

KONTEXT UND ZIEL

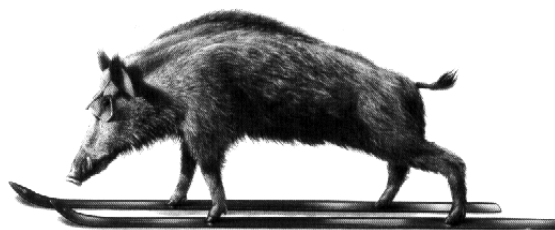
Die Schweizerische Unfallversicherungsanstalt (suva) hat im Jahr 2000 eine Präventionskampagne mit dem Titel „Check the risk“ lanciert. Die Kampagne möchte Unfälle beim Schneesport verhindern und richtet sich an Jugendliche zwischen 16 und 25 Jahren. Interface Politikstudien wurde mit der Teilevaluation dieser Kampagne 2000/2001 beauftragt. Ziel der Evaluation war es, erstens die Konzeption der Kampagne zu beurteilen und zweitens die Verständlichkeit und Akzeptanz der Informationsmittel bei der Zielgruppe qualitativ und quantitativ zu testen.

METHODE

Interface hat im Rahmen des Auftrags drei Arbeitsschritte umgesetzt: Zur Beurteilung der Konzeption der Kampagne wurde erstens ein Workshop mit den Verantwortlichen der suva organisiert. Im zweiten Arbeitsschritt wurde mit zwei Fokusgruppen die Akzeptanz der Werbemittel qualitativ geprüft. In einem dritten Schritt wurden schliesslich drei schriftliche Umfragen durchgeführt, um Akzeptanz und Verständlichkeit der Botschaft quantitativ zu testen.

RESULTATE

Die *Konzeption* der Kampagne ist schlüssig aufgebaut und in weiten Teilen konsequent umgesetzt worden. Schwachstellen bilden der zu kurze Zeithorizont, die fehlende theoretische Fundierung der angepeilten Wirkungen sowie die mangelhafte Auswertung von Outputdaten zur Steuerung der Kampagne. Die *Akzeptanz* der Botschaft ist hoch, ihre Inhalte sind klar verständlich. Insofern ist die Konzeption erfolgreich umgesetzt worden. Die formale *Gestaltung* der Informationsmittel ist nur teilweise befriedigend. Klare Schwachpunkte bilden das Zusammenspiel von Text und Bildern auf Karten und Plakaten sowie die Aufmachung des Videos.



Die gemeine Pisten-Wildsau

Homo primitivus nevis

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Das Projekt wurde von der suva finanziert.

Projektteam: Stefan Rieder, Dr. rer. pol.; Cornelia Furrer, lic. ès sc. pol.; Riccarda Schaller, lic. ès sc. pol.

rieder@interface.politikstudien.ch; Tel.: +41 (0)41 412 07 12; www.interface-politikstudien.ch
