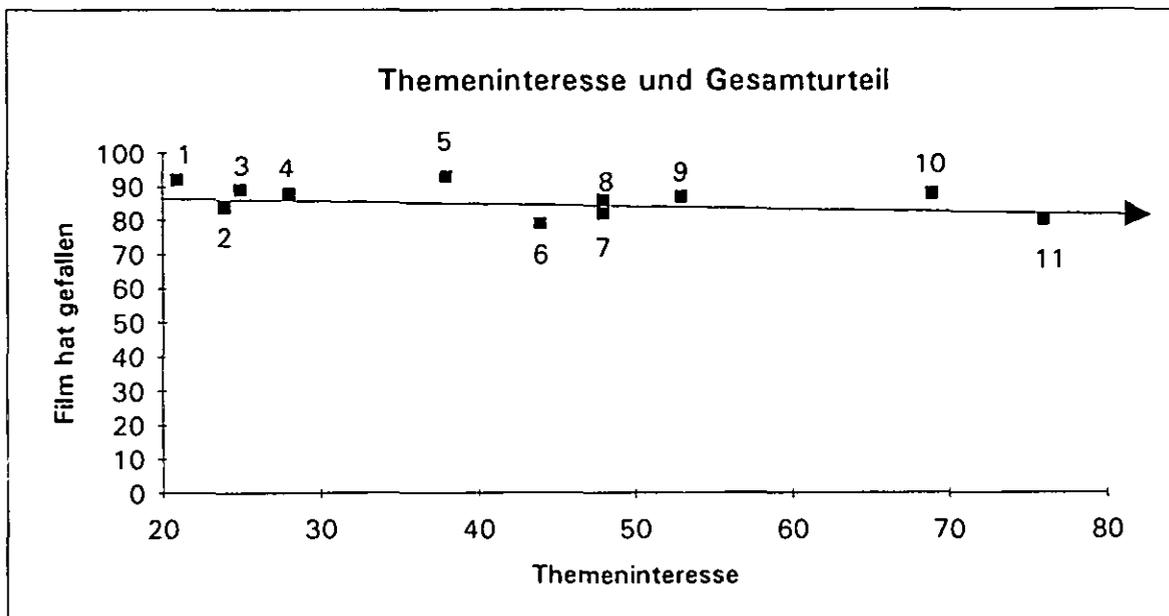
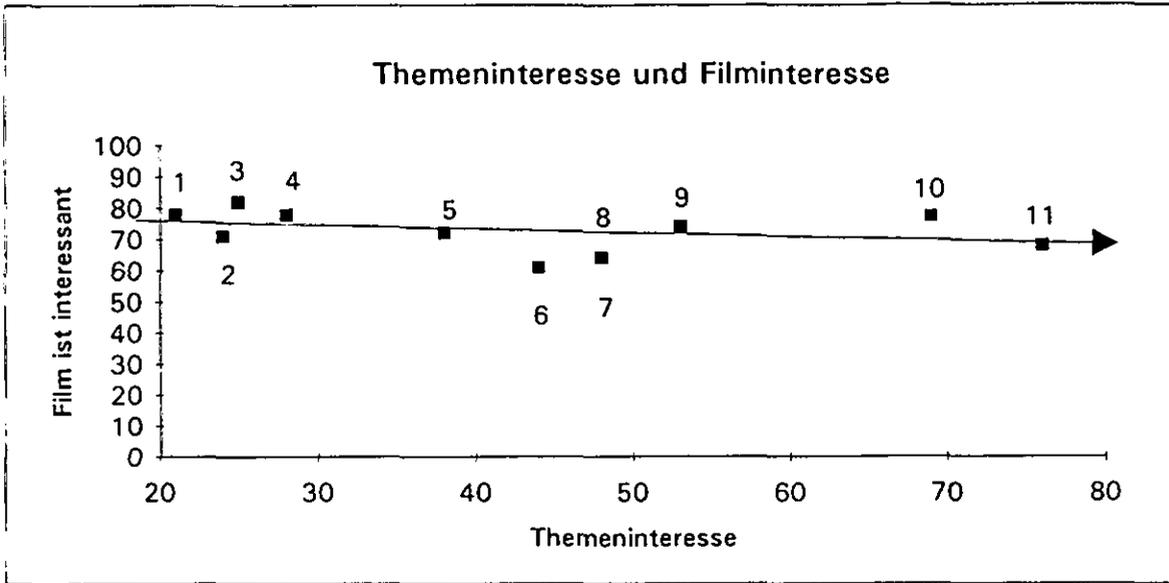
5.3 Themeninteresse und Akzeptanz

Wie bereits erwähnt, sind nicht alle der behandelten Gesundheitsthemen für alle Zuschauer von vornherein von Interesse. Dies bedeutet für eine massenkommunikative Aufklärungsstrategie, die sich naturgemäß an ein breites Publikum wenden muß, Filme mit weniger interessierenden Themen so interessant zu gestalten, daß ihre Inhalte trotzdem wahrgenommen und ihre Botschaften vermittelt werden können.

Wenn man sich jetzt nicht die Filmthemen, sondern die Filme selbst danach ansieht, inwieweit sie als interessant bewertet werden, so zeigt sich, daß die Zuschauer auch nicht alle Filme gleichermaßen interessant finden. Der Film "Jodmangel" z.B. wird von 84 Prozent als interessant beurteilt, der Film "Frühstück genießen" von 64 Prozent. Es stellt sich die Frage, ob vor allem solche Filme als interessant eingestuft werden, die von vornherein interessierende Themen behandeln, oder ob es gelungen ist, für Filme mit ursprünglich weniger interessierenden Themen durch eine interessante Handlung und Filmgestaltung trotzdem Interesse zu wecken.

Ein Streudiagramm mit dem Themeninteresse auf der X-Achse und der Eigenschaftsbeurteilung "interessant" auf der Y-Achse macht deutlich, daß kein Zusammenhang zwischen ursprünglichem Themeninteresse und dem aktuellen Interesse an der filmischen Darstellung des Themas besteht. (Dies läßt sich in der das Streudiagramm repräsentierenden Gerade mit der Gleichung $Y=75,1-0,09X$ darstellen). Es ist also gelungen, auch Filme interessant zu machen, die weniger interessante Themen behandeln. Gerade Filme, mit deren Themen sich relativ wenige bisher beschäftigt hatten, wurden von überschnittlich vielen als interessant eingestuft, wie die Filme "Impftermine wahrnehmen", "Jodmangel vermeiden" und "Gesundheitsvorsorge für Kinder".

Nicht ganz so gut ist es bei den Filmen "Frühstück genießen", "Krebsvorsorge nutzen" und "Nimm Dir Zeit" gelungen, zusätzliches Interesse zu wecken. Diesen drei Filmen ist jedoch gemeinsam, daß sie Zeitprobleme im Familienalltag ansprechen, wie sie vor allem bei mittleren (berufstätigen) Altersgruppen vorkommen. Unter den Zuschauern jedoch überwiegen - sendezeitbedingt - diejenigen Altersgruppen, die Zeitbelastungen weniger stark ausgesetzt sind, so daß die angesprochenen Probleme und Problemlösungen möglicherweise als weniger interessant empfunden werden.



- | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------------------|
| 1. Impftermine | 4. Erste Hilfe | 10. Für Kinder da sein |
| 2. Organspende | 5. Frühstück | 11. Jugendliche stark machen |
| 3. Jodmangel | 6. Krebsvorsorge | |
| 4. Gesundheitsvorsorge für Kinder | 7. Nimm Dir Zeit | |
| | 8. Check-up | |

Das generelle Ergebnis, daß es gelungen ist, auch Filme mit geringem Themeninteresse trotzdem interessant zu gestalten, läßt sich erhärten, wenn man den Zusammenhang zwischen dem Themeninteresse einerseits und dem Gesamturteil (Film hat sehr gut oder gut gefallen) andererseits untersucht.

In dem entsprechenden Streudiagramm kommt deutlich zum Ausdruck, daß Filme mit geringem Themeninteresse, wie z.B. "Impftermine wahrnehmen" oder "Jodmangel" genauso gut gefallen, wie z.B. die Filme "Check up ab 35" oder "Kinder stark machen", deren Thematik bei der Bevölkerung sehr viel größere Bedeutung besitzt. Die die Beziehung zwischen Themeninteresse und Gesamturteil repräsentierende Gerade (mit der Gleichung $Y = 84,6 - 0,02X$) zeigt dementsprechend keinen Zusammenhang zwischen diesen beiden Merkmalen.

Daß es gelungen ist, auch Filme mit ursprünglich geringem Themeninteresse so zu gestalten, daß sie der überwiegenden Mehrheit gefallen, erklärt auch die in Abschnitt 5.2.1 berichtete hohe Programmbindungsfähigkeit aller Filme.

Diese Ergebnisse - kein Zusammenhang zwischen ursprünglichem Themeninteresse und Akzeptanzindikatoren - belegen, daß in der Pilotphase der Kurzfilmreihe "Gesundheit" ein zwangsläufig mit massenmedialen Kampagnen verbundenes Problem gelöst wurde: Trotz der Vielfalt von unterschiedlich stark interessierenden Themen ein generell hohes Akzeptanzniveau zu erzeugen.

5.4 Unterschiede in der Filmgestaltung

Es ist grundsätzlich schwierig, alle Filme einer Gesundheitsfilmreihe so zu gestalten, daß sie alle gleichermaßen hoch akzeptiert werden. Auch wenn der Produktion ein filmübergreifendes Gesamtkonzept zugrunde liegt (siehe hierzu 2.2.1), lassen sich bei der kreativen Umsetzung des Konzepts Unterschiede in Dramaturgie und Argumentation nicht vermeiden, mit dem Effekt, daß Filme mit größerer oder geringerer Akzeptanz entstehen. In folgendem wird nun untersucht, welche Filme von dem bisher dargestellten allgemeinen Akzeptanzmuster abweichen und ob dies auf die Filmgestaltung zurückzuführen ist.

Ausgangspunkt dieser Untersuchung sind die Unterschiede in den Beurteilungen nach den Resonanz-Eigenschaften. Da die Gefahr besteht, diese überzuinterpretieren und Ursachen für Unterschiede zwischen einzelnen Filmen zu konstruieren, die eigentlich keine sind, weil sie allein auf wahrscheinlichkeitstheoretisch erklärbaren Zufallsvariationen beruhen, ist zunächst zu klären, welche Differenzen als substantiell anzusehen sind. Mit Hilfe eines Chi-Quadrat-Tests wurde für jeden Film auf jeder Beurteilungsdimension geprüft, ob er gegenüber den übrigen Filmen über- oder unterfrequentiert ist.

Die Ergebnisse sind in Tabelle 2 dargestellt. Schraffiert unterlegte Ergebnisse zeigen an, welche Filme auf der jeweiligen Beurteilungsdimension auf einem Signifikantsniveau von 5 Prozent positiv nach oben abweichen. Unschraffiert umrandete Werte sind auf dem 5 Prozent-Niveau signifikant niedriger als die übrigen Filmergebnisse.

Als Ergebnis ist zunächst einmal festzuhalten, daß bei einer ganzen Reihe von Eigenschaften keinem Film die jeweilige Eigenschaft besonders häufig oder besonders selten zugesprochen wird. Das gilt für die Eigenschaften "verständlich", "informativ", "glaubwürdig", "lebensnah", "überzeugend" und "interessant". Bei der Eigenschaft "hilfreich" läßt sich nur eine signifikante Abweichung erkennen: Der Film "Frühstück" wird im Vergleich zu den übrigen Filmen weniger häufig als hilfreich angesehen.

Die Eigenschaft "nachdenklich machend" wird besonders häufig bei den Filmen "Für Kinder da sein" und "Erste Hilfe" genannt. Verhältnismäßig selten wird diese Eigenschaft dem Film "Gesundheitsvorsorge für Kinder" zugeschrieben.

Es gibt zwei Filme, nämlich "Nimm Dir Zeit" und "Impftermine wahrnehmen", die signifikant häufiger als angstmachend bezeichnet werden und zwei Filme, "Check up ab 35" und "Jugendliche stark machen", die signifikant weniger häufig als angstmachend eingestuft werden.

Als besonders unterhaltend wird der Film "Impftermine wahrnehmen" angesehen. Relativ wenige sagen dies bei den Filmen "Organspende" und "Erste Hilfe".

Die häufigsten Unterschiede zeigen sich bei den Eigenschaften "originell" und "witzig". In der Wahrnehmung der Zuschauer teilen sich die Filme offensichtlich in zwei Gruppen auf, in eine Gruppe, in der die Handlung als humorvoll und originell wahrgenommen wird, und in eine zweite Gruppe, die als weniger humorvoll oder originell empfunden wird, selbst dann nicht, wenn an einzelnen Stellen dieser Filme mit den Stilmitteln des Humors, der Ironie oder der Überraschung gearbeitet wird. Zur Gruppe der humorvollen Filmen gehören "Nimm Dir Zeit", "Frühstück genießen", "Impftermine wahrnehmen", "Jodmangel vorbeugen" und "Check up ab 35". Zur zweiten Gruppe, die man zur Unterscheidung als "alltagsrealistisch" bezeichnen könnte, gehören die Filme "Organspende", "Erste Hilfe", "Gesundheitsvorsorge für Kinder" und "Jugendliche stark machen". Der Film "Krebsfrüherkennung nutzen" weicht nicht signifikant von den übrigen Filmen ab. Seine Einstufungen für Humor und Originalität ähneln jedoch in etwa denen des Films "Gesundheitsvorsorge für Kinder" und läßt sich somit der zweiten Gruppe zuordnen.

BEURTEILUNG DER FILMHANDLUNG

Der Film ist....	verständlich %	informativ %	glaubwürdig %	hilfreich %	lebensnah %	überzeugend %	interessant %	nachdenklich %	unterhaltsam %	originell %	witzig %	angstmachend %	langweilig %	kompliziert %
Nimm Dir Zeit	94	79	89	77	92	77	64	72	70	60	49	21	8	11
Frühstück genießen	88	67	67	60	71	62	61	58	64	61	50	11	11	8
Impftermine wahrnehmen	94	88	80	87	78	80	78	66	77	60	49	18	7	5
Krebsfrüherkennung nutzen	91	70	75	67	80	65	64	70	63	45	23	16	7	2
Organspende	80	78	77	71	75	64	71	81	46	32	11	15	6	11
Für Kinder da sein	91	80	79	79	85	70	77	91	53	38	13	12	8	7
Jodmangel vorbeugen	95	89	69	76	62	80	82	62	72	64	56	9	4	1
Erste Hilfe	95	92	94	87	88	85	72	87	41	29	10	15	4	5
Gesundheitsvorsorge für Kinder	95	91	90	87	84	85	78	51	61	43	19	8	9	3
Check-up ab 35	96	85	78	82	68	72	74	65	74	53	45	5	5	4
Jugendliche stark machen	90	76	73	80	69	59	68	66	57	32	16	4	8	4
Mittelwert über alle Filme	92	82	79	78	77	73	72	69	62	47	31	12	7	5



▨ = besonders häufig genannt (Chi-Quadrat signifikant, Fg = 1, p = 0,05)

□ = besonders wenig genannt (Chi-Quadrat signifikant, Fg = 1, p = 0,05)

Filmgestaltung und Beurteilung		
Wahrnehmung der Filmgestaltung	Film hat gefallen %	Film ist überzeugend %
<u>Humorvolle Filme</u>		
Impftermine wahrnehmen	92	80
Jodmangel vorbeugen	89	80
Nimm Dir Zeit	87	77
Check-up ab 35	87	72
Frühstück genießen	79	62
Mittelwert	87	74
<u>Alltagsrealistische Filme</u>		
Erste Hilfe	93	85
Gesundheitsvorsorge für Kinder	88	85
Für Kinder da sein	88	70
Organspende	84	64
Krebsfrüherkennung nutzen	82	65
Jugendliche stark machen	80	59
Mittelwert	86	72

Wenn die Zuschauer vor allen Dingen bei der Beurteilung der Filme nach den von den Filmemachern eingesetzten Stilmitteln - Humor versus realistische Darstellung von Alltagssituationen - unterscheiden, so sagt das zunächst nichts weiter aus, als daß die Absichten der Filmemacher offenbar erfolgreich realisiert werden konnten. Interessanter ist das Ergebnis, daß bei den Filmen der Pilot-Phase die Filmgestaltung keinen Einfluß auf die Akzeptanz bei den Zuschauern hat. So unterscheiden sich die beiden Filmtypen nicht in der Gesamtbeurteilung (Film hat gefallen), wie Tabelle 3 deutlich macht. Die humorvoll gestalteten Filme gefallen im Durchschnitt 87 Prozent der Zuschauer, die übrigen Filme 86 Prozent. Auch

wenn man sich ansieht, in welcher Gruppe sich die Filme an der Spitze und am Ende der Rangordnung für die Gesamtbeurteilung befinden, so ergeben sich keine Unterschiede: In beiden Gruppen gibt es Filme, die besonders gut gefallen und solche, die nicht ganz so gut gefallen. Auch bei den übrigen Eigenschaftsbeurteilungen ist es schwer, Ergebnismuster zu finden, die möglicherweise auf eine unterschiedliche Resonanz dieser beiden Gestaltungsprinzipien hinweisen könnten. Selbst die naheliegende Vermutung, daß alltagsrealistisch empfundene Darstellungen eher zum Nachdenken anregen, läßt sich nicht aufrechterhalten. Zwar ergeben die Filme "Erste Hilfe" und "Für Kinder da sein" signifikant höhere Einschätzungen in dieser Hinsicht, aber auf der anderen Seite wird auch ein anderer Film dieser Gruppe, "Gesundheitsvorsorge für Kinder", von signifikant weniger Zuschauern als nachdenklich machend empfunden.

Der einzige systematische Zusammenhang läßt sich nicht zwischen den beiden Gruppen, sondern innerhalb der Gruppen erkennen: In jeder der beiden Gruppen lassen sich die Beurteilungswerte für die Eigenschaft "überzeugend" in derselben Rangfolge anordnen wie die Werte für das Gesamturteil. Das Gesamturteil wird also, unabhängig von den eingesetzten Stilmitteln, von der Überzeugungskraft der Filme beeinflusst, wenn auch nicht ausschließlich, denn auch dieser Faktor ist nur einer unter vielen, die das Gesamturteil eines Kurzfilms beeinflussen.

Auch hier ergibt sich die Frage, ob die Unterschiede zwischen den Filmen mit den höchsten und den niedrigeren Werten für die Eigenschaft "überzeugend" als statistisch signifikant und substantiell interpretierbar angesehen werden können. Dies wurde ebenfalls mit dem Chi-Quadrat-Test überprüft. In der Gruppe der als humorvoll wahrgenommenen Filmen wird (im Vergleich zu den beiden überzeugendsten Filmen "Impftermine wahrnehmen" und "Jodmangel vorbeugen") der Film "Frühstück genießen" als signifikant weniger überzeugend bewertet.

Bei der Gruppe der alltagsrealistisch dargestellten Filme bestehen bei drei Filmen signifikante Unterschiede zu den beiden Spitzenreitern. Diese drei als weniger überzeugend wahrgenommenen Filme sind "Jugendliche stark machen", "Krebsfrüherkennung" und "Organspende".

Warum ein Teil der Zuschauer diese vier Filme nicht ganz so überzeugend findet, läßt sich mit Hilfe der vorliegenden Daten nicht vollständig aufklären. Es gibt jedoch Hinweise, die eine gründliche filmkritische Beurteilung der Filme anleiten könnten. Diese Hinweise sind zum einen aus den Antworten auf die Frage nach den Dislikes, d.h. nach den Dingen, die nicht so gut gefallen haben, zu ermitteln, zum anderen auch aus Besonderheiten bei der Eigenschaftsbeurteilung der vier Filme. Im einzelnen läßt sich feststellen:

Beim Film **"Frühstück genießen"** wurde offenbar die metaphorische Verschiebung des Problems und der Botschaft auf die Straßenverkehrssituation (Frühstück im Auto, Frühstück genießen auf der Straßenkreuzung) als wenig treffend - oder in den Worten der Zuschauer - als "überspitzt" angesehen. Einige Zuschauer bemängelten, daß durch die Darstellung des Frühstücks im Auto verkehrsgefährdendes Verhalten vorgeführt wird, und besonders wurde die Frühstücksszene auf der Straßenkreuzung kritisiert mit Worten wie "unrealistisch", "werbemäßig", "kitschig", "überspannt". Möglicherweise hat diese Szene die Wahrnehmung einer konkreten Lösungsmöglichkeit für das Problem Zeitmangel beim Frühstück verhindert: Der Film "Frühstück" wurde signifikant weniger häufig als hilfreich angesehen.

Der Film **"Jugendliche stark machen"** konnte offenbar in der Kürze der Zeit nicht für alle Zuschauer den Zusammenhang zwischen sozialer Unterstützung und Verhinderung von Suchtverhalten verdeutlichen. So wurde von einigen bemängelt, "der Film hätte ruhig etwas länger oder ausführlicher sein können". Der Zusammenhang zwischen sozialer Unterstützung und Suchtverhinderung erschien manchen Zuschauern nicht einsichtig oder, wie einer der Zuschauer sagte, "völlig lebensfern, wer greift denn zu Drogen, weil er ein paarmal (bei der Lehrstellensuche) abgewiesen wird". "Es fehle", wie ein anderer meinte, "der Sinn und der Zusammenhang". Dies wiederum führte bei anderen zu Mißverständnissen, wie sie in den folgenden Äußerungen zum Ausdruck kommen: "Ich weiß gar nicht, wieso Sie immer von Gesundheitsfilmen sprechen, es ging doch um Berufswahl" oder "Das eigentliche Thema Alkohol und Drogen war irgendwo zwischendrin. Es war nicht klar. Ich dachte, es ging um Berufswahl und nicht um Drogenprobleme".

Der Film **"Krebsfrüherkennung nutzen"** wirkte möglicherweise deshalb weniger überzeugend, weil er in der Wahrnehmung mancher Zuschauer zu langsam und zu indirekt auf seine eigentliche Botschaft zusteuerte. So wurde z.B. angemerkt, daß "der Anfang unverständlich war und keinen Bezug zum Thema hatte", oder daß "das eigentliche Thema erst zum Schluß auf den Tisch kam". Bei einigen Zuschauern wurde auch die "Szene mit dem Kind" bemängelt, also das Frage- und Antwortspiel zwischen Mutter und Sohn im Zirkus. Diese Szene sei, so wurde gesagt, zu "ausgedehnt", und der Ratschlag eines Zuschauers war: "Es wäre besser gewesen, wenn man bei den Fragen des Kindes gewußt hätte, worauf das hinausläuft, ich hätte dann genauer hingehört". Offenbar hat die Dramaturgie des Films dazu geführt, daß er für einige Befragte unverständlich wurde: Bei diesem Film ergaben sich niedrigere Werte für die Indikatoren des Filmverständnisses, d.h. weniger Befragte waren in der Lage, Filminhalt und Botschaft in einer kurzen aber zutreffenden Formulierung wiederzugeben.

Möglicherweise war auch der Film **"Organspende"** nicht für alle Zuschauer überzeugend, weil das eigentliche Argument des Films zu langsam entwickelt wurde: "Die (Anfangs-)Szene mit

dem Auto war für mich nicht nachvollziehbar"; "Bevor man sich in dieses Thema eingefunden hatte, war der Film schon wieder vorbei"; "Alle Szenen gingen so ineinander über". Diese Formulierungen der Zuschauer erklären möglicherweise auch die Tatsache, daß der Film "Organspende" bei der Eigenschaftsbeurteilung nicht ganz so häufig (80%) als verständlich bezeichnet wurde. Auch die Frage nach dem Verständnis des Film-inhalts läßt erkennen, daß dieser nicht von allen verstanden wurde oder zumindestens nicht in einem knappen und zusammenfassenden Ausdruck wiedergegeben werden konnte.

Die bei diesen vier von den Zuschauern geäußerten Kritikpunkte weisen darauf hin, daß bei Kurzfilmen, die in Spielfilmmanier relativ komplexe Zusammenhänge zwischen Lebensweise und Gesundheit vermitteln sollen, generell ein Zielkonflikt zwischen der dramaturgischen Gestaltung einerseits und dem inhaltlichen Argumentationsfluß andererseits existiert: Das Ziel, durch eine gut erfundene Spielhandlung Interesse zu erzeugen und aufrecht zu erhalten, erschwert die Realisierung des Ziels, die Botschaft auch argumentativ überzeugend überzubringen. Zwischen diesen beiden Zielen ein Optimum zu erreichen, scheint bei den Filmen "Frühstück genießen", "Jugendliche stark machen", "Krebsfrüherkennung nutzen" und "Organspende" nicht ganz so gut gelungen zu sein wie bei den anderen Filmen.

6. Film-Effekte

Nachhaltige und längerfristig wirksame Effekte sind von einer Pilotphase nicht zu erwarten. Massenmediale Aufklärungskampagnen bewirken nur dann Einstellungs- und Verhaltensänderungen, wenn

- eine möglichst große Reichweite erzielt wird,
- durch die Wiederholung von Filmen die Möglichkeit von "Lerneffekten" geschaffen wird,
- durch die Variation der dargestellten Filminhalte und Filmsituationen die Anwendbarkeit und Generalisierbarkeit der Botschaften auf unterschiedliche Lebenssituationen gelernt werden kann,
- die Inhalte und Botschaften in personalkommunikativen Prozessen über Multiplikatoren und in interpersonalen Netzen gestützt und weiterverbreitet werden.

Da diese Voraussetzungen in der Pilotphase nur testweise zu realisieren waren, können in der Allgemeinbevölkerung auch keine Kampagnen-Effekte sichtbar werden (z.B. in den Ergebnissen der Bevölkerungsumfrage).

Damit aber die oben aufgezählten Kommunikationsprozesse überhaupt in Gang kommen, müssen die Filme selbst in der Lage sein, zumindest kurzfristig Informationen zu vermitteln, Nachdenken auszulösen und Handlungsanregungen zu geben oder eine Motivation aufzubauen, sich auch zukünftig für die in den Filmen dargestellten Themen und Botschaften zu interessieren.

Allerdings sind diese kurzfristigen Film-Effekte eng mit anderen Faktoren verwoben: Je nach der Intention der Filme (informieren, Einstellungen verändern, zum Handeln motivieren) ergeben sich unterschiedliche Effekte. Vor allem treffen die Inhalte und Botschaften in der Regel nicht auf völlig voraussetzungslose Zuschauer: Diese sind unterschiedlich stark vorinformiert und gesundheitsorientiert.

6.1 Indikatoren für die Film-Effekte

Die Unterschiede in den Zielsetzungen der einzelnen Filme und die unterschiedlichen Voraussetzungen bei den Zuschauern machen es äußerst schwierig, Wirkungsindikatoren zu finden, die die Film-Effekte über alle Filme vergleichbar und von den unterschiedlichen Vorinformationen, Einstellungen und Verhaltensweisen der Zuschauer unabhängig abbilden können.

Die im folgenden präsentierten Ergebnisse dienen deshalb vor allem der Beantwortung der Frage, ob die Filme überhaupt Wirkungen bei den Zuschauern hatten. Um welche Wirkungen es sich handelt und wie diese erhoben und analysiert wurden, wird im folgenden kurz erläutert. Im Anschluß daran sind die Ergebnisse der Wirkungsmessungen in einem Datenprofil für jeden einzelnen Film dargestellt.

6.1.1 Informationen und Anregungen

Unter dieser Überschrift finden sich in den Datenprofilen jeweils drei unterschiedliche Ergebnisse, die darauf beruhen, daß die Zuschauer die Filmwirkungen selbst einschätzten: Sie wurden danach gefragt, (1) ob sie durch den Film etwas Neues erfahren hatten, das sie vorher noch nicht wußten, (2) ob der Gesundheitsfilm Anregungen gegeben hat, wie man etwas für die eigene Gesundheit oder die Gesundheit der Familie tun kann, und (3) ob bei den Anregungen auch eine neue Idee war, etwas, an das man vorher noch nicht gedacht hatte.

6.1.2 Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Für Kurzfilme, die in einer Gesundheitskampagne eingesetzt werden, ist es besonders wichtig, daß sie Interesse an weiteren Filmen zu den behandelten Themen erzeugen und damit die Bereitschaft schaffen, sich weitere Filme dazu anzusehen. Die Zuschauer wurden bei den sendezeitnahen Filmbefragungen deshalb danach gefragt, inwieweit besonderes Interesse bestünde, weitere Filme zu den wichtigsten in der Kurzfilmreihe behandelten Themenbereichen zu sehen. Falls ein Film diesen Effekt hat, muß es unter denen, die den Film gesehen haben, mehr Interessenten an seinem Thema geben, als dies ohnehin in der Bevölkerung der Fall ist. Deshalb wurden dieselben Fragen auch in der Umfrage bei der Allgemeinbevölkerung gestellt und die Ergebnisse von Filmzuschauern und Allgemeinbevölkerung miteinander verglichen. Da sich die Filmzuschauer im Hinblick auf Alter und Geschlecht etwas anders zusammensetzen als die repräsentativ abgebildete Allgemeinbevölkerung, wurden die Ergebnisse der Repräsentativerhebung so umgewichtet (standardisiert), daß ihre geschlechts- und altermäßige Zusammensetzung der der Zuschauerbefragungen entspricht.

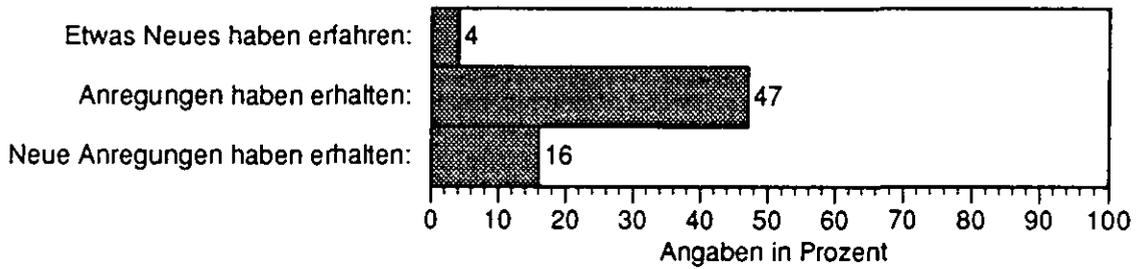
6.1.3 Wissen-Einstellungen-Verhalten

Weiter wurde versucht, mit Hilfe von spezifisch auf die Inhalte und Botschaften bezogenen Fragen festzustellen, inwieweit sich bereits beim Zuschauen Wissensbestandteile, Einstellungen oder Verhaltensabsichten in die intendierte Richtung bewegen. Auch dies geschah durch eine vergleichende Analyse von Zuschauer- und Bevölkerungsergebnissen: Die zu den einzelnen Filmen gestellten spezifischen Fragen wurden parallel dazu in der Umfrage bei der Allgemeinbevölkerung gefragt, und die Ergebnisse beider Erhebungen wurden in den Wirkungsprofilen vergleichend gegenübergestellt.

Film-Effekte: Nimm Dir Zeit

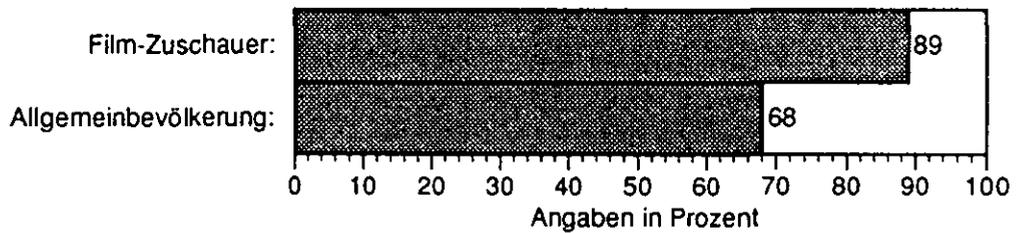
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



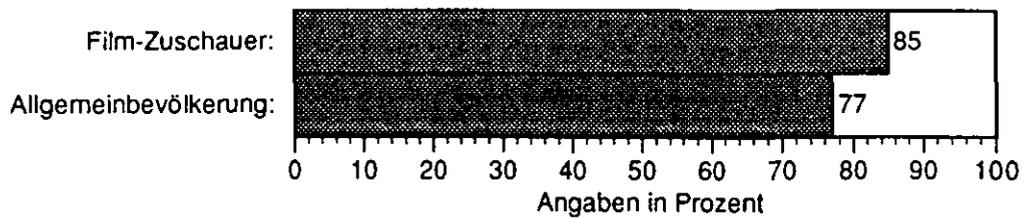
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema Streßbewältigung:



Wissen - Einstellungen - Verhalten

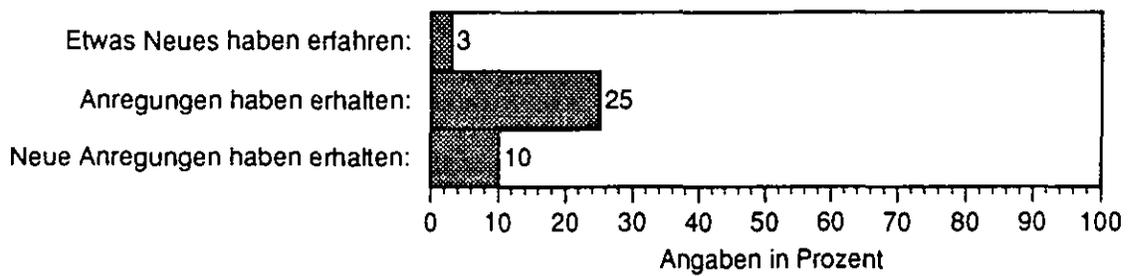
Es gibt immer eine Möglichkeit, sich mehr Zeit für sich selbst zu nehmen:



Film-Effekte: Frühstück genießen

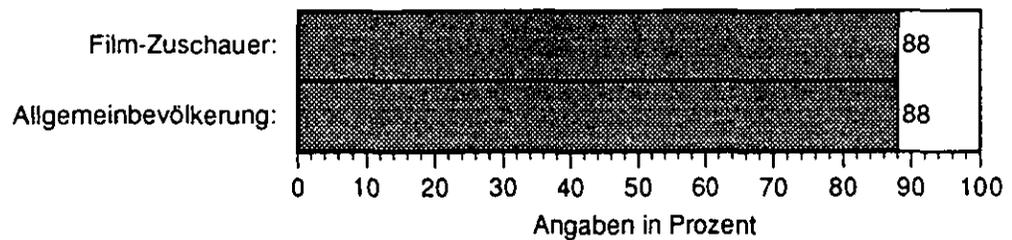
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



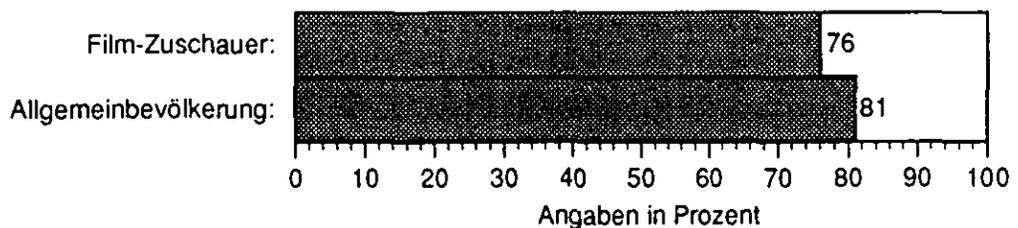
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema gesunde Ernährung:



Wissen - Einstellungen - Verhalten

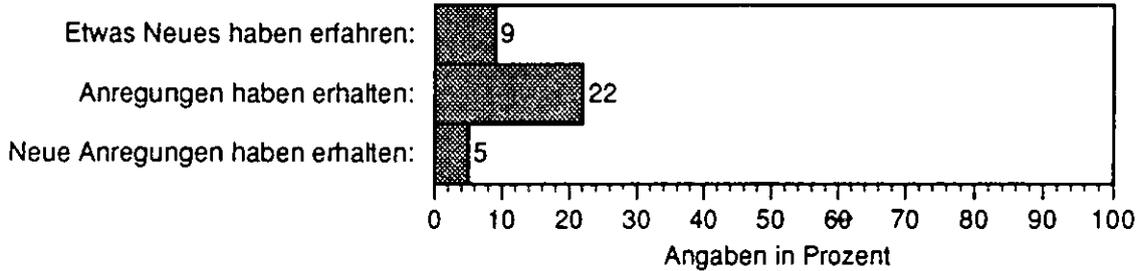
Es haben im allgemeinen Zeit, jeden Morgen erst einmal in Ruhe zu frühstücken:



Film-Effekte: Impftermine wahrnehmen

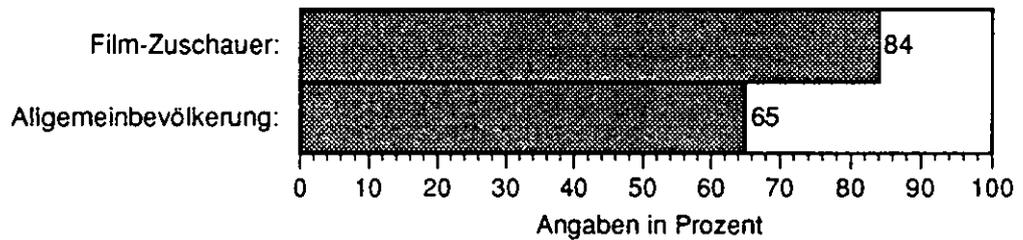
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



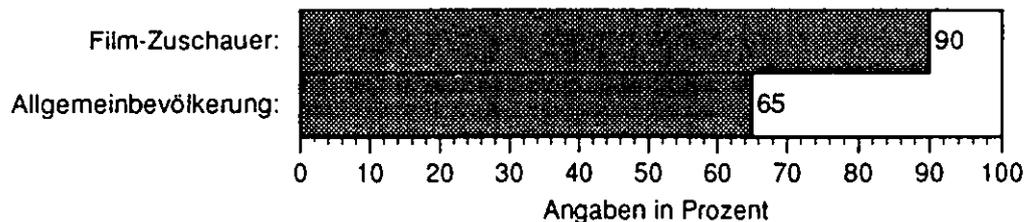
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema **gesunde Entwicklung von Kindern und Jugendlichen**:



Wissen - Einstellungen - Verhalten

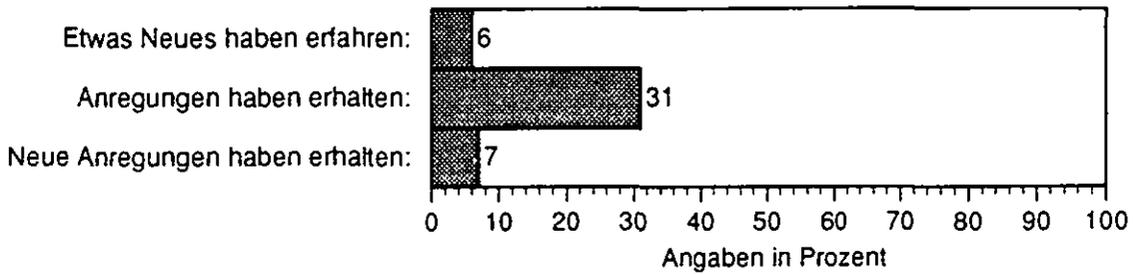
Es meinen, Eltern sollten ihre Kinder frühzeitig und regelmäßig gegen alle wichtigen Infektionskrankheiten impfen lassen:



Film-Effekte: Krebsfrüherkennung nutzen

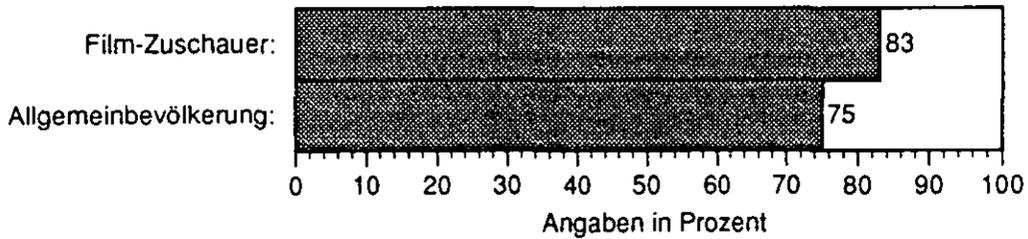
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



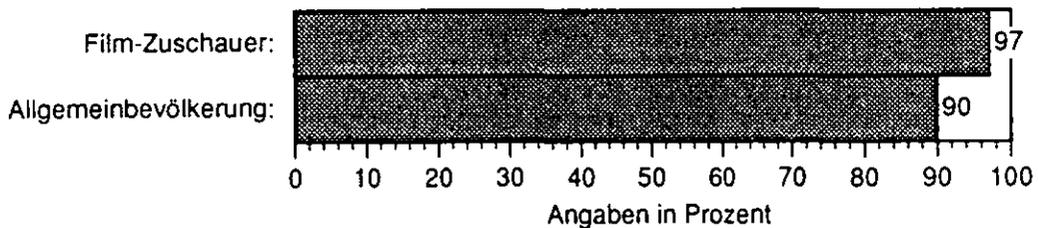
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema
Früherkennungsuntersuchungen:

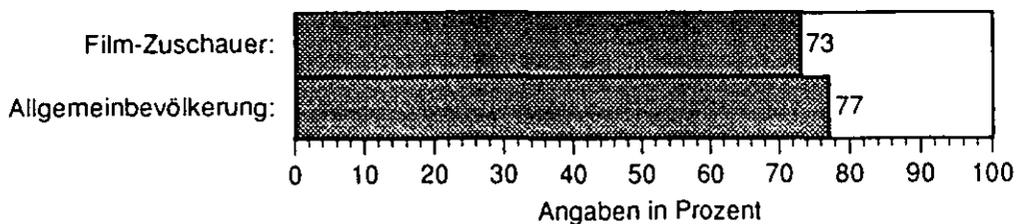


Wissen - Einstellungen - Verhalten

Es kennen Krebsfrüherkennungs-Untersuchungen (ungestützte Frage) :



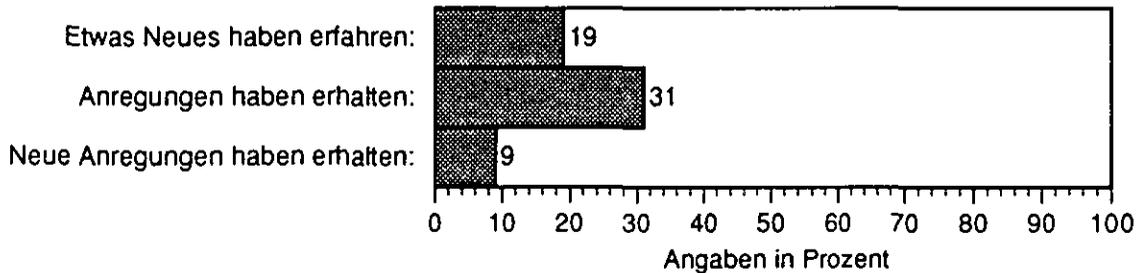
Es haben die Absicht, eine Früherkennungs- und Vorsorgeuntersuchung machen zu lassen:



Film-Effekte: Organspende

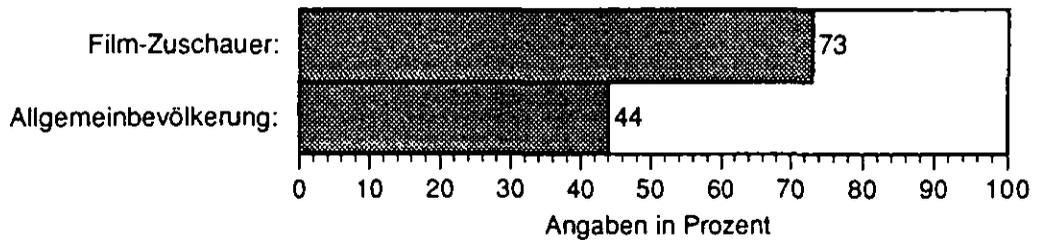
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



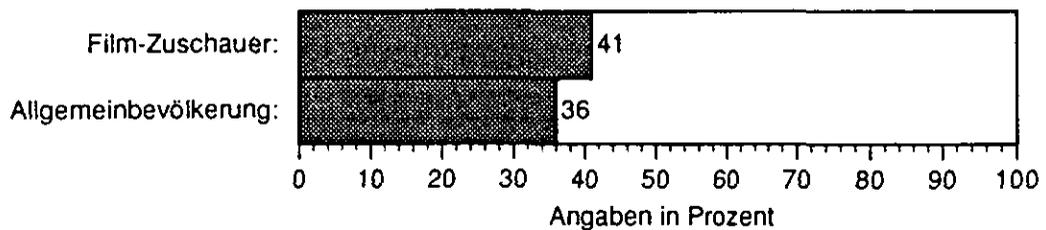
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema Organspenden:

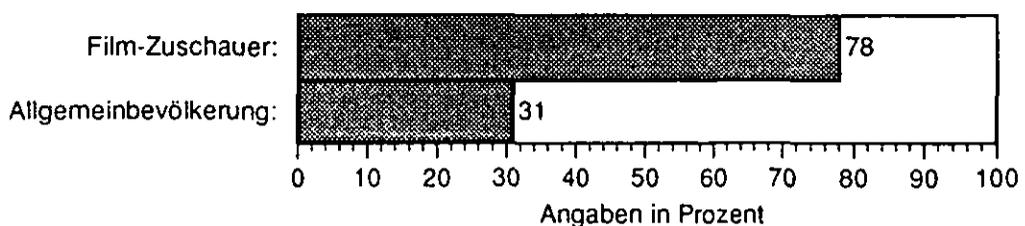


Wissen - Einstellungen - Verhalten

Es besteht Interesse, Organspender zu werden:



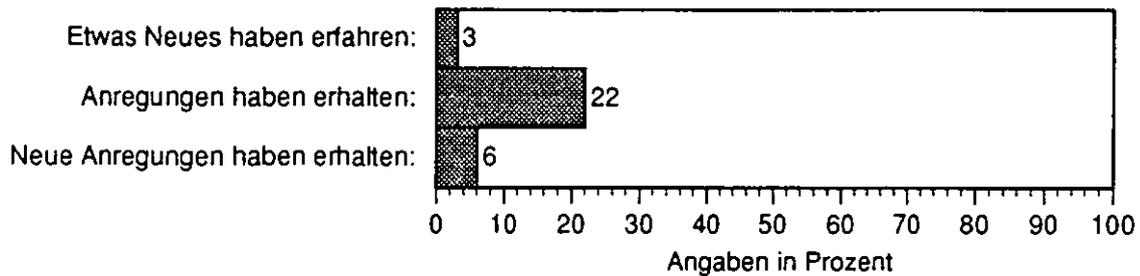
Es wissen, wie man einen Organspendeausweis erhält:



Film-Effekte: Für Kinder da sein

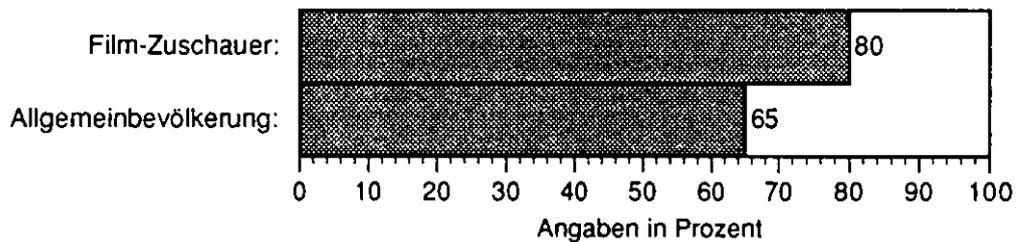
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



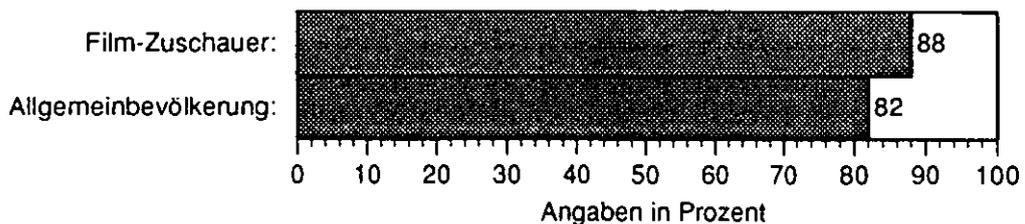
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema **gesunde Entwicklung von Kindern und Jugendlichen**:



Wissen - Einstellungen - Verhalten

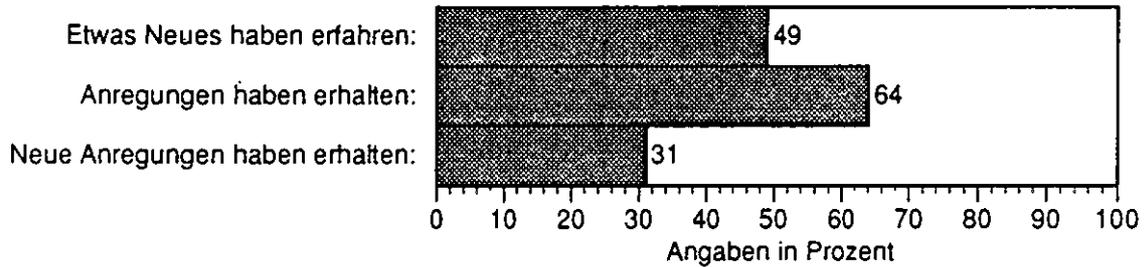
Erwachsene können etwas dagegen tun, daß Jugendliche süchtig werden:



Film-Effekte: Jodmangel vorbeugen

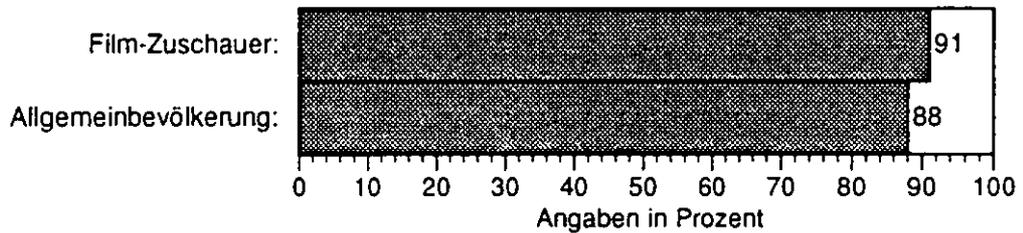
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



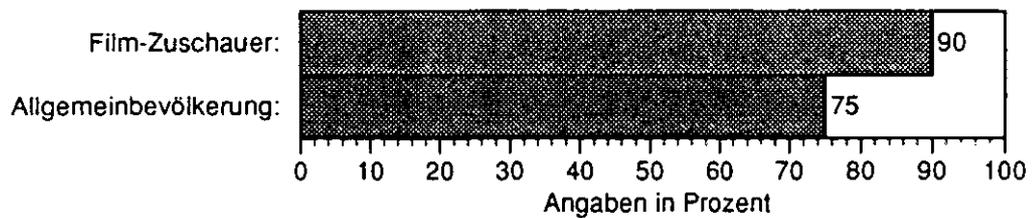
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema gesunde Ernährung:



Wissen - Einstellungen - Verhalten

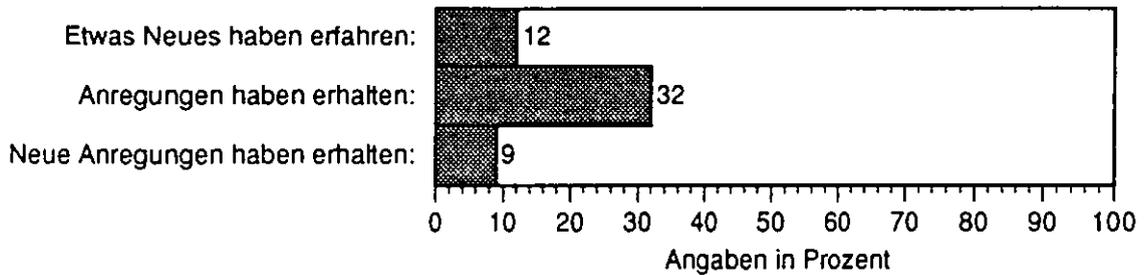
Es nennen Schilddrüsenerkrankungen als Folge von Jodmangel (ungestützte Frage):



Film-Effekte: Erste Hilfe

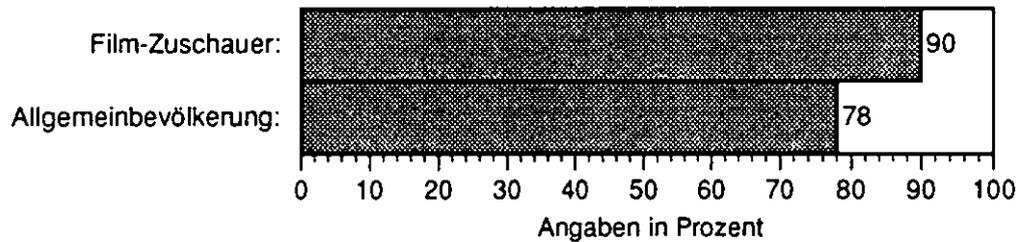
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



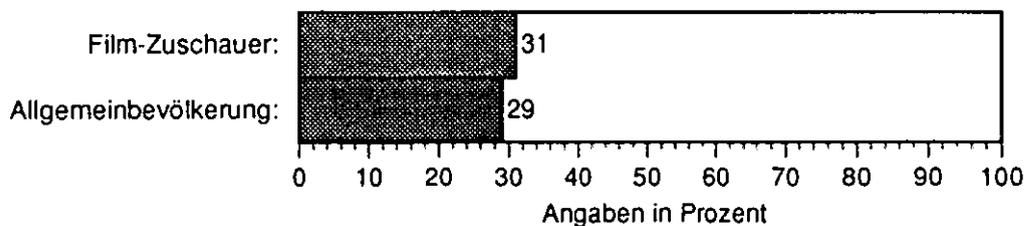
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema Erste Hilfe:



Wissen - Einstellungen - Verhalten

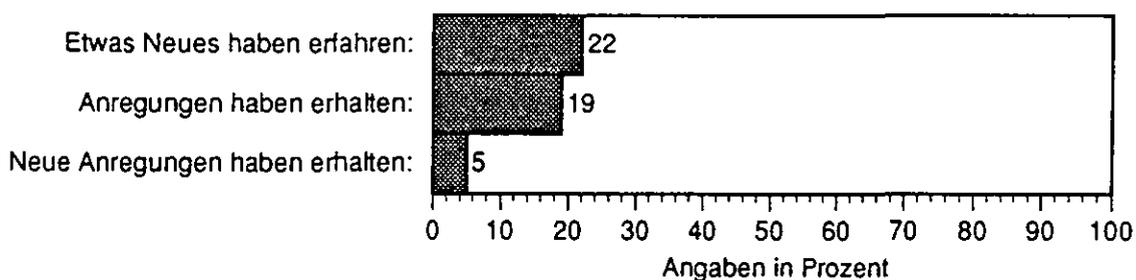
Es wissen, wie man richtig Erste Hilfe leistet:



Film-Effekte: Gesundheitsvorsorge für Kinder

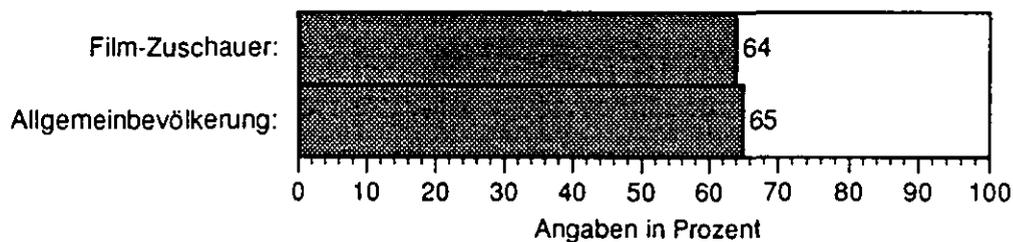
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



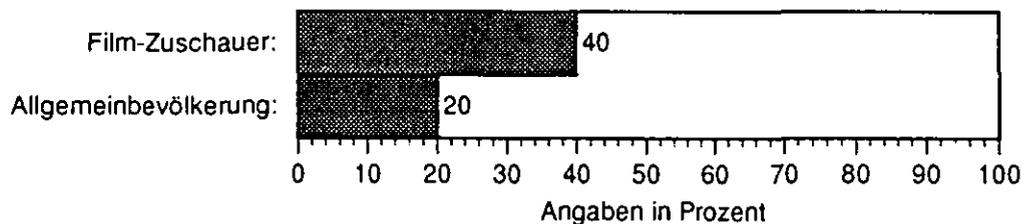
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema gesunde Entwicklung von Kindern und Jugendlichen:



Wissen - Einstellungen - Verhalten

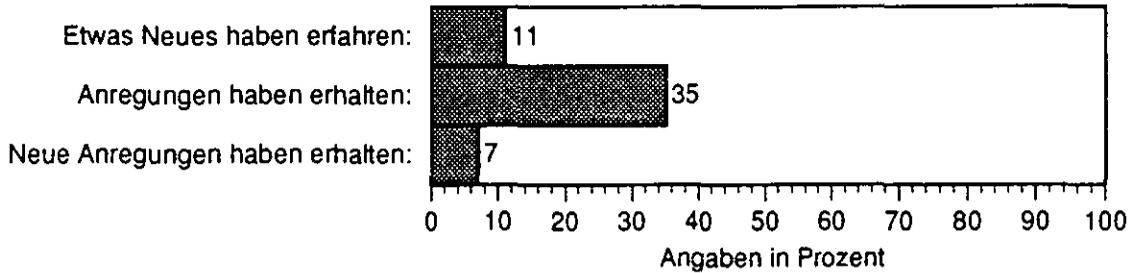
Es kennen Früherkennungs- und Vorsorgeuntersuchungen für Kinder (ungestützte Frage):



Film-Effekte: Check-up ab 35

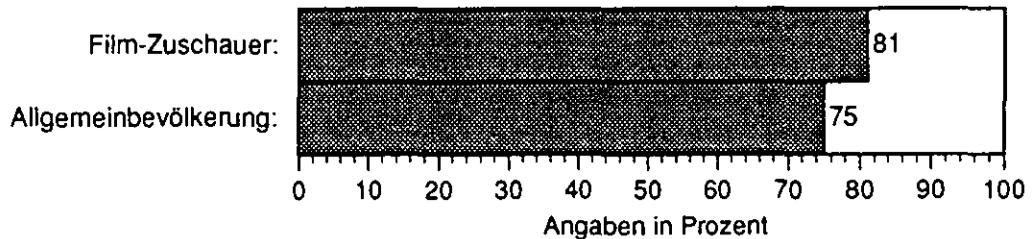
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



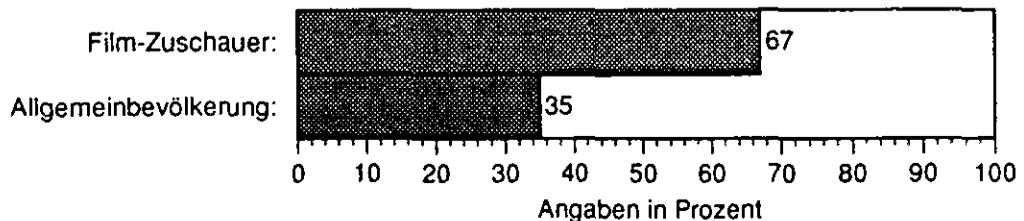
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema
Früherkennungsuntersuchungen:

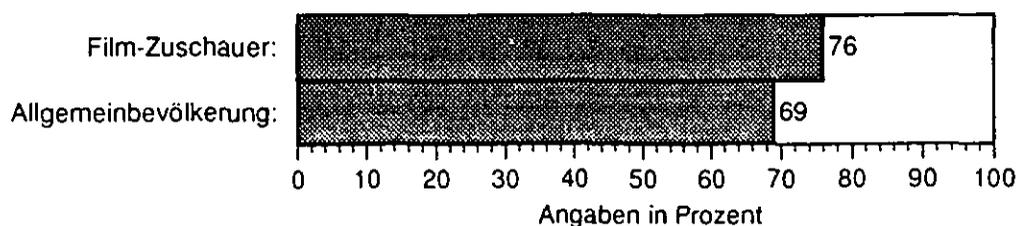


Wissen - Einstellungen - Verhalten

Es kennen Check-up-Untersuchungen (ungestützte Frage):



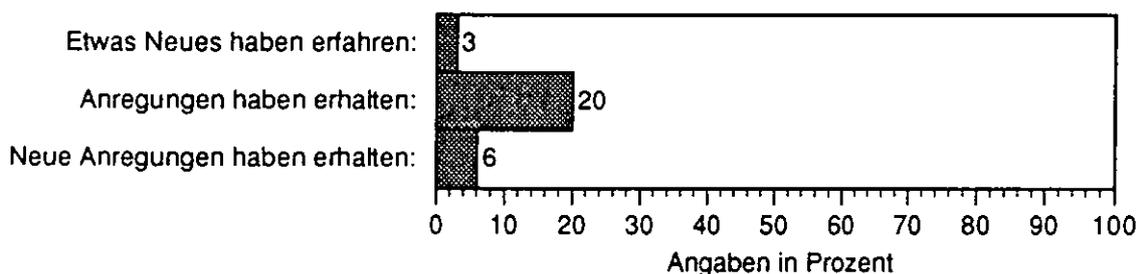
Es haben die Absicht, eine Früherkennungs- und Vorsorgeuntersuchung machen zu lassen:



Film-Effekte: Jugendliche stark machen

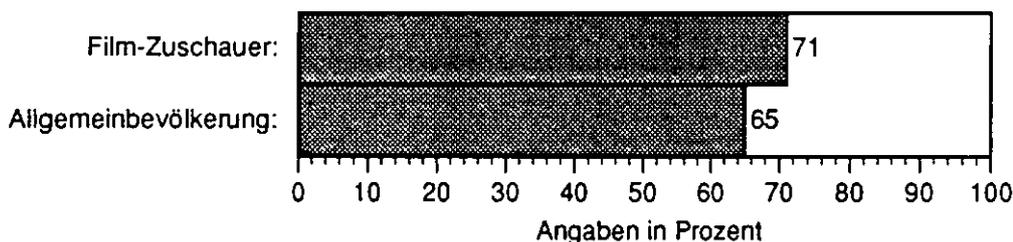
Informationen und Anregungen

Zuschauer-Einschätzungen:



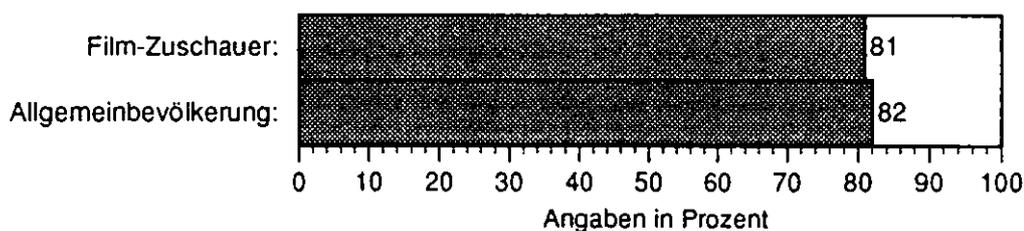
Interesse an weiteren Filmen zum Thema

Es interessieren sich besonders für weitere Filme zum Thema gesunde Entwicklung von Kindern und Jugendlichen:



Wissen - Einstellungen - Verhalten

Erwachsene können etwas dagegen tun, daß Jugendliche süchtig werden:



6.2. Film-Effekte: Ergebnisse

Der durch die Zuschauer selbst eingeschätzte Wissenszuwachs variiert deutlich in Abhängigkeit von den einzelnen Filmthemen. Durch den Film "Jodmangel vorbeugen", in denen konkrete Informationen über die Folgen einer unzureichenden Jodversorgung enthalten sind, konnte knapp die Hälfte der Zuschauer (49%) etwas Neues erfahren; durch den Film "Frühstück genießen", der vor allem auf die Bedeutung eines gesunden Frühstücks aufmerksam machen sollte und damit eher auf die Motivation der Zuschauer ausgerichtet ist, geben nur 3 Prozent an, etwas erfahren zu haben, das sie bisher noch nicht wußten.

Die Ergebnisse variieren dementsprechend in Abhängigkeit von den jeweiligen Zielsetzungen der Filme und dem damit einhergehenden Ausmaß an der Vermittlung von neuen Wissensselementen.

Daß die selbst eingeschätzten Wissensseffekte insgesamt relativ niedrig ausfallen, liegt aber auch noch an einem weiteren Grund: Das Informationsniveau zu den Gesundheitsthemen, die in den Filmen aufbereitet wurden, ist (gemessen an den in der Untersuchung verwendeten Indikatoren) in der Bundesrepublik verhältnismäßig hoch, was sich an den Ergebnissen der auch in der Allgemeinbevölkerung gestellten Wissensfragen (in den Wirkungsprofilen unter der Überschrift "Wissen-Einstellungen-Verhalten") ablesen läßt.

Fast alle Filme erreichen, daß die Zuschauer Anregungen für ihr Gesundheitsverhalten erhalten. Ein Fünftel bis ein Drittel der Zuschauer sagt, sie hätten durch den Gesundheitsfilm Anregungen erhalten, wie sie etwas für die Gesundheit tun können. Häufig sind dies keine völlig neue Anregungen, an die die Zuschauer vorher noch nicht gedacht hatten. Dies bedeutet, daß die Anregungen, die die Filme geben, offenbar dazu dienen, vorhandenes Wissen zu aktualisieren und wieder bewußt zu machen, womit die im Motto der Gesundheitsfilmreihe "Bewußt leben" angesprochene Zielsetzung erreicht wird.

Es gibt nur drei Filme, die weder Interesse an weiteren Filmen noch Veränderungen in Wissen oder Einstellungen hervorrufen. Es sind dies die Filme "Jugendliche stark machen", "Frühstück genießen" und "Krebsfrüherkennung nutzen". Alle drei Filme sind jedoch ebensogut wie die übrigen Filme in der Lage, einem Teil der Zuschauer Anregungen für eine gesunde Lebensweise zu geben (z.B. der Film "Krebsfrüherkennung nutzen" bei 31%), zum Teil auch völlig neue Ideen (z.B. der Film "Frühstück genießen" bei 10% seiner Zuschauer).

Neben dieser Gruppe von Filmen lassen sich weitere drei Filmgruppen mit jeweils ähnlichen Wirkungsmustern abgrenzen. Das sind einmal zwei Filme, bei denen überdurchschnittlich viele sagen, sie hätten etwas Neues erfahren. Dieser

Informationsgewinn bestätigt sich auch bei den entsprechenden filmspezifischen Wissensfragen, bei denen die Zuschauer sich als besser informiert zeigen als die Allgemeinbevölkerung. Zu dieser Gruppe gehören die Filme "Jodmangel vorbeugen" und "Gesundheitsvorsorge für Kinder". Diese beiden Filme mit hohen Informationseffekten sind jedoch nicht in der Lage über die ohnehin in der Bevölkerung vorhandene (hohe) Bereitschaft hinaus Interesse an weiteren Filmen zum Thema Ernährung bzw. zum Thema Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu schaffen.

Eine weitere Gruppe setzt sich aus drei Filmen zusammen, die leicht überdurchschnittliche Informationseffekte haben und bei denen sich dementsprechend bei den filmspezifischen Wissensfragen im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung ein Informationsunterschied zeigt, denen es aber auch gleichzeitig gelingt, das Themeninteresse im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung zu erhöhen. Zu dieser Gruppe gehören die Filme "Organspende", "Check up ab 35" und "Nimm Dir Zeit".

Die beiden übrigen Filme "Erste Hilfe" und "Für Kinder da sein" sind dadurch gekennzeichnet, daß sie neue Informationen und Anregungen vermitteln, daß sie auch in der Lage sind, zusätzliches Interesse für weitere Filme zum Thema zu wecken, daß sich aber bei den filmspezifischen Fragen keinerlei Unterschiede zwischen Zuschauern und Allgemeinbevölkerung ergeben. Wenn diese beiden Filme bei den filmspezifischen Fragen keine Wirkungen zeigen, so liegt das wahrscheinlich daran, daß der Bewußtseinsstand der Bevölkerung bei den Themen Erste Hilfe und Primärprävention von Sucht bereits sehr hoch ist. Die Einsicht in die Notwendigkeit, Erste Hilfe zu leisten, ist institutionell sehr stark abgesichert, vor allem durch die Kopplung von Erste-Hilfe-Kursen mit dem Führerscheinwerb. 75 Prozent haben einen Erste-Hilfe-Kurs besucht, wenn auch nur ein Drittel sich in der Lage fühlt, tatsächlich Erste Hilfe zu leisten. Die Bereitschaft, Kindern zu helfen, nicht süchtig zu werden, ist in der Bevölkerung ebenfalls sehr weit verbreitet. Dies belegen nicht nur die hier vorgelegten Ergebnisse, sondern auch die einer früheren Evaluationsstudie der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung zur Anzeigenserie "Kinder stark machen". In der jüngsten Vergangenheit wurde diese Einstellung weiterhin durch Maßnahmen der BZgA unterstützt mit dem Effekt, daß inzwischen ein Drittel sowohl der Zuschauer als auch der Allgemeinbevölkerung sagten, sie hätten in der letzten Zeit Anzeigen der Kampagne "Kinder stark machen" gesehen.

Die Wirkung der Filme "Erste Hilfe" und "Jugendliche stark machen" besteht offenbar nicht so sehr darin, Wissen oder Einstellungen zu verändern, sondern vor allem zum Nachdenken anzuregen. Ein Beleg dafür findet sich bei den Akzeptanzbeurteilungen mit Hilfe der Eigenschaften: Diese beiden Filme haben signifikant höhere Werte bei der Eigenschaft "nachdenklich machend".

Zusammenfassend läßt sich festhalten: Alle Filme erzeugen kurzfristige Wirkungen bei ihren Zuschauern - mit unterschiedlichen, von Konzeption und Botschaft abhängigen Schwerpunkten, was die Art der Wirkung betrifft.

7. Interesse der Bevölkerung an Gesundheitsfilmen im Fernsehen

Eine wichtige Hintergrundinformation für die Entscheidung, die Gesundheitsfilmreihe langfristig zu implementieren, bildet die Antwort auf die Frage, ob ein solches Angebot auf Interesse bei den Adressaten stößt. Desweiteren sind Kenntnisse darüber bedeutsam, ob die bereits ausgewählten Film-Themen von Interesse sind, und welche weiteren Themen von der Bevölkerung gewünscht werden.

7.1 Interesse an Gesundheitsfilmen

Gefragt nach der Nutzung des aktuellen Angebots an Gesundheitssendungen im Fernsehen in den letzten Wochen, geben 5 Prozent der Bevölkerung an, dies regelmäßig getan zu haben. 56 Prozent informierten sich gelegentlich und 39 Prozent nie.

Deutlich wird, daß vor allem ältere Menschen ab 66 Jahren zu den regelmäßigen Zuschauern gehören und jüngere Altersgruppen (bis 44 Jahre) von dem bisherigen gesundheitsbezogenen Programmangebot deutlich geringer erreicht werden (regelmäßig/nie: 14 bis 20 Jahre (0%/43%), 21 bis 29 Jahre (3%/49%), 30 bis 44 Jahre (3%/44%).

Diese Werte spiegeln allerdings nicht den Bedarf bzw. das Interesse an Gesundheitssendungen im Fernsehen wider. Auf die im Anschluß an die Reichweitenmessung der TV-Pilotfilme gestellte Frage "Wenn im Fernsehen weitere Kurzfilme gezeigt würden, die darüber informieren, was man für die Gesundheit tun kann, würden Sie persönlich diese dann bestimmt ansehen, vielleicht ansehen oder nicht ansehen?" antworten 29 Prozent der Befragten "bestimmt" und 57 Prozent "vielleicht". 10 Prozent sagen "nicht ansehen" und 3 Prozent sind sich nicht sicher. Ein Zehntel der Bevölkerung hat also definitiv kein Interesse, gegenüber vier Zehnteln, die derzeit nicht durch Gesundheitssendungen erreicht werden.

Die größte Ablehnung einer solchen Filmreihe zeigen Befragte mit höheren Bildungsabschlüssen (Abitur/Studium; nicht sehen: 17%). Das größte Interesse zeigen Befragte mit Hauptschulabschluß (bestimmt sehen: 36%).

Desweiteren äußern Frauen deutlich häufiger als Männer die Absicht, diese Filme anzusehen.

Daß die Entscheidung, sich Gesundheitsfilme im Fernsehen anzusehen, durch die (Qualität der) Filme selbst mitgeprägt sein wird, verdeutlicht das folgende Ergebnis: Diejenigen, die bereits einen Film gesehen haben, geben zu 56 Prozent die Antwort, "bestimmt" weitere Filme anzusehen; "nicht" gab niemand an.

Obgleich das faktische Nutzungsverhalten auch durch andere Einflußgrößen (siehe dazu auch das nächste Kapitel) beeinflusst wird, läßt sich festhalten, daß das Interesse an einem solchen Programmangebot relativ hoch ist und die Chance besteht, die Nutzung durch die Qualität der Serie und flankierende Werbeaktivitäten positiv zu beeinflussen.

7.2 Themeninteressen

Die Filmthemen der Pilotphase sind bewußt heterogen aus unterschiedlichen Themenfeldern (siehe Abschnitt 2.2.1.1) ausgewählt.

Inwieweit diese Themenfelder auf ein Interesse in der Bevölkerung stoßen, wurde durch die folgende Frage ermittelt: "Ich nenne Ihnen jetzt einmal einige Themen, die für zukünftige Gesundheitsfilme vorgesehen sind. Sagen Sie mir bitte jedesmal, ob Sie sich dafür interessieren oder nicht besonders interessieren?"

Interesse für vorgegebene Themen von Gesundheitsfilmen		
Themenfeld	Anteil der Interessierten in der Bevölkerung	Ergebnisse für spezifische Zielgruppen
Gesunde Ernährung	87%	insges. hohes Interesse
Erste Hilfe	79%	14-20jährige (94%) Arbeiter (88%)
Untersuchungen zur Früherkennung von Krankheiten	74%	Hausfrauen (85%)
Streßbewältigung	71%	Erwerbstätige (79%)
Gesunde Entwicklung von Kindern	67%	14-20jährige (94%) 30-44jährige (79%) Personen mit Kindern unter 6 Jahren (92%) und 7-18 Jahren (86%)
Organspende	46%	14-20jährige (58%) Hausfrauen (85%) Personen mit Kindern bis 6 Jahre (56%)

Um zu ermitteln, welche Themeninteressen es darüber hinaus gibt, wurde die Frage angeschlossen "Zu welchen weiteren Themen sollten Ihrer Meinung nach sonst noch Filme gezeigt werden?" (offene Antwortmöglichkeiten).

46 Prozent nannten keine weiteren Themen. Ein geringer Teil der Befragten wiederholte die in der vorangehenden Frage vorgegebenen Themen.

Zusätzlich wurden genannt

<u>Themenfeld</u>	<u>Anteil der Interessierten in der Bevölkerung</u>	<u>Ergebnisse für spezifische Zielgruppen</u>
Gesundheitsinformationen (allgemein)	18%	Personen mit höheren Bildungsabschlüssen (27%)
Drogen/Sucht	8%	14-20jährige (12%)
AIDS	7%	14-20jährige (15%) 21-29jährige (11%)
Herz/Kreislauf-erkrankungen	5%	56-65jährige (9%)
Rauchen	4%	14-20jährige (7%)
Alkohol	4%	14-20jährige (10%)
Krebs	4%	Schüler/Studenten (9%)
Gelenk-/Knochen-erkrankungen	3%	
Alterskrankheiten (allgemein)	3%	Rentner (6%)
Sonstiges	5%	Personen mit höheren Bildungsabschlüssen (27%)

Für die Themen Diabetes, Rheuma, Allergien äußerte jeweils 1 Prozent der Befragten Interesse.

Insgesamt kann damit von einem hohen Interesse für die bereits ausgewählten Themenfelder ausgegangen werden, d.h. Filme, die Aspekte dieser Thematiken aufgreifen, treffen auf ein vorhandenes Informationsbedürfnis.

Ein Schwerpunkt künftiger Filme sollte jedenfalls das Thema Sucht/Drogen (incl. Rauchen/Alkohol) sein. Auch das Thema AIDS bietet sich an, zumal durch die Anlage und Dauer der Filme (mit Kommentar 5 Min.) Möglichkeiten der inhaltlichen Ausgestaltung bestehen, die z.B. ein TV-Spot (1 Min.) nicht besitzt.

8. Bewertung der Sendezeit unter dem Aspekt der Erreichbarkeit von Zielgruppen

8.1 Sendezeit in der Pilotphase

Die Kurzfilme wurden während der Pilotphase dienstags oder donnerstags jeweils um 14.55 Uhr gesendet.

Ein solcher Sendeplatz bewirkt von vornherein, daß ein Teil der Zuschauer ausgeschlossen wird: Nur etwa ein Fünftel bis ein Viertel der engeren Zielgruppen der Kurzfilmreihe haben während der Woche (also Montag bis Freitag) manchmal Zeit, nachmittags fernzusehen. Fragt man nach einzelnen Wochentagen, engt sich das Potential möglicher Zuschauer weiter ein. Diejenigen, die an einem speziellen Wochentag um 14.55 Uhr fernsehen, haben dann noch die Möglichkeit unter verschiedenen Sendern/Programmen zu wählen.

Aufgrund dieser sendezeitbedingten Eingrenzung des Zuschauerpotentials konnte in der Pilotphase jeweils ca. 1 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren durch die einzelnen Filme während den Nachmittagsausstrahlungen erreicht werden (Sekundärausstrahlungen im Vormittagsprogramm, die die Reichweite der Filme mit Bezug auf die Hauptzielgruppen nicht merklich steigern würde, sind in dieser Betrachtung nicht enthalten).

Wenn die durch die GfK-Reichweiten-Messungen ermittelten Zuschauerzahlen der einzelnen Filme aufaddiert werden, ergibt sich eine Gesamtzuschauerzahl von ca. 4,84 Millionen. Da ein Teil dieser Zuschauer mehrere Filme gesehen hat, ist die Zahl der Personen, die mit den Filmen erreicht wurde (Nettoreichweite), etwas niedriger. Sie beträgt nach unseren Berechnungen schätzungsweise 4,66 Millionen. Dementsprechend haben ungefähr 7 Prozent der Allgemeinbevölkerung mindestens einen Film gesehen. Dieser Wert entspricht der in der Umfrage ermittelten Nettoreichweite. Dort gaben 5 Prozent an, mindestens einen Film gesehen zu haben.

Die Ergebnisse machen deutlich, daß der Sendeplatz für die TV-Kurzfilmreihe nicht günstig liegt. Eine kontinuierliche Ausstrahlung könnte zwar zu einer Erhöhung der Reichweite führen, diese bleibt aber begrenzt durch die Anzahl und Struktur der Zuschauer, denen es möglich ist, zu diesem Zeitpunkt fernzusehen.

8.2 Sendezeitpräferenzen der Bevölkerung und einzelner Zielgruppen

Im vorangehenden Kapitel konnte gezeigt werden, daß das Interesse der Bevölkerung an Gesundheitsfilmen hoch ist. Ob diejenigen, die angeben, sich die Filme "bestimmt" oder "vielleicht" ansehen zu wollen, auch tatsächlich dieses Angebot nutzen, wird - neben der Qualität der Filme selbst - vor allem auch von den Sendezeitpräferenzen der Zuschauer beeinflußt.

Sendezeitpräferenzen sind als Indikator für die Möglichkeit und Bereitschaft zu verstehen, sich ein bestimmtes Programmangebot (Gesundheitsfilme) zu einem bestimmten Zeitpunkt anzusehen.

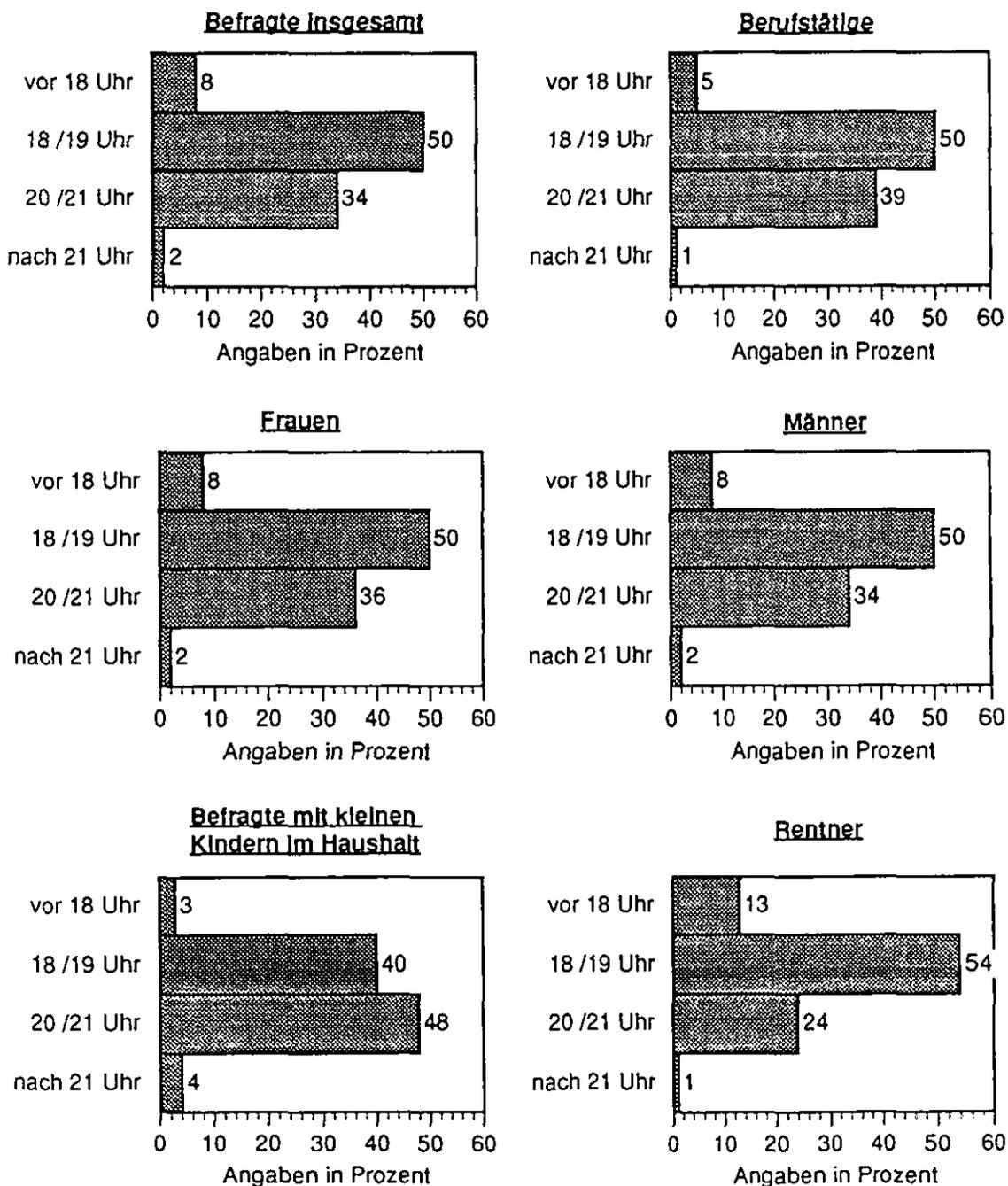
Die Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbefragung zeigen, daß Sendezeitpunkte, die vor 18.00 Uhr und nach 21.00 Uhr liegen, weniger gut geeignet sind, größere Gruppen der Bevölkerung zu erreichen. Dazwischen sieht die Verteilung wie folgt aus:

18.00 Uhr halten 20 Prozent, 19.00 Uhr 29 Prozent und 20.00 Uhr 26 Prozent der Befragten als besten Zeitpunkt.

Obgleich der Zeitraum um 19.00 Uhr die größte Reichweite verspricht, bleibt zu erwähnen, daß spezielle Teilzielgruppen (z.B. Personen mit kleinen Kindern) zu späteren Zeitpunkten (um 20.00 Uhr) besser erreicht werden könnten.

Bevorzugte Sendezeit für die Gesundheits-Filme

Die Gesundheitsfilme sollten gezeitigt werden:



9. Bewertung des Multiplikatorenkonzeptes der TV-Kurzfilmreihe

Der Aufwand, der mit der Produktion von Filmbegleitmaterialien und ihrer kontinuierlichen Streuung an Multiplikatoren verbunden ist, läßt sich nur dann rechtfertigen, wenn ein hinreichend großer Bedarf der Multiplikatoren besteht und diese das Material als geeignet ansehen, um es im Rahmen eigener Aufklärungs- bzw. Fortbildungsveranstaltungen einzusetzen.

Im Mittelpunkt der Bewertung des Multiplikatorenansatzes der TV-Kurzfilmreihe standen deshalb Fragen nach dem Bedarf/Interesse und der Akzeptanz der Begleitmaterialien sowie die Nutzungsabsichten der Multiplikatoren.

9.1 Bedarf/Interesse

Als Indikator für den Bedarf kann die Resonanz auf zwei Werbeaktionen der BZgA gewertet werden.

Die einmalige Ankündigung der Maßnahme im "Infodienst Gesundheitserziehung, Gesundheitsförderung Nr. 19, August 1993" führte zu 200 Bestellungen, was 15 Prozent der Bezieher des Infodienstes entspricht.

Eine einmalige direkte Werbeaktion, die 3000 Aussendungen exemplarischen Begleitmaterials an Institutionen im Feld der Gesundheitserziehung umfaßte, erbrachte eine Bestellerquote von 50 Prozent.

Die Reaktion auf diese begrenzten Werbeaktivitäten im Rahmen der Pilotphase signalisiert ein deutliches Interesse an derartigen Materialien.

Um abschätzen zu können, ob das Begleitmaterial sich auch für den von der BZgA intendierten Einsatz eignet, wurde eine Kurzbefragung von 250 der insgesamt 1.700 Besteller aus unterschiedlichen Institutionen durchgeführt.

9.2 Bewertung des Materials durch Besteller und Nutzungsabsichten

Im Mittelpunkt der Bewertung standen die fachlichen Hintergrundtexte (die sog. Basisinformationen), die zusammen mit dem Film den Kern für eigene Aufklärungs- oder Fortbildungsaktivitäten bilden.

Obgleich nur eine relativ geringe zeitliche Distanz zwischen der Aussendung des bestellten Begleitmaterials und der Befragung bestand, wurde das Material in einem Ausmaß gelesen, um fundierte Bewertungen zu ermöglichen (Grafik Seite 67).

Vier Fünftel (81%) der Befragten geben an, daß der Umfang der Basisinformationen gerade richtig sei. 6 Prozent halten sie für zu ausführlich und 12 Prozent meinen, sie seien zu wenig ausführlich (Grafik Seite 68).

Die Eignung der Basisinformationen für Fortbildungsveranstaltungen bewerten 85 Prozent als gut (67%) oder sehr gut (18%), 12 Prozent sehen sie für diesen Zweck als weniger gut geeignet an, und nur 2 Prozent schließen diese Einsatzmöglichkeit aus.

Entsprechend hoch liegen die Werte für die Frage nach den Nutzungsabsichten. 86 Prozent der befragten Multiplikatoren beabsichtigen, sie im Rahmen von Fortbildungsveranstaltungen zu verwenden, 2 Prozent geben an, dies bereits getan zu haben, und 12 Prozent lehnen diesen Einsatz ab (9%) oder sind sich nicht sicher (3%) (Grafik Seite 69).

85 Prozent der befragten Multiplikatoren haben die Absicht, die Basisinformationen auch an andere Personen, die in der Gesundheitserziehung tätig sind, weiterzugeben, und 5 Prozent haben es bereits getan (Grafik Seite 69).

Damit kann auch davon ausgegangen werden, daß die erhoffte Verbreitung der Basisinformationen an andere Multiplikatoren stattfindet.

In einer abschließenden Fragensequenz sollte geprüft werden, wie die Wichtigkeit der Basisinformationen (deren Erarbeitung den größten Aufwand erfordert) im Verhältnis zu den anderen Bestandteilen des Begleitmaterials (Filmbeschreibung, Hinweis auf weitere Filme, Pressemitteilung) eingeschätzt wird, deren Erstellung weniger aufwendig ist.

Hier zeigt sich ein deutliches Votum. Die Basisinformationen sind für die meisten Multiplikatoren das wichtigste Element, auf das sie am wenigsten verzichten möchten.

Gleichwohl besitzen auch die anderen Bestandteile ihre Funktion. 11 Prozent bis 14 Prozent aller Multiplikatoren halten sie für wichtiger (Grafik Seite 70).

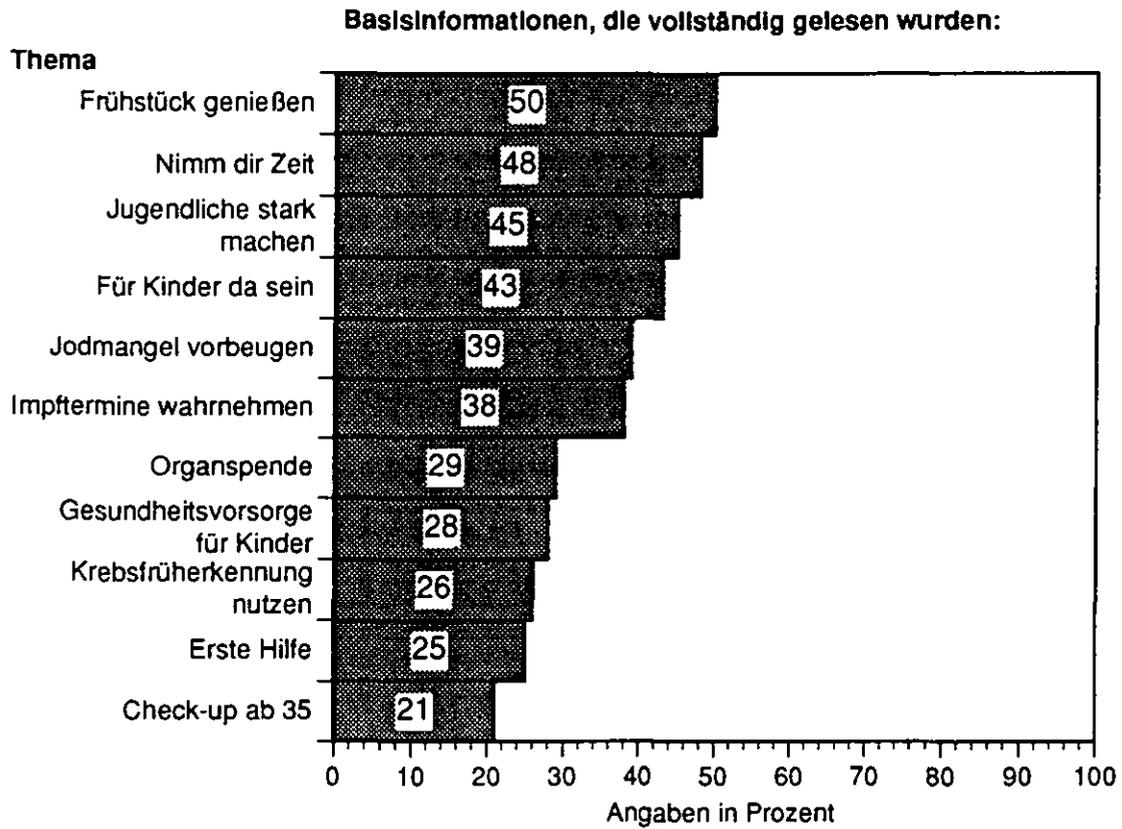
9.3 Bewertung des Multiplikatorenkonzeptes

Zusammenfassend läßt sich festhalten, daß die Basisinformationen, die dem Konzept nach das Kernstück der Begleitmaterialien bilden, von den Multiplikatoren auch als wichtigster Bestandteil bewertet werden, daß sie für den Einsatz im Rahmen von Fortbildungsmaßnahmen als geeignet befunden werden und die Absicht besteht, sie auch einzusetzen.

Durch den Einsatz der Materialien und ihre Weitergabe an andere gesundheitserzieherisch tätige Personen sind multiplikatorische Wirkungen zu erwarten.

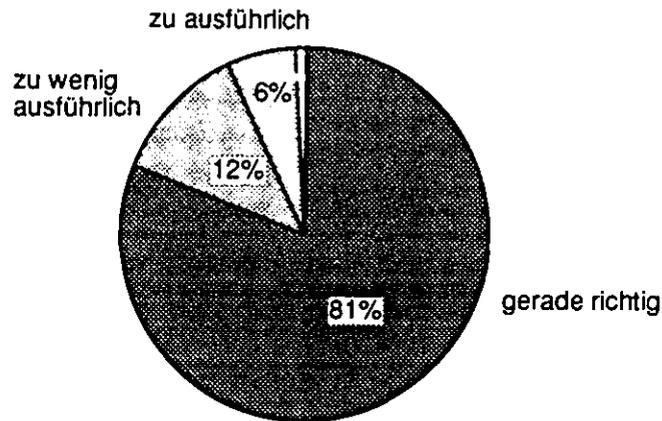
Damit kann das Multiplikatorenkonzept der TV-Kurzfilmreihe, komplementär zur Filmausstrahlung die Filmbotschaften zu verbreiten und die Ansprache von Zielgruppen zu intensivieren, als sinnvolle Strategie bewertet werden.

Bevorzugte Themen

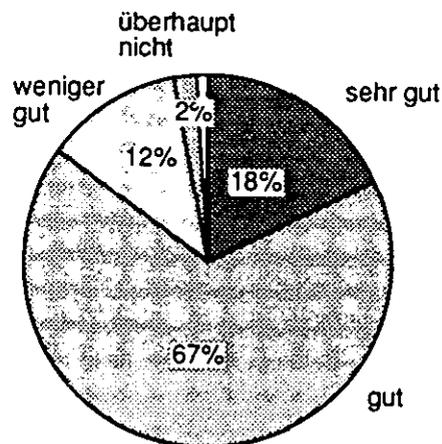


Beurteilung der Basisinformationen

Behandlung des Themas:

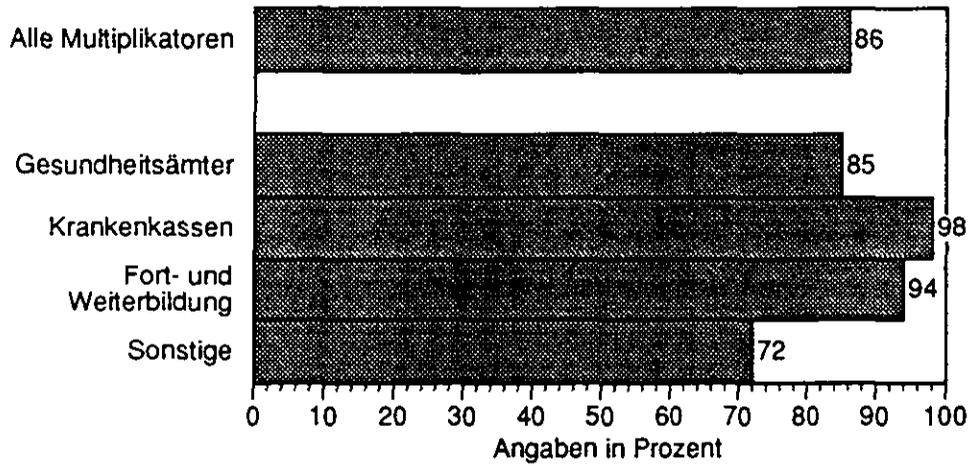


Eignung für Fortbildungsveranstaltungen

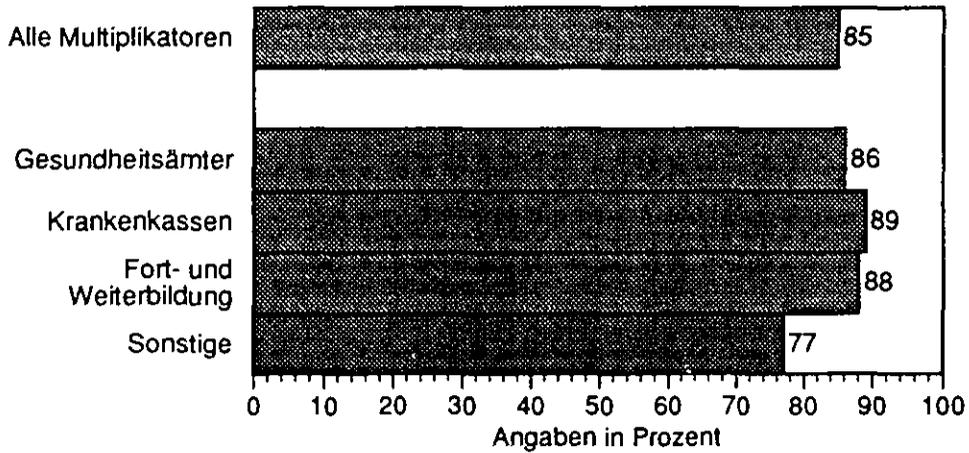


Verwendungsabsicht

Es ist beabsichtigt, die Basisinformationen für Fortbildungsveranstaltungen zu verwenden:

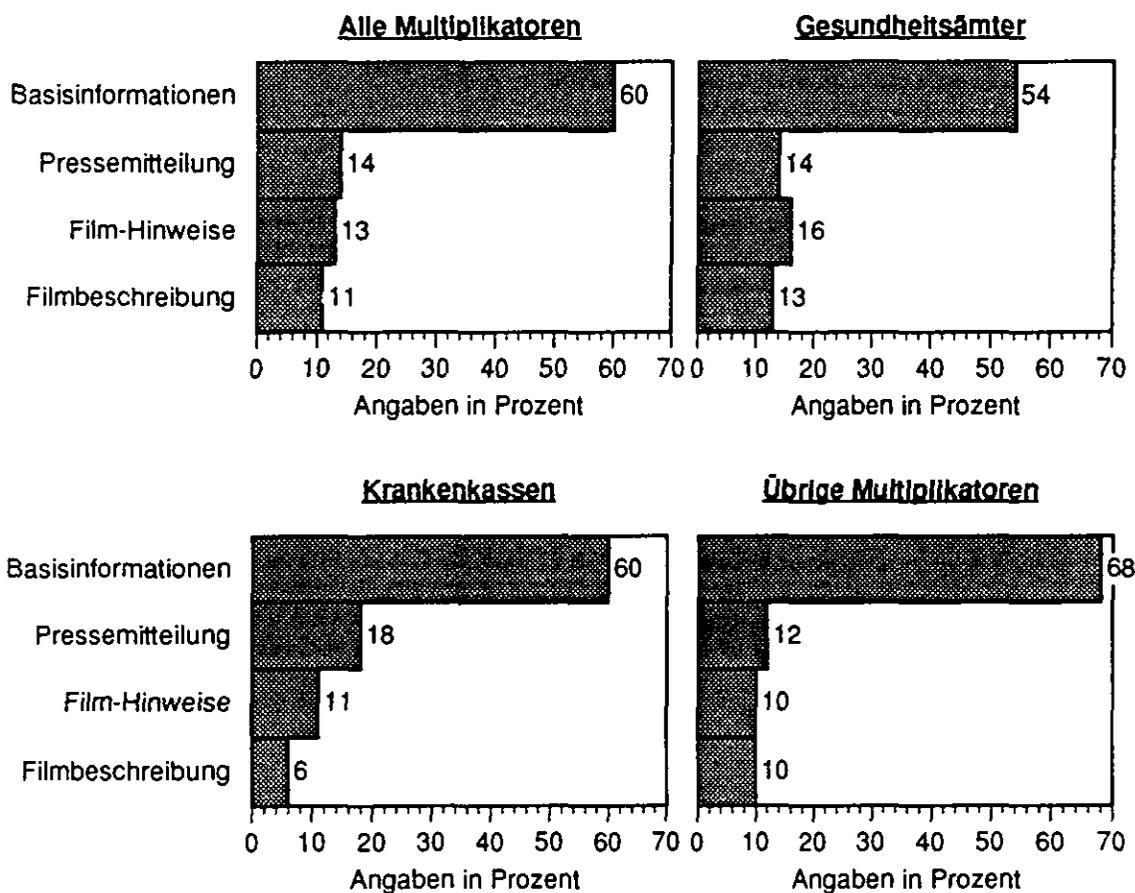


Es ist beabsichtigt, die Basisinformationen an andere Personen in der Gesundheitserziehung weiterzugeben:



Wichtigkeit der Basisinformationen

Als wichtigster Bestandteil der Begleitmaterialien wird angesehen:



10. Zusammenfassung

A. Evaluationsziele

Die Pilotphase der TV-Kurzfilmreihe Gesundheit wurde von der BZgA mit der Zielsetzung evaluiert, eine fachliche Entscheidungsgrundlage für oder gegen die Fortsetzung dieser Maßnahme zu erhalten.

Die Evaluation richtet sich deshalb auf die folgenden Ziele:

1. Bewertung der einzelnen Pilotfilme (Filmhandlung und Moderation) hinsichtlich kommunikativer Leistungsfähigkeit und Akzeptanz.
Zentrale Frage: Wie gut kommen die Filme an und bringen sie ihre Botschaft über?
2. Einzelfilm-übergreifende Bewertung der dramaturgischen Umsetzung.
Zentrale Frage: Ist ein einheitliches Gestaltungsprinzip für alle heterogenen Themen geeignet?
3. Ermittlung von (kurzfristigen) Wirkungen der einzelnen Filme.
Zentrale Frage: Vermitteln die Filme neue Kenntnisse und geben sie Anregungen für gesundheitsbewußtes Handeln?
4. Interesse der Bevölkerung an Gesundheitsfilmen im Fernsehen.
Zentrale Fragen: Wieviele (und welche) Menschen würden sich die Filme ansehen? Welche Themen sind von Interesse?
5. Bewertung der Sendezeit.
Zentrale Fragen: Welche Sendezeitwünsche der Bevölkerung gibt es? Welche Sendezeit ist unter dem Gesichtspunkt einer optimalen Erreichbarkeit wichtiger Zielgruppen zu empfehlen?
6. Bewertung des Begleitmaterials durch Multiplikatoren.
Zentrale Fragen: Werden die Basisinformationen als wichtiger Bestandteil gesehen? Eignen sie sich für Fortbildungsmaßnahmen? Ist eine Multiplikationswirkung zu erwarten?

B. Evaluationsergebnisse

1. Kommunikative Leistungsfähigkeit und Akzeptanz

Alle Filme erzeugen bei den Zuschauern eine so hohe Akzeptanz, daß die grundlegenden kommunikativen Voraussetzungen für die Verwendung in einer TV-Gesundheitsfilmreihe erfüllt sind. Die Filme bieten genügend Anreize, sie sich anzuschauen und die Zuschauer an die Sendung zu binden. Die Filme sind in der Lage, auf glaubwürdige und lebensnahe Weise Inhalte und Botschaften verständlich zu machen. Sowohl Filminhalte und Moderationen werden als informativ, hilfreich, überzeugend und interessant empfunden.

2. Bewertung der dramaturgischen Umsetzung

Die jeweilige Gesamtbeurteilung der einzelnen Filme ergibt, daß - trotz unterschiedlicher Themen - vier Fünfteln (79%) bis neun Zehnteln (93%) die Filme gut oder sehr gut gefallen. Die durchgängig positive Beurteilung gilt sowohl für Filme mit betont unterhaltsamer und humorvoller Darstellungsweise als auch für Filme, in denen das Stilmittel der Unterhaltung eher sparsam eingesetzt wurde.

Weiter hat die dramaturgische Umsetzung erreicht, auch solche Filme interessant zu gestalten, deren Themen bei den Zuschauern ursprünglich auf wenig Interesse stoßen.

Die Form der Aufbereitung von Gesundheitsthemen wird also in hohem Maße akzeptiert. Die Methode der Integration von Information in unterhaltsame Filmgeschichten kann als geeignet bewertet werden.

3. Kurzfristige Wirkungen

Bei allen Filmen lassen sich kurzfristige Wirkungen nachweisen: Sie vermitteln neue Informationen, Anregungen für gesundheitsbewußtes Verhalten, sie regen zum Nachdenken über die angesprochenen Gesundheitsthemen an und bauen Motivation auf, sich auch zukünftig für die in den Filmen dargestellten Themen zu interessieren.

Nicht alle diese Wirkungen treten bei allen Filmen in gleichem Maße auf: Die Ergebnisse variieren in Abhängigkeit von den jeweiligen Zielsetzungen der Filme.

4. Interesse der Bevölkerung an Fernseh-Gesundheitsfilmen

Fast ein Drittel der Allgemeinbevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland hat definitiv Interesse an einer Gesundheitsfilmreihe: 30 Prozent der Befragten in der bundesweiten Umfrage gaben an, sie würden sich Gesundheitsfilme "bestimmt ansehen". Nur 14 Prozent haben ausdrücklich kein Interesse daran.

56 Prozent der Bundesbürger würden sich Gesundheitsfilme "vielleicht" ansehen. Dieses zusätzliche Potential von Interessenten ließe sich aufgrund der Anmutungs-Qualität der Filme und in Abhängigkeit der Sendezeit ebenfalls als Zuschauer für eine Gesundheits-Kurzfilmreihe mobilisieren.

5. Bewertung der Sendezeit

Die Sendezeit für die Filme der Pilotphase (wochentags 14.55 Uhr) führte dazu, daß jeweils nur ca 1 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren durch die Filme erreicht wurden.

Die Bevölkerungsbefragung zeigt, daß die Mehrzahl der Bevölkerung eine Sendezeit zwischen 18.00 Uhr und 20.00 Uhr wünscht. Obwohl dieser Zeitraum insgesamt als der günstigste anzusehen ist, bleibt zu erwähnen, daß spezielle Zielgruppen (z.B. Befragte mit kleinen Kindern) zu späteren Sendezeiten (20.00 Uhr bis 21.00 Uhr) besser erreicht werden können.

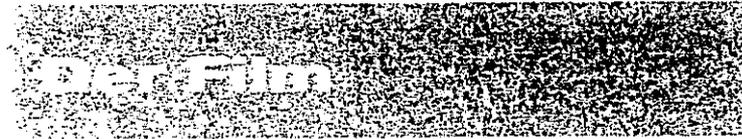
6. Bewertung des Begleitmaterials durch Multiplikatoren

Das Multiplikatorenkonzept der TV-Kurzfilmreihe, komplementär zur Filmausstrahlung die Botschaften zu verbreiten und die Ansprache von Zielgruppen zu intensivieren, kann als sinnvolle Strategie bewertet werden. Ein erheblicher Teil der über die Sendereihe informierten Multiplikatoren forderte die Begleitmaterialien zur Kurzfilmreihe an. Die darin enthaltenen Basisinformationen wurden von den Multiplikatoren als wichtigster Bestandteil bewertet, sie wurden für den Einsatz im Rahmen von Fortbildungsmaßnahmen als geeignet befunden, und es besteht die Absicht, diese auch einzusetzen. Durch diese Verwendung der Materialien und ihre Weitergabe an andere gesundheitserzieherisch tätige Personen sind multiplikatorische Wirkungen zu erwarten.

ANHANG: Filmbeschreibungen



Frühstück
genießen





Wer ausreichend frühstückt, fühlt sich wohler. Denn der Körper braucht die morgendliche Energiezufuhr, um voll leistungsfähig zu sein. Dennoch ist für viele Menschen das Frühstück nicht so wichtig: Der eine ist ein „Morgenmuffel“ und hat so früh am Tag noch keinen Appetit, der andere hat morgens keine Zeit.



Im Rahmen einer alltäglichen Frühstückssituation im Familienkreis weist der Film auf verbreitete Frühstücksgewohnheiten hin. Gezeigt werden dabei verschiedene „Frühstückstypen“: Tommys Vater Frank steht für den Hektiker, der sein Frühstück hastig herunterschlingt, sein Sohn Tommy für den morgens appetitlosen Schüler. Die Oma repräsentiert bewußte Ernährung und sorgt dafür, daß Enkel Tommy wenigstens ein nahrhaftes zweites Frühstück mitnimmt. Das fiktive Finale zeigt, wie schön ein Frühstück in aller Ruhe sein könnte.



Ausgewogene Ernährung fängt schon beim Frühstück an - sie hebt die Leistungs- und Konzentrationsfähigkeit. Der Film weist auf die Bedeutung der oft stiefmütterlich behandelten ersten Mahlzeit für das körperliche und geistige Wohlbefinden hin. Er zeigt, wie das Frühstück auf die Bedürfnisse jedes Menschen abgestimmt werden kann und regt so an, das Frühstück - gemeinsam oder allein - in Ruhe zu genießen.



Frühstück: Während Oma die erste Mahlzeit am Tag genießt, versteckt sich Frank hinter der Zeitung und vergißt sein Frühstück.



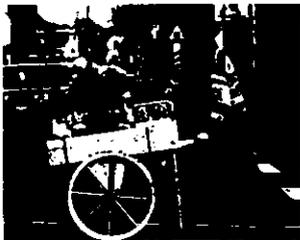
Schon wieder zu spät. Frank muß sich auf den Weg zur Arbeit machen. Sein Brötchen wird er auf dem Weg zur Arbeit aufessen.



Tommy, Franks Sohn, ist vernünftiger: Er mag zwar nicht frühstücken, trinkt aber wenigstens seine Milch und nimmt ein leckeres Pausenbrot mit in die Schule.



Viele Leute essen wie Frank morgens hastig im Auto auf dem Weg zur Arbeit und sehnen sich doch nach einem gemütlichen Frühstück.



Duftende Brötchen, frisches Obst. Den Autofahrern läuft beim Anblick der leckeren Frühstückszutaten buchstäblich das Wasser im Munde zusammen.



Mitten auf der Kreuzung wird der Traum vom Frühstück wahr, und alle lassen es sich schmecken. Mit diesem Film will die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung zeigen, wie schön es sein kann, ein gesundes Frühstück in Ruhe zu genießen.



So wie Tommis Vater hier kann man natürlich auch frühstücken – aber ganz im Ernst: Haben Sie sich nicht auch schon einmal vorgenommen, statt in morgendlicher Hektik Ihr Frühstück in aller Ruhe zu genießen? Versuchen Sie's doch einfach! Probieren Sie aus, wie Sie morgens am liebsten den Tag beginnen: Ob Brötchen und Kaffee, frisches Müsli oder Obst. Denken Sie daran: Es gibt, wie in unserer Filmfamilie, sehr unterschiedliche „Frühstückstypen“. Testen Sie doch mal in Ruhe, zum Beispiel am Wochenende, was Ihnen morgens wirklich am besten schmeckt.

Ein richtiges Frühstück ist aber nicht nur der erste Energielieferant des Tages, es gibt auch Zeit, sich langsam auf den Alltag einzulassen. Mein Tip dazu: Finden Sie Ihren persönlichen Frühstücksstil – ein Frühstück, das Ihnen jeden Tag Spaß macht. Ich zum Beispiel freue mich jeden Tag auf meinen Tee, und für mich kann der Tag recht herzhaft beginnen, mit Müsli oder Vollkornbrot, am liebsten mit Käse. Danach fühle ich mich dann so richtig „fit“ für den Tag. Und es ist ein gutes Gefühl, auch etwas für die Gesundheit getan zu haben.

Anregungen für gesundes Frühstück erhalten Sie bei der Ernährungsberatung der Krankenkassen und bei der Verbraucherberatung vor Ort. Als Lektüre dazu empfehle ich Ihnen diese unterhaltsame, besonders für Kinder gedachte Broschüre, (zeigen) „Is(s) was?!“. Sie zeigt, daß richtiges Frühstück und gesunde Ernährung allen Spaß machen kann.

Erhältlich ist diese Broschüre bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung in 51101 Köln (Adresse einblenden).

Also dann – Auf Wiedersehen!

Frühförderung
bei Kindern/
U1-U9



Das Früherkennungsprogramm U 1 bis U 9 bietet die Möglichkeit, eventuelle Entwicklungsstörungen frühzeitig zu erkennen und behandeln zu lassen. Damit eröffnen sich große Chancen für eine gesunde Entwicklung der Kinder. Dem Kinderarzt geben die Beobachtungen der Eltern wichtige Hinweise für die Untersuchung. Oft lassen sich mögliche Ängste besorgter Eltern durch seinen fachkundigen Rat zerstreuen. Dennoch nutzen noch nicht alle Eltern sämtliche Vorsorgeuntersuchungen für ihre Kinder.

In zwei Handlungssträngen zeigt der Film, was Früherkennungsuntersuchungen für Kinder leisten können: Die Mutter der kleinen Lara nimmt die Vorsorgetermine beim Kinderarzt regelmäßig wahr und trägt damit wesentlich zur gesunden Entwicklung ihres Kindes bei. Auch Tommy ist regelmäßig untersucht worden. Dadurch konnte eine drohende Hüftgelenksdeformation frühzeitig verhindert werden. Mit Erfolg – schließlich ist Tommy ein leidenschaftlicher Fußballer.

Der Film will Eltern anregen, die Untersuchungstermine für ihr Kind zu nutzen. Mögliche Entwicklungsstörungen werden auf diese Weise früh erkannt, und das Gespräch mit dem Kinderarzt nimmt die Unsicherheit, die Mütter und Väter gelegentlich empfinden, wenn es um die Gesundheit der Kleinen geht. Durch die Untersuchungen erhält man die Gewißheit, daß sich Kinder gut entwickeln und bei Entwicklungsstörungen alles für eine frühzeitige Behandlung getan werden kann.



Tommy ist mit seiner Mutter Katja beim Kinderarzt. Im Wartezimmer treffen sie eine junge Frau mit ihrer kleinen Tochter Lara. Tommy möchte wissen, wie Laras Mutter überhaupt wissen kann, was dem Baby fehlt.



Die junge Frau erklärt, daß sie mit Lara regelmäßig zu den Früherkennungsuntersuchungen für Kinder geht. So kann der Kinderarzt feststellen, ob sich das Kind gesund entwickelt, und mögliche Störungen frühzeitig erkennen und behandeln.



Die Arzthelferin ruft Lara und ihre Mutter ins Sprechzimmer. Die Mutter gibt vorher das gelbe Behandlungsheft ab, in das alle Untersuchungsergebnisse eingetragen werden.



Heute ist die vierte Untersuchung (U 4) an der Reihe. Der Arzt prüft unter anderem Laras Seh- und Hörvermögen. Laras Mutter ist besorgt, daß ihre Tochter schielen könnte, aber der Arzt kann sie beruhigen: Er sieht keine Anhaltspunkte dafür, will aber bei den nächsten Untersuchungen besonders darauf achten.



Währenddessen wird Tommy von der Oma abgeholt. Sie erklärt dem Jungen, daß es insgesamt neun Untersuchungen für Kinder gibt und er an allen teilgenommen hat. So konnte eine Fehlstellung der Hüften frühzeitig erkannt und behandelt werden.



Von weitem hören Oma und Tommy ein Baby weinen. Es ist Lara, die mit ihrer Mutter gerade von der Arztpraxis kommt. Tommy fragt, was der Kleinen fehlt - und Laras Mutter gibt lächelnd die Antwort: Jetzt hat Lara Hunger.

Ja, natürlich kann es auch ganz normale Ursachen haben, wenn Kinder mal schreien - zum Beispiel Hunger oder Müdigkeit. Doch wie Tommy schon ganz richtig bemerkt hat: Die Kleinsten können noch nicht sagen, was ihnen weh tut. Und auch wenn Sie annehmen, Ihr Kind sei rundherum gesund: Die neun Vorsorgeuntersuchungen im Baby- und Vorschulalter sollten Sie unbedingt wahrnehmen. Denn gerade diese Lebensjahre sind besonders wichtig für die geistige, körperliche und seelische Entwicklung - hier werden die Weichen für das Erwachsenenalter gestellt.

Selbstverständlich gibt es auch bei der normalen, ungestörten Entwicklung vielfältige Unterschiede. Die Untersuchung beim Kinderarzt gibt Ihnen am besten Gewißheit darüber, ob sich Ihr Kind gesund entwickelt. Und - wenn es mal Störungen gibt, dann kann entsprechende Hilfe frühzeitig einsetzen. Die Kosten übernimmt die Krankenkasse. Der Aufwand für eine solche Untersuchung ist vergleichsweise gering. Nehmen Sie sie also wahr, damit Sie sicher sein können, für die Gesundheit Ihres Kindes auch wirklich das Beste zu tun.

Eine Übersicht über die Vorsorgeuntersuchungen bietet Ihnen dieser Gesundheitskalender. Hier wird genau gezeigt und erklärt, welche Untersuchungen im einzelnen durchgeführt werden und wie Sie sich als Eltern darauf vorbereiten können. Der Kalender kann zusammen mit weiteren Broschüren angefordert werden bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung in 51 101 Köln.

Also dann - Auf Wiedersehen!

Jodmangel vorbeugen



Rund 200 Mikrogramm Jod sollte man täglich zu sich nehmen, damit die Schilddrüse durch eine ausreichende Bildung von Schilddrüsenhormonen die Stoffwechselfvorgänge im Körper steuern kann. In unseren Lebensmitteln ist jedoch von Natur aus nicht genug Jod enthalten. Menschen, die über lange Zeit zu wenig Jod zu sich nehmen, begünstigen Schilddrüsenerkrankungen, zum Beispiel die Bildung eines Kropfes. Wer öfters Fisch ißt, beim Kauf von Backwaren, Wurst, Käse und Fertiggerichten darauf achtet, daß sie mit jodiertem Salz hergestellt wurden, und wenn schon Salz, dann jodiertes Salz verwendet, beugt Jodmangelerscheinungen vor.

Eine alltägliche Szene in der Bäckerei zeigt, daß viele Menschen nicht wissen, wie wichtig Jod für ihr körperliches Wohlbefinden ist. Die zunächst skeptische Kundin läßt sich überzeugen, nachdem sie das mit jodiertem Salz angereicherte Brot probiert hat. Die ernährungsbewußte Oma und der kleine „Schlaumeier“ klären auf, warum der Körper Jod so nötig braucht.

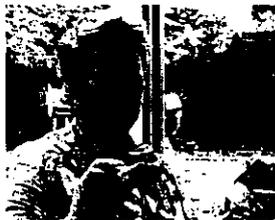
Der Film will die Zuschauer anregen, mit Jodsalz hergestellte Lebensmittelprodukte zu bevorzugen, um sich selbst und die Familie vor Schilddrüsenerkrankungen zu schützen. Er zeigt, wie ein Jodmangel durch bewußte Ernährung vermeidbar ist.



Tommy geht mit seiner Oma einkaufen. Auf dem Weg treffen sie Frau Bechthold, die gerade im Garten arbeitet. Die Nachbarin wirkt müde und abgespannt. Ob eine Schilddrüsenunterfunktion durch Jodmangel dahintersteckt? Sie bittet Tommy und die Oma, ihr ein Brot vom Bäcker mitzubringen.



In der Bäckerei: Ein kleiner „Schlaumeier“ verlangt Brötchen, die mit Jodsalz hergestellt sind. Die Bäckerin erklärt ihm, daß in ihrem Laden alle Backwaren mit jodiertem Speisesalz produziert werden.



Eine ältere Kundin ist skeptisch: Jod im Brot? Das ist doch etwas für Wellensittiche! Als die Bäckerin ihr ein Stück Brot zum Probieren reicht, stellt sie fest, daß es gar nicht anders schmeckt als Brot, das mit nicht-jodiertem Speisesalz hergestellt wird.



Auch Tommy läßt sich ein Stück Brot schmecken. Der „Schlaumeier“ erläutert der älteren Dame, warum man über Lebensmittel den Jodbedarf des Körpers nicht decken kann: Jod wurde im Laufe der Eiszeiten aus dem Boden geschwemmt.



Die Bäckerei füllt sich mit immer mehr Kunden. Derweil erklären die Oma und der kleine „Schlaumeier“ den Umstehenden, warum die menschliche Schilddrüse regelmäßig Jod in kleinen Mengen braucht und daß eine ausreichende Jodversorgung Gesundheitsstörungen, wie z.B. dem Kropf, vorbeugt. Neu hinzukommende Kunden wundern sich: Warum redet man in einer Bäckerei über Jod?



Die Bäckerin erklärt, wie wichtig es ist, beim Einkaufen auf Lebensmittel zu achten, die mit Jodsalz hergestellt wurden. Die Kunden stellen fest, daß bei verpackten Lebensmitteln wie Wurst, Käse etc. Jodsalz als Inhaltsstoff oftmals auch ausgewiesen ist.



Oma und Tommy bringen der Nachbarin das Brot vorbei. Der Junge erklärt Frau Bechthold, daß es ihrer Schilddrüse wieder besser gehen wird, wenn sie davon gegessen hat, und empfiehlt ihr, das Brot doch zu probieren: Vielleicht fühlt sie sich dann nicht mehr so abgespannt.

Sie kennen vielleicht schon das Problem, auf das der Film aufmerksam macht: Die Bundesrepublik ein Jodmangelgebiet! Dabei braucht der Körper für einen gesunden Stoffwechsel dringend Jod als Spurenelement.

Chronischer Jodmangel kann zu Schilddrüsenerkrankungen führen, z.B. zu einem Kropf. Besonders Kinder benötigen ausreichend Jod. Ein erhöhter Bedarf besteht auch bei schwangeren Frauen, denn ein Mangel an Jod kann das Neugeborene schädigen. Zum Glück ist es recht einfach, hier Abhilfe zu schaffen. Seefische tragen zwar zur Jodversorgung bei, dennoch kann die Natur allein den Jodbedarf nicht ausreichend decken. Das Entscheidende ist: Achten Sie beim Kauf von Lebensmitteln darauf, daß sie mit Jodsalz hergestellt sind - den entsprechenden Hinweis finden Sie auf der Packung. Geschmacklich gibt es keinen Unterschied zum „normalen“ Salz. Erkundigen Sie sich auch, ob z.B. in Ihrer Kantine jodiertes Speisesalz verwendet wird. Hier wie im Haushalt gilt: Wenn Salz, dann Jodsalz. Sie können dann das gute Gefühl haben, mit ganz wenig Aufwand viel für Ihre Gesundheit getan zu haben.

Wenn Sie weitere Informationen oder Anregungen wünschen, dann sprechen Sie vor Ort Ihre Ernährungsberatungsstelle oder die Krankenkasse an.

Als Informationsmaterial können Sie dazu diesen Sonderdruck und diese Broschüren anfordern beim Arbeitskreis Jodmangel, Postfach 1541 in 64505 Groß-Gerau.

Also dann - Auf Wiedersehen!





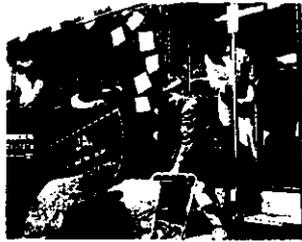
Mumps, Masern oder Röteln werden oft als harmlose „Kinderkrankheiten“ angesehen. Viele Eltern wissen jedoch nicht, daß diese Infektionen zu schweren Komplikationen mit bleibenden körperlichen und/oder geistigen Schäden führen können. Impfungen schützen die Kinder und ermöglichen ihnen eine gesunde Entwicklung.



Am Beispiel einer verantwortungsvollen Mutter zeigt der Film, wie schonend Impfungen Kinder vor gefährlichen Infektionen schützen. Karin geht mit ihrer kleinen Doris trotz beschwerlicher Anfahrtswege regelmäßig zu den Vorsorgeuntersuchungen beim Kinderarzt, um sicher zu sein, daß sich ihr Kind gut entwickelt. Tommy hat die Bedeutung des Impfens schon erkannt und erklärt Klein-Doris, warum die Spritze nur halb so schlimm ist. Als er sich beim Spielen verletzt, weiß er, daß ihn die Tetanus-Impfung vor Wundstarrkrampf bewahrt. Die Oma, Symbolfigur für bewußtes Leben, lobt ihn dafür.



Der Film will Eltern motivieren, die empfohlenen Impftermine wahrzunehmen. Die Zuschauer erfahren, wie sie durch Schutzimpfungen ihre Kinder auf unkomplizierte Weise vor gefährlichen Erkrankungen bewahren können.



Karin will mit ihrer Tochter zum Kinderarzt:
Klein-Doris soll geimpft werden. Die Fahrt mit der Straßenbahn ist ganz schön beschwerlich für die junge Mutter...



In der Straßenbahn trifft Karin Katja und deren Sohn Tommy. Die beiden Freundinnen unterhalten sich.



Tommy, Katjas Sohn, „unterhält“ sich derweil mit Doris, die Angst vor der Spritze hat. Aber Tommy ist schon größer und weiß, warum Impfen wichtig ist. Er sagt, Doris sei feige. Schließlich tut der kleine Piekser doch gar nicht so weh. Wenn man aber nicht geimpft ist, kann etwas Schlimmes passieren.



Die Impfung ist überstanden – Klein-Doris strahlt wieder. Die Kinderärztin lobt Karin dafür, daß sie so regelmäßig zum Impfen kommt. Schließlich soll sich das Baby auch weiterhin so gut entwickeln wie bisher.



Tommy hat sich beim Spielen verletzt. Er weiß aber, daß das nicht gefährlich ist, denn er ist gegen Tetanus geimpft. Die Oma lobt ihren „weisen Indianer“. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung will mit dem Film auf die Bedeutung von Schutzimpfungen aufmerksam machen.

Ein sicheres Gefühl, wenn man vorgesorgt hat, so wie Tommy im Film, finden Sie nicht auch?

Vorsorge heißt aber auch, gegen Infektionskrankheiten wie Diphtherie, Tetanus oder Polio durch Impfungen vorzubeugen. Zu einer solchen Vorsorge gehören darüber hinaus auch Impfungen gegen Kinderkrankheiten wie Masern oder Mumps, die zwar oft harmlos verlaufen, aber eben manchmal auch zu schweren Komplikationen führen. Eltern, die ihre Kinder nicht impfen lassen, setzen sie einem erhöhten Risiko aus.

Im Rahmen der Vorsorgeuntersuchungen erinnert der Kinderarzt an die ersten Impfungen und führt sie auf Wunsch durch. Später müssen die Eltern selbst an die Termine denken. Und das ist gar nicht so schwer, wie Sie vielleicht meinen.

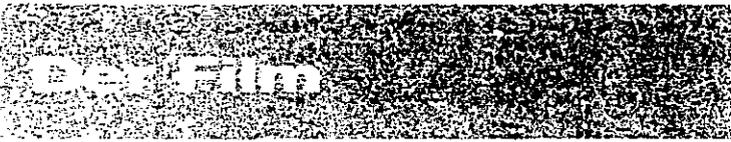
Dieser Impfkalender (einblenden Kalender und Adresse BZgA) zeigt Ihnen genau, wann welche Impfungen anstehen. Hier werden auch die einzelnen Krankheiten, gegen die geimpft wird, noch einmal ausführlich erläutert. Sie können ihn bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung in 51101 Köln anfordern. Direkter Ansprechpartner für das Impfen ist natürlich Ihr Haus- oder Kinderarzt.

In Deutschland gibt es übrigens keine Impfpflicht, sondern nur Empfehlungen des Bundesgesundheitsamtes. Jeder muß selbst Verantwortung übernehmen für sich und seine Kinder. Denken Sie also bitte daran, durch Impfungen vorzusorgen, denn es ist ein gutes Gefühl, etwas für die künftige Gesundheit – die der Kinder und die eigene – zu tun.

Also dann – Auf Wiedersehen!



Organspende





Viele kranke Menschen stehen auf den Wartelisten für eine Organtransplantation. Aber immer noch sind zuwenig Gesunde bereit, im eigenen Todesfall Organe zu spenden. Für viele Menschen bedeutet jedoch ein Spenderorgan die letzte Hoffnung auf ein normales, gesundes Leben. Der Film greift diese Problematik auf.



Eingebettet in eine ganz normale Alltagssituation, zeigt der Film am Beispiel einer jungen Frau, wie eine Organtransplantation einem Menschen zu einer neuen Lebensqualität verhelfen kann: Amelie hat sich gerade mit Tommys Onkel verlobt. Anhand ihres eigenen Schicksals als Nierenkranke erklärt sie dem kleinen Jungen, wie ihr Leben vor der rettenden Organverpflanzung aussah und wie sehr es sich seither verändert hat. Tommys Onkel und die Oma zeigen mit ihrer Spendebereitschaft, daß sie kranken Menschen aktiv helfen wollen.



Gesunde Menschen sollen für die Problematik der Organspende sensibilisiert werden. Sie erfahren, wie das Leben schwerkranker Menschen verläuft, wenn sie kein geeignetes Spenderorgan finden. Durch die positive Lebenseinstellung und die Dankbarkeit der jungen Frau für ihr neues Leben weist der Film auf den mitmenschlichen Aspekt der Organspende hin.



Das ist Tommy. Er ist sieben Jahre alt und will seinen Onkel in der Kfz-Werkstatt besuchen. Nirgends ist er aufzufinden. Tommy entdeckt ihn schließlich doch noch hinter der Ladentheke. Aber der Onkel ist gerade beschäftigt...



Der Onkel stellt Tommy seine zukünftige Frau vor. Sie heißt Amelie. Die beiden sind glücklich: Eben gerade haben sie sich verlobt.



Auf dem Tisch findet Tommy einen orangefarbenen Ausweis. Er liest: „Organspender“ und möchte wissen, was das bedeutet. Amelie erklärt es Tommy: Organspender sind Menschen, die nach ihrem Tod ihre Organe an kranke Menschen weitergeben. Sie selbst verdankt einem unbekanntem Organspender ein neues Leben.



Beim Kochen erzählt Amelie dem Jungen ihre Lebensgeschichte. Früher war sie schwer krank und von einem Dialysegerät abhängig. Sie durfte sich nur wenig belasten und kaum etwas trinken. Doch seit ihr eine gesunde Niere übertragen wurde, kann sie endlich wieder ein ganz normales Leben führen.



Die Oma ist zum Essen eingeladen. Heute lernt sie auch die Verlobte ihres Sohnes kennen. Tommy erzählt der Oma vom Organspenderausweis des Onkels.



Die Oma versteht die Beweggründe ihres Sohnes und zeigt Anerkennung für seine Hilfsbereitschaft. Mit diesem Film will die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung dem Zuschauer die Organspende-Thematik nahe bringen.



Tommys Onkel hat sich für den Organspenderausweis entschieden, weil er die persönliche Erfahrung mit seiner Verlobten gemacht hat. Grundsätzlich kommen alle gesunden Menschen als Organspender in Frage.

Allein bei uns in Deutschland sind über 7.800 Patienten – darunter viele Jugendliche und Kinder – durch den Ausfall ihrer Organe schwer krank. Und sie alle hoffen, einmal mit einem fremden Spenderorgan selbständig weiterleben zu können.

Vielleicht werden Sie jetzt fragen:

Was geht mich das an? Ich bin ja gesund!

Nun, ich möchte Ihnen etwas zeigen -

(zeigt den angefertigten Spenderausweis; evtl. Vollbild).

Das ist hier mein Organspenderausweis.

Wer einen solchen Ausweis bei sich trägt, zeigt damit, daß er nach seinem Tod bereit ist, Organe seines Körpers, z.B. die Nieren oder das Herz, einem Lebenden zu spenden.

Sie finden es vielleicht unangenehm, darüber nachzudenken? Das ist verständlich. Aber überlegen Sie mal: Vielleicht sind Sie selbst oder ein Angehöriger eines Tages auf ein fremdes Organ angewiesen. Wünschen Sie sich dann nicht auch einen Organspender?

Übrigens: Diesen Spenderausweis und die Broschüre „Antworten auf Ihre Fragen“ bekommen Sie kostenlos beim Arbeitskreis Organspende in Neulsenburg, Telefon 061 02-Durchwahl: 3590 (Broschüre und Adresse einblenden). Nach dem Spenderausweis können Sie auch bei Ihrer Krankenkasse fragen.

Also dann – Auf Wiedersehen!

**Check
ab 35**



Falsche Ernährung, zu wenig Bewegung, Umwelteinflüsse oder Streß – der Körper ist vielfältigen Belastungen ausgesetzt. Wird er überfordert, können Krankheiten eine mögliche Folge sein, wie zum Beispiel Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Wie stark jeder einzelne gefährdet ist, kann der Arzt oft schon feststellen, bevor eine Erkrankung besteht. Männer und Frauen ab dem vollendeten 35. Lebensjahr sollten deshalb – auch wenn sie keine gesundheitlichen Beschwerden verspüren – regelmäßig an der Gesundheitsuntersuchung teilnehmen, auf die sie als Versicherte der gesetzlichen Krankenkassen alle zwei Jahre Anspruch haben. Die Untersuchung zielt besonders auf die Früherkennung von Herz-Kreislauf- und Nierenerkrankungen sowie des Diabetes mellitus (Zuckerkrankheit) und relevanter Risikofaktoren ab.

Tommys Onkel Herbert zeigt im Film, daß er verantwortungsvoll mit seinem Körper umgeht: Obwohl er auf dem Trimpfad mühelos mit Tommy mithalten kann und keine Beschwerden hat, nimmt er regelmäßig an der Gesundheitsuntersuchung teil. Auch die Oma weiß: Wer sich ab 35 alle zwei Jahre „durchchecken“ läßt, baut vor.

Der Film will die Zuschauer anregen, ab dem vollendeten 35. Lebensjahr die Gesundheitsuntersuchung wahrzunehmen. Die Kosten werden von den gesetzlichen Krankenkassen für ihre Versicherten getragen. Denn wer alle zwei Jahre beim Arzt einen „Check“ vornehmen läßt, verschafft sich einen Überblick über seine eigene aktuelle gesundheitliche Situation und kann dann gegen bestehende Risikofaktoren etwas tun, bevor eine Erkrankung entstehen kann.



Tommy und sein Onkel Herbert gehen regelmäßig zusammen auf den Trimm-Dich-Pfad. Am Reck macht Onkel Herbert zwar noch keine gute Figur, aber sonst ist er gut in Form.



Die junge Frau, die sich über Herberts Reckkunststücke amüsiert hat, folgt den beiden beim anschließenden Waldlauf. Nicht nur Tommy findet sie gleich sympathisch...



Herbert kann beim nächsten Mal erst später zur Trimmstunde kommen, weil er einen Arzttermin hat. Der Onkel verspürt zwar keine Beschwerden, möchte aber wissen, ob mit seinem Körper alles in Ordnung ist. Deshalb nimmt er alle zwei Jahre an der Gesundheitsuntersuchung zur Früherkennung teil.



Der Arzt weist Onkel Herbert darauf hin, daß sein Gewicht noch zu hoch ist. Er kann ihm aber bestätigen, daß die Blutwerte bereits besser geworden sind. Der Arzt empfiehlt weiterhin den Fettverzehr einzuschränken und langfristig eine Ernährungsumstellung vorzunehmen.



Er erklärt Onkel Herbert, daß die regelmäßige Teilnahme an der Gesundheitsuntersuchung die Möglichkeit schafft, eventuelle Risikofaktoren aufzuspüren, damit z.B. Herz-Kreislauf- und Nierenerkrankungen frühzeitig vorgebeugt werden kann.



Die junge Frau hat ebenfalls an der Gesundheitsuntersuchung teilgenommen. Beim Sport erzählt sie Tommy und Onkel Herbert, daß der Arzt ihr mehr Bewegung empfohlen hat. Die beiden freuen sich: Zukünftig wollen sie immer gemeinsam das Trimm-Programm angehen.

Vorbeugen ist besser als heilen - ein altbekanntes Sprichwort, das nichts von seiner Wahrheit verloren hat. Gerade ernstere Erkrankungen haben oft eine lange "Vorlaufzeit", also eine Phase, in der noch keine eigentliche Erkrankung besteht, in der man aber auch keine Beschwerden hat. Und doch kann der Arzt unter Umständen schon zu diesem Zeitpunkt ein vorhandenes Risiko erkennen.

Genau das ist die Hauptaufgabe der Gesundheitsuntersuchung - oder des "Check-up", wie viele sagen: Bestehende Risiken früh zu erkennen und sie zu mildern, damit es möglichst gar nicht erst zur Erkrankung kommt.

Den Gesundheits-Check-up nimmt Ihr Hausarzt vor. Er wird Sie untersuchen und beraten - dabei geht es um die Früherkennung von Diabetes, Nieren- und Herz-Kreislauf-Erkrankungen.

Keine Sorge, dieser Check-up ist nicht mit viel Aufwand verbunden. Und die Kosten übernimmt die Krankenkasse für alle Männer und Frauen ab dem 35. Geburtstag. Also ich werde diese Chance auf jeden Fall nutzen.

Und wenn Sie eine Eselsbrücke brauchen, um sich zu merken, wie oft Sie zum Gesundheits-Check-up gehen sollten: Alle zwei Jahre, genauso wie zum TÜV. Mal ehrlich: Für den TÜV nehmen Sie sich Zeit - und für die Gesundheitsuntersuchung? Machen Sie mit! Durch den regelmäßigen Check-up können Sie mit wenig Aufwand sicher sein, etwas Gutes für Ihre Gesundheit zu tun.

Informationen über die Gesundheitsuntersuchungen erhalten Sie bei Ihrem Hausarzt oder bei den Krankenkassen.

Also dann - Auf Wiedersehen !

**Krebs-
früherkennung
nutzen**

BZgA

**Bewußt
leben**

Der Film



Das Thema

Krebserkrankungen sind die zweithäufigste Todesursache in der Bundesrepublik Deutschland. Bei frühzeitiger Entdeckung könnten die Heilungschancen deutlich besser sein und es könnten schonendere Behandlungsmethoden angewendet werden. Viele Frauen scheuen den Gang zur Untersuchung. Regelmäßig an Früherkennunguntersuchungen teilzunehmen bedeutet, sich einen Überblick über die eigene aktuelle gesundheitliche Situation zu verschaffen.

Der Film

Der Film wählt den Zugang zum Thema über die Angst: Katja findet immer wieder einen Vorwand, um ihren Arzttermin zur Krebsfrüherkennung zu verschieben. Damit geht sie, wie der Zirkusclown auf dem Hochseil, ein gesundheitliches Risiko ein. Ihr Sohn Tommy, ihre Freundin Beate und die Oma bringen Katja schließlich doch dazu, ihren Untersuchungstermin wahrzunehmen.

Die Früherkennung

Der Film zeigt, wie wichtig die Krebsfrüherkennung für die Erhaltung der eigenen Gesundheit ist. Er will die Frauen motivieren, regelmäßig zu Früherkennungsuntersuchungen zu gehen. Denn wenn Erkrankungen frühzeitig erkannt werden, erhöht sich die Heilungschance deutlich.



Katja hat schlecht geschlafen. Heute ist sie zur Krebsfrüherkennungsuntersuchung angemeldet. Aber sie hat Angst und verschiebt den Termin – zum dritten Mal.



Katja erinnert sich, daß sie ihrer Freundin Beate gestern noch versprochen hat, mit ihr zusammen den Krebsfrüherkennungstermin wahrzunehmen. Sie verdrängt den Gedanken und geht mit Sohn Tommy und der Oma in den Zirkus.



Der seiltanzende Clown hat es Tommy besonders angetan. Katja erklärt Tommy, daß der Clown keine Angst hat – denn er hat die Nummer schon oft geübt und ist außerdem mit dem Seil gesichert. Auf die Frage, wie sie selbst mit Angst umgeht, weiß sie nichts Rechtes zu antworten.



Die Oma entlarvt Katjas eigene Ängste: Früherkennungsuntersuchungen nicht wahrzunehmen ist genauso wie ein Seiltanz ohne Sicherheitsleine.



Katjas Freundin Beate akzeptiert nicht, daß Katja den Termin schon wieder abgesagt hat. Deshalb holt sie sie am Zirkus ab.



Katja erkennt, daß Davonlaufen keine Lösung ist und geht doch noch zur Untersuchung. Mit diesem Film zeigt die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, wie wichtig es ist, regelmäßig an Krebsfrüherkennungsuntersuchungen teilzunehmen.



Ein Thema für Frauen:

Sie kennen das: Dinge, die man nicht gerne tut, schiebt man oft lange vor sich her. Das gilt ganz bestimmt auch für die Krebsfrüherkennungsuntersuchungen; so wie Katja im Film reagieren viele Frauen. Nicht nur, daß es lästig ist, viele Menschen haben einfach Angst, der Arzt könne einem womöglich die Diagnose stellen, man sei unheilbar krank.

Doch die meisten Frauen, die an der Früherkennung teilnehmen, machen die Erfahrung, daß die untersuchten Organe völlig in Ordnung sind. Und sollte doch eine mögliche Veränderung vorliegen, bestehen bei frühzeitiger Erkennung deutlich größere Heilungschancen.

Sie nehmen wenig Zeit in Anspruch und sind schmerzfrei. Jede Frau ab dem 20. Lebensjahr hat Anspruch darauf, und zwar einmal im Jahr. Die Kosten werden von Ihrer gesetzlichen Krankenkasse übernommen.

Und falls Sie noch nicht den rechten Mut haben, gehen Sie doch zu zweit, mit einer Freundin zum Beispiel, zur Früherkennung. Es ist ein gutes Gefühl, gemeinsam etwas für die Gesundheit getan zu haben. Leisten Sie sich dieses Gefühl einmal im Jahr.

Ihre Fragen dazu beantwortet der „Krebs-Informations-Dienst“ beim Deutschen Krebsforschungszentrum in Heidelberg unter der Telefonnummer 06221-410121. Die Broschüre der BZgA "Bewußter Leben" gibt Ihnen weitere Informationen. Sie kann bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, 51101 Köln angefordert werden. Die Deutsche Krebshilfe bietet ebenfalls Information und Beratung sowie diese beiden Broschüren an. Hier wählen Sie: 0228 für Bonn, Durchwahl 729900.

Also dann – Auf Wiedersehen!

BZgA

**Bewußt
leben**

**Für Kinder
da sein**

Der Film



Das Thema

Alkohol, Zigaretten, Haschisch – viele Eltern haben Angst davor, daß ihre Kinder einmal in Drogenabhängigkeit geraten könnten. Aber sie können schon in der Kindheit und im frühen Jugendalter einer Suchtgefährdung vorbeugen. Denn Kinder und Jugendliche, die zu Hause Sicherheit und Geborgenheit erfahren, bewältigen die Konflikte und Schwierigkeiten beim Erwachsenwerden leichter.

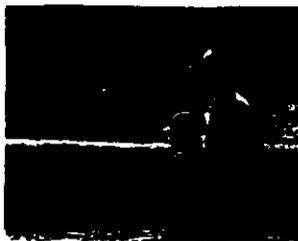
Der Film

Am Beispiel des kleinen Mark wird deutlich, wie wichtig die liebevolle Auseinandersetzung mit den Eltern für Kinder und Jugendliche ist. Der stille Junge leidet unter den beschränkten Freiräumen und sehnt sich nach Spielkameraden und elterlicher Zuwendung. Durch das Gespräch mit der Oma wird Marks Vater bewußt, daß die Grundsteine für Drogenabhängigkeit schon früh gelegt werden. Er nimmt sich jetzt Zeit für seinen Sohn.

Die Botschaft

Der Film will Erwachsene für die Sehnsüchte und Bedürfnisse ihrer Kinder sensibilisieren. Die Zuschauer sehen, daß Eltern durch Beschäftigung mit den Heranwachsenden viel zu deren Persönlichkeitsstärkung beitragen können. Denn psychisch starke Kinder brauchen keine Drogen, um ihr Leben zu meistern.

Das Storyboard



Der siebenjährige Tommy ist traurig. Seinem Klassenkameraden Mark geht es schlecht. Er erzählt der Oma beim Spaziergang von Mark ...



Mark möchte so gerne Fußballspielen. Aber in dem Mietshaus, in dem er mit seinen Eltern wohnt, ist kein Platz zum Toben, und Spielkameraden findet er nicht.



Auch der Vater hat keine Zeit für seinen Sohn. Er ist nach der Arbeit müde und möchte sich lieber ausruhen.



Im Treppenhaus ist Spielen verboten. Die Nachbarn schimpfen, als Marks Ball die Treppe herunterrollt und einen Putzeimer umwirft. Schließlich fliegt der Ball auch noch in eine Fensterscheibe.



Die Oma redet mit Marks Vater. Sie erklärt ihm, daß Eltern für Kinder da sein sollen, damit die Kinder nicht Zuflucht in Suchtmitteln suchen.



Marks Vater hat sich Omas Worte zu Herzen genommen. Er nimmt sich Zeit für Mark und entdeckt, wieviel Spaß es macht, mit ihm herumzutoben. Mit diesem Film will die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung Eltern zur liebevollen Auseinandersetzung mit den eigenen Kindern anregen.



„Nie hat einer Zeit!“

Das dachte auch Tommys Freund Mark, als er wieder einmal vergeblich mit seinem Vater spielen wollte.

Könnte Ihr Kind das vielleicht auch sagen?

„Alles halb so schlimm,“ meinen Sie, „Kinder müssen auch mal alleine klar kommen!“

Andererseits aber sorgen Sie sich vielleicht auch:

„Gebe ich meinem Kind alles für eine gesunde Persönlichkeitsentwicklung?“

Kinder und Jugendliche, die sich allein gelassen fühlen und mit Schwierigkeiten nicht fertig werden, sind stärker suchtfährdet: Zigaretten, Alkohol, so beginnt oft die Flucht aus dem Alltag. Eltern, Verwandte, Nachbarn und Lehrer aber können entscheidend dazu beitragen, daß junge Menschen ihr Leben in den Griff bekommen.

Helfen Sie jungen Menschen, Probleme selbst zu meistern. Lernen Sie die Wünsche von Kindern und Jugendlichen verstehen - meistens sind es nicht die großen Geschenke, sondern Alltagsdinge, bei denen Sie mit Rat und Ermutigung helfen können.

Nehmen Sie sich Zeit dafür.

Helfen Sie mit, daß aus Kindern starke Persönlichkeiten werden.

Wenn Sie darüber einmal sprechen möchten, dann wenden Sie sich an die Erziehungsberatungsstellen oder Elternvereine an Ihrem Wohnort. Oder rufen Sie an beim Informationstelefon zur Suchtvorbeugung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung in Köln unter der Telefonnummer 0221-892031 (wird eingeblendet). Bei dieser Adresse in 51101 Köln können Sie auch diese Broschürenreihe für Eltern anfordern (Zeigen der Elternbroschüre, darüber Einblender der Bezugsadresse).

Wir können viel dafür tun, daß Kinder nicht süchtig werden.

Also dann - Auf Wiedersehen!

BZgA

**Bewußt
leben**

Nimm Dir Zeit

Der Film

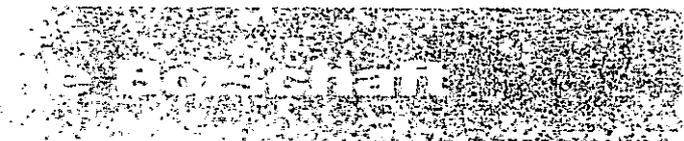




Sport, Kultur, Geselligkeit – viele Menschen muten sich in der Freizeit zu viele Aktivitäten zu. Die Folge ist zusätzlicher Streß, der das Wohlbefinden beeinträchtigt und auf Dauer Krankheiten wie Herz-Kreislauf-Störungen begünstigen kann. Der Film zeigt, wie sich selbsterzeugter Freizeitstreß vermeiden läßt.



Selbst Freizeit kann zum Streßfaktor werden. Das beweisen Tommys Eltern im Film. Aus der Hektik vor dem Theaterbesuch entsteht so eine ganze Kette von Mißgeschicken. Oma zeigt, daß Gelassenheit der einzige Weg ist, um auch in Streßsituationen einen kühlen Kopf zu bewahren. Schließlich findet Katja, Tommys Mutter, doch noch rechtzeitig einen Ausweg aus dem Freizeitstreß. Statt Oper gibt es gemütliches Beisammensein – zur Freude der ganzen Familie.



Viele Menschen fühlen sich im stressigen Alltagstrott mit seinen gesellschaftlichen Zwängen gefangen. Der Film weist auf Möglichkeiten hin, das eigene Leben zu überdenken und vor allem den selbstgeschaffenen Streß abzubauen. Durch Katjas spontane Entscheidung werden die Zuschauer angeregt, sich Zeit für Entspannung zu nehmen.

on/beara



Katja ist im Streß: Sie hat einen anstrengenden Tag gehabt, und jetzt will sie auch noch mit ihrem Mann in die Oper. Sie hat nur wenig Zeit, um sich „ausgehfein“ zu machen.



In einer halben Stunde fängt die Vorstellung an. Frank ist noch die Ruhe selbst – bis er feststellt, daß er die Karten verlegt hat.



Nun gerät auch Frank langsam aus der Fassung. Nirgends kann er die Karten finden – und jetzt ist nur noch eine Viertelstunde Zeit. Oma und Tommy spielen Mensch-ärgere-Dich-nicht.



Mittlerweile ist auch Oma und Tommy die Hektik der Eltern zuviel geworden: Sie haben sich im Treppenhaus niedergelassen. Die Stimmung wird immer gereizter. Und ausgerechnet jetzt klingelt auch noch das Telefon.



Tommy versteht nicht, warum seine Eltern so hektisch herumlaufen. Oma erzählt ihrem staunenden Enkel, daß auch Freizeit Streß sein kann – wenn man sich nicht genug Zeit für sich selbst nimmt.



Katja reicht's: Sie schlägt dem erstaunten Frank vor, zu Hause zu bleiben. So wird aus dem Opernbesuch ein entspannter Familienabend. Mit diesem Film will die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung Menschen motivieren, sich Zeit für die Dinge zu nehmen, die – abgestimmt auf ihre individuellen Bedürfnisse – wirklich Entspannung bringen.

Die Moderation

Ganz schön hektisch ging es da ja anfangs in der Familie von Tommy zu...

Vielleicht kennen Sie ja auch solche Beispiele von „selbstgemachtem“ Streß? Dann sollten Sie unbedingt etwas dagegen unternehmen, denn solch ein „negativer Streß“ führt oft nicht nur zu kleinen Pannen, wie bei unserer Filmfamilie. Auf Dauer kann Streß die Gesundheit belasten und z. B. Herz- und Kreislaufschäden mit hervorrufen.

Vielleicht haben Sie ja auch schon einmal über zuviel Hektik im Alltag oder sogar in der Freizeit geklagt. Dann habe ich jetzt für Sie genau das Richtige: Prüfen Sie einfach mal nach, ob Sie zum Beispiel in Ihrer Freizeit wirklich alles das tun müssen, was Sie sich vorgenommen haben. Oft sind Dinge dabei, auf die man leicht verzichten kann.

Verschaffen Sie sich Luft in Ihrem Terminkalender, damit Ihnen Ihre freie Zeit auch wirklich Spaß macht. Sie haben danach außerdem auch noch das gute Gefühl, etwas für Ihre Gesundheit getan zu haben.

Und wenn Sie unter fachlicher Anleitung lernen wollen, sich gesund zu entspannen, gibt es vor Ort häufig viele Angebote. In zahlreichen Städten führen Volkshochschulen, Krankenkassen und Familienbildungsstätten Kurse zu Entspannungstechniken durch. Die Adressen erfahren Sie aus dem örtlichen Telefonbuch oder bei Ihrem Gesundheitsamt.

Also dann – Auf Wiedersehen!

Jugendliche stark machen



Der Einstieg ins Berufsleben bringt für viele Heranwachsende Schwierigkeiten mit sich. Es gilt, Konflikte und Enttäuschungen zu bewältigen. Jugendliche, die sich von der neuen Situation überfordert fühlen, neigen eher dazu, Problemen durch den Griff zu Alkohol, Zigaretten, Medikamenten oder zu illegalen Drogen auszuweichen. Erwachsene können jedoch einiges dafür tun, um Heranwachsende auf ihrem Weg in die Unabhängigkeit zu unterstützen und sie so vor einer Suchtgefährdung zu schützen.

Das Beispiel der Bewerbung um den Traumberuf zeigt, wie schwer der Weg in ein eigenverantwortliches Leben für Jugendliche ist: Claudia sieht nach mehreren Absagen keine Zukunftsperspektive mehr. Ein Gespräch mit Tommys Oma hilft ihr, neue Möglichkeiten und Wege zu entdecken. Sie flüchtet nicht vor ihren Schwierigkeiten, sondern setzt sich aktiv mit ihnen auseinander – und kann so den nächsten Schritt tun zu einer Tätigkeit, die ihren Wünschen entspricht.

Der Film will Eltern und Erwachsene für die Schwierigkeiten Heranwachsender sensibilisieren und sie so anregen, Jugendliche auf dem Weg ins Erwachsenwerden zu unterstützen. Denn junge Menschen, die Konflikte aus eigener Kraft lösen können und eine eigenständige Persönlichkeit entwickeln, greifen nicht zu Drogen.



Tommy macht mit der Oma einen Stadtbummel. Dabei erzählt er ihr von Claudia. Die junge Frau, die so tolle Plakate für das Straßenfest gemacht hat, möchte Dekorateurin werden. Aber bei der Bewerbung gibt es Schwierigkeiten...



Voller Hoffnung hatte sich Claudia um einen Ausbildungsplatz in ihrem Traumberuf beworben. Aber die Unternehmen, bei denen sie sich vorgestellt hat, haben sie als Lehrling abgelehnt, und auch auf dem Arbeitsamt kann man ihr nicht weiterhelfen.



Claudia ist entmutigt: Schon wieder hat sie eine Absage erhalten - und das ist die siebte! Die Oma möchte der jungen Frau helfen und spricht mit ihr.



Die Oma zeigt Claudia, daß es viel mehr Möglichkeiten gibt, ihre Talente beruflich einzusetzen. Claudia erhält dadurch die Anregung, auch über andere Berufsmöglichkeiten außer dem angestrebten Ziel nachzudenken, z.B. in Richtung Bühnenbildnerin. Oma schlägt der jungen Frau als ersten Schritt vor, sich in der nahegelegenen kleinen Boutique um ein Praktikum zu bewerben.



Claudia ist überrascht und schöpft neuen Mut: Diese Ideen helfen ihr und regen sie an, die Berufswahl mit neuen Augen zu sehen. Sie bewirbt sich in der Boutique.



Die junge Frau hat es geschafft: Die Boutique-Inhaberin hat sie für ein Praktikum eingestellt. Glücklicherweise hantiert Claudia, beobachtet von Tommy und Oma, im Schaufenster mit Dekorationsmaterial. Sie ist mit Omis Unterstützung einen Schritt weitergekommen und hat dabei Selbstvertrauen gewonnen.

Anmerkung

Die Situation im Film ist idealtypisch, da hier ein Weg aufgezeigt wird, der unmittelbar zum Erfolg führt.

In der Realität ist die Berufsfindung ein oftmals langwieriger und schwieriger Prozeß, der neben fachlichen Voraussetzungen Ausdauer und Selbständigkeit verlangt und für den Erwerb von Lebenskompetenz von großer Bedeutung ist. Die idealtypische Situation soll hier eine positive Orientierung aufzeigen.

Auch wenn mal nicht alles so nach Plan läuft, sollte man den Kopf nicht hängen lassen, so wie Claudia in unserem Film. Es gibt immer einen Weg. Doch vielen Jugendlichen erscheint das leichter gesagt als getan - denn beim Weg ins Berufsleben sind oftmals große Hürden zu überwinden.

Kinder und Jugendliche müssen lernen, Konflikte zu lösen und eigene Entscheidungen zu treffen. Sie müssen lernen, Schwierigkeiten zu akzeptieren und erfolgreich zu bewältigen. Oft sind es aber auch die ganz alltäglichen Probleme und nicht die großen Tragödien, die Jugendliche zu Alkohol oder illegalen Drogen greifen lassen. Damit so ein Frust nicht zur Sackgasse wird, sollten sich Erwachsene Zeit für Jugendliche nehmen: Ruhig einmal erzählen, wie Sie's geschafft haben, welche Erfahrungen Sie bei der Suche nach einem ausfüllenden Beruf gemacht haben. Suchen Sie gemeinsam nach Alternativen und neuen Ideen. Anregungen dafür kann auch ein Gespräch bei der Berufsberatung beim Arbeitsamt geben oder zum Beispiel ein Gespräch mit Freunden, die von ihrem Arbeitsalltag erzählen.

Aber vor allem: Zeigen Sie Ihren Kindern, daß eine Ablehnung bei einer Bewerbung keine persönliche Niederlage ist. Machen Sie ihnen Mut - Sie wissen ja: Mit Selbstvertrauen läuft alles gleich leichter. Wer Kinder und Jugendliche stark macht, gibt ihnen das wichtigste Startkapital für ein erfülltes Leben. Wir können viel dagegen tun, daß Jugendliche süchtig werden.

Also dann - Auf Wiedersehen!

Erste Hilfe - Einfach handeln



Erste-Hilfe-Kenntnisse können in Notsituationen Leben und Gesundheit retten, doch viele Menschen sind oder fühlen sich unzureichend darin ausgebildet. Wer weiß, was bei Unfällen zu tun ist, kann in Notsituationen das Richtige tun, um Verletzten zu helfen.

Der Film greift eine Notsituation auf, wie sie täglich vorkommen kann: Ein Mann wird plötzlich bewusstlos, und die meisten Umstehenden wissen nicht, wie sie helfen können. Die Oma weiß, daß fundierte Erste-Hilfe-Kenntnisse und ein ruhiges, besonnenes Verhalten in Notfällen lebensrettend sein können. Diese Erkenntnis hat auch der junge Mann: Die erlebte eigene Hilflosigkeit und das aktive Handeln der jungen Frau geben ihm den Anstoß, einen Erste-Hilfe-Kurs zu besuchen.

Die Zuschauer sollen dazu angeregt werden, Erste Hilfe zu lernen oder früher erworbene Kenntnisse aufzufrischen. Im Film erfahren sie, wie wichtig in Notsituationen Erste-Hilfe-Kenntnisse sind, um dem Betroffenen Leben und Gesundheit zu bewahren.



Tommy und Oma sitzen im Café. Vor ihren Augen entwickelt sich gerade ein Flirt:
Ein junger Mann versucht etwas schüchtern, die junge Frau vom Nachbartisch anzusprechen. Obwohl die junge Frau die Kontaktversuche ihres Tischnachbarn bemerkt, läßt sie ihn noch ein wenig zappeln und gibt vor, angeregt in ihrem Buch zu lesen.



Gerade als sich der junge Mann endlich ein Herz fassen will, ist die Frau plötzlich verschwunden. Nur ihr Buch liegt aufgeschlagen auf dem Tisch. Ein Mann, der sich kurz vorher mit dem Kellner gestritten hat und sehr erregt war, stürzt plötzlich zu Boden.



Die umstehenden Passanten wissen nicht, wie sie helfen können. Sie trauen sich nicht, weil sie Angst haben, etwas falsch zu machen. Nur die Oma greift beherzt ein und stellt zunächst einmal fest, daß der Mann bewußtlos ist und keine äußeren Verletzungen hat.



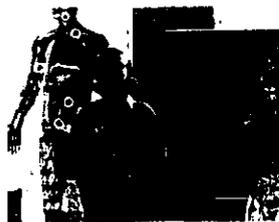
Auf Omas Anweisung ruft der junge Mann telefonisch den Rettungsdienst und gibt dabei Kurzinformationen über die Art des Notfalls und den Ort des Geschehens an. Dabei begegnet er der jungen Frau und berichtet ihr von dem Notfall.



Die junge Frau handelt sofort: Sachkundig kümmert sie sich um den Bewußtlosen und bringt ihn in die stabile Seitenlage. Beim Eintreffen des Notdienstes verschwindet sie in der Menge.



Oma erklärt Tommy: „Um im Notfall richtig handeln zu können, muß man Erste Hilfe gelernt haben. Verschiedene Hilfsorganisationen bieten dazu Kurse an.“



Der junge Mann hat diesen Hinweis aufgegriffen und sich entschlossen, Erste Hilfe zu erlernen. Im Kurs erwartet ihn eine angenehme Überraschung: Die Leiterin entpuppt sich als die junge Frau aus dem Café.



Hand auf's Herz - hätten Sie sofort gewußt, wie dem Kranken zu helfen war? Wir haben zwar alle zum Führerschein einen Lehrgang besucht für Sofortmaßnahmen am Unfallort, aber das ist ja schon einige Zeit her, und vieles hat man einfach vergessen.

Dabei kann sachkundige Erste Hilfe Leben retten. Das beginnt schon bei der Alarmierung des Notarztes oder des Rettungsdienstes, der Feuerwehr oder der Polizei. Gut zu wissen, daß an den meisten öffentlichen Telefonen die Notrufnummern 110 und 112 direkt ohne Münzgeld wählbar sind. Bei Kartentelefonen natürlich auch ohne Karte.

Selbst wenn der Notarzt oder Rettungsdienst sofort alarmiert wird: Bis zum Eintreffen an der Unfallstelle vergeht oft wertvolle Zeit. In diesen entscheidenden Minuten trauen sich viele Menschen nicht zu helfen: Aus Unsicherheit, etwas falsch zu machen. Hier hilft ein Lehrgang in Erster Hilfe bzw. ein Auffrischkurs, den die bekannten Hilfsorganisationen auch in Ihrer Gemeinde regelmäßig anbieten. Es sind dies: Der Arbeitersamariterbund, das Deutsche Rote Kreuz, die Johanniter-Unfallhilfe und der Malteser Hilfsdienst. Die entsprechenden Adressen finden Sie im örtlichen Telefonbuch. Und keine Sorge, daß das zu schwierig ist: Erste Hilfe kann jeder lernen! Und: Der Kurs ist kostenlos.

Übrigens: Die meisten Notfälle ereignen sich gar nicht im Straßenverkehr, sondern im Haushalt oder in der nächsten Nachbarschaft! Mit wenig Aufwand können Sie also sicher sein, das Richtige zu tun, wenn Ihnen selbst oder den Menschen, die Ihnen nahestehen, etwas zustoßen sollte.

Also dann - Auf Wiedersehen!