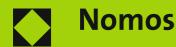


Stehr | Rossmann | Geppert | Lütke Lanfer | Kremer

# "Mensch Opa, du bist noch so fit!"

Entwicklung einer evidenzbasierten Kommunikationsstrategie zur Förderung körperlicher Aktivität bei älteren und hochaltrigen Menschen in Deutschland



https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-6561-4

Gesundheitskommunikation | Health Communication herausgegeben von Prof. Dr. Constanze Rossmann

#### Band 21

Bis Band 13 erschienen unter dem Reihentitel "Medien + Gesundheit", herausgegeben von Prof. Dr. Patrick Rössler.

Paula Stehr | Constanze Rossmann Johanna Geppert | Hanna Lütke Lanfer Tabea Kremer

## "Mensch Opa, du bist noch so fit!"

Entwicklung einer evidenzbasierten Kommunikationsstrategie zur Förderung körperlicher Aktivität bei älteren und hochaltrigen Menschen in Deutschland



Unterstützt durch die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) im Rahmen von "Älter werden in Balance", einem Programm mit finanzieller Unterstützung des Verbandes der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV).

© Titelbild: adam121 - fotolia.com

**Die Deutsche Nationalbibliothek** verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

ISBN 978-3-8487-6561-4 (Print) ISBN 978-3-7489-0678-0 (ePDF)



Onlineversion Nomos eLibrary

#### 1. Auflage 2020

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2020. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

### Inhaltsverzeichnis

Al	bild	ungsverzeichnis	7
Ta	belle	enverzeichnis	9
1	Einleitung		
2	Forschungsstand		
	2.1	Theorie- und evidenzbasierte Planung von Gesundheitskampagnen	15
	2.2	Determinanten körperlicher Aktivität	18
		Ältere und Hochaltrige als spezifische Zielgruppe	25
3	For	schungsleitende Fragestellung	32
4	Empirische Studien		34
	4.1	Qualitative Leitfadeninterviews	34
		4.1.1 Erkenntnisinteresse	34
		4.1.2 Methode	35
		4.1.3 Ergebnisse	41
	4.2	Standardisierte telefonische Befragung	61
		4.2.1 Erkenntnisinteresse	61
		4.2.2 Methode	64
		4.2.3 Ergebnisse	70
		4.2.3.1 Gesamtbevölkerung ab 65 Jahren	71
		4.2.3.2 Vulnerable Zielgruppen	87
5	Kommunikationsstrategie		103
	5.1	Botschaftsinhalte	103
	5.2	Erreichbarkeit der Zielgruppe	107
		5.2.1 Gesamtbevölkerung ab 65 Jahren	107
		5.2.2 Vulnerable Zielgruppen	107
	5.3	Botschaftsgestaltung	109
6	Faz	it	111
Li	terat	urverzeichnis	115

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-6561-4

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Rahmenmodell theorie- und evidenzbasierter Kampagnenplanung	17
Abbildung 2	Forschungsmodell zu den Determinanten körperlicher Aktivität	20
Abbildung 3	Modifiziertes Forschungsmodell zu den Determinanten körperlicher Aktivität	62
Abbildung 4	Motivations-Kontinuum im Rahmen der Selbstbestimmungstheorie	63
Abbildung 5	Ausschnitt des Modells, der mittels Strukturgleichungsmodellierung geprüft wurde	75
Abbildung 6	Pfadmodell der Strukturgleichungsanalyse	77

https://www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-6561-4

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Deskriptive Ergebnisse zu Gesundheit und Bewegung	71
Tabelle 2	Häufigkeit der Alltagsaktivitäten	72
Tabelle 3	Häufigkeit der Arten körperlicher Aktivität	73
Гabelle 4	Präferenz für Orte/Kontexte körperlicher Aktivitäten	73
Tabelle 5	Reliabilität und Konvergenzvalidität der Messmodelle	76
Tabelle 6	Deskriptive Werte der Modellkonstrukte	77
Tabelle 7	Pfadmodell	78
Tabelle 8	Zustimmung zu den Verhaltenskonsequenzen	80
Гabelle 9	Multiple Regression zur Erklärung der Einstellung durch die wahrgenommenen Verhaltenskonsequenzen	80
Tabelle 10	Zustimmung zu den Kontrollvorstellungen	82
Гabelle 11	Multiple Regression zur Erklärung der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle durch die Kontrollvorstellungen	82
Гabelle 12	Deskriptive Ergebnisse zu den normativen Vorstellungen	83
Гabelle 13	Multiple Regression zur Erklärung der subjektiven Norm durch die Bezugsgruppen	84
Tabelle 14	Häufigkeit verschiedener Nutzungsmöglichkeiten im Internet	85
Tabelle 15	Nutzungshäufigkeit von Gesundheitsinformationsquellen	86

### Tabellen verzeichn is

Tabelle 16	Nutzungshäufigkeit von Werbemitteln zum Thema Gesundheit und Bewegung	87
Tabelle 17	Multiple Regression zur Erklärung körperlicher Aktivität durch Personenmerkmale	88
Tabelle 18	Zustimmung der vulnerablen Zielgruppen zu den Verhaltenskonsequenzen	89
Tabelle 19	Multiple Regressionen zur Erklärung der Einstellung der vulnerablen Zielgruppen	90
Tabelle 20	Zustimmung der vulnerablen Zielgruppen zu den Kontrollvorstellungen	91
Гabelle 21	Multiple Regression zur Erklärung der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle der vulnerablen Zielgruppen	92
Tabelle 22	Mediennutzung vulnerabler Zielgruppen	93
Tabelle 23	Gesundheitsinformationsverhalten vulnerabler Zielgruppen	94
Tabelle 24	Alltagsaktivitäten vulnerabler Zielgruppen	95
Tabelle 25	Arten körperlicher Aktivität vulnerabler Zielgruppen	96