



5 am Tag Früchte & Gemüse

Die Schweizer Kampagne zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums der Krebsliga Schweiz, des Bundesamtes für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz und der Schweizerischen Vereinigung für Ernährung

Abschlussbericht 2001: Vorbereitung und Lancierung der Kampagne

Kampagnenleitung, Berichterstattung: Lukas Zemp, „5 am Tag Früchte & Gemüse“-
Kampagnenleitung, Krebsliga Schweiz

Bern, April 2002

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Einleitung	3
2. Management Summary	3
3. Die Kampagne	4
3.1 Ausgangslage	4
3.2 Vorgeschichte	5
3.3 Ziele	5
3.4 Zielgruppen	6
3.5 Strategie	6
3.6 Trägerschaft/Partner/Aufgaben	6
3.7 Organisation	8
4. Lancierung	8
4.1 Partner-Mailings	8
4.2 Informations- und Projektbörse	9
4.3 Internet-Präsenz	9
4.4 Werbemittel	9
4.5 Medienevent/Medienarbeit	9
4.6 Kampagnen-Aktivitäten zur Lancierung	10
5. Auswertung der Kampagne 2001	12
5.1 Allgemeines	12
5.2 SWOT-Analyse	12
5.3 Zusammenarbeit innerhalb der Trägerschaft	14
5.4 Aktivitäten der Strategiegruppe	14
6. Finanz- und Ressourcenmanagement	15
7. Medienmonitoring	16
8. Evaluation	16
9. Ausblick 2002	17
10. Kontaktadressen	19
11. Anhang	20

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



1. Einleitung

Der vorliegende Abschlussbericht „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne 2001: „Vorbereitung und Lancierung“ orientiert über die Konzeption, Planung und Lancierung der Kampagne im Jahr 2001. Gleichzeitig liefert er Informationen zu den geplanten Kampagnenzielen und Kampagnenmassnahmen Jahre 2002.

Der von der Kampagnenleitung erarbeitete Abschlussbericht 2001 wurde Ende März 2002 von der Trägerschaft der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne, der Krebsliga Schweiz, dem Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz und der Schweizerischen Vereinigung für Ernährung, verabschiedet.

Die Mitglieder der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Strategiegruppe (siehe Anhang 9 „Adressverzeichnis“ der Strategiegruppe „5 am Tag Früchte & Gemüse“: Stand vom 28. Februar 2002), die externen Evaluatorinnen und Evaluatoren sowie die Mitglieder der Fachkommission „Darmkrebs“ der Krebsliga erhalten eine Kopie dieses Berichtes. Ein Exemplar geht an den Geschäftsführer der Krebsliga Schweiz. Die Abgabe des Abschlussberichtes an potenzielle Sponsoring-Partner und/oder an interessierte Institutionen ist bei Bedarf ebenfalls vorgesehen.

2. Management Summary

Die Krebsliga Schweiz, das Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz und die Schweizerische Vereinigung für Ernährung starteten am Montag, 5. November 2001, mit verschiedenen Partnern aus Industrie, Handel und Verbänden zusammen die erste Schweizer Kampagne zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums: „5 am Tag Früchte & Gemüse“. Eine vorgängig zur Kampagne durchgeführte Interventionsstudie in 15 Ländern mit ähnlichen Kampagnen sowie zwei nationalen Konzeptionstagungen mit Vertretern aus Verwaltung, Handel und Industrie bildeten die Basis zur Erarbeitung einer langfristigen Kampagnenstrategie mit den entsprechenden Vorgaben und Richtlinien.

Die Verfügbarkeit von attraktiven Früchte- und Gemüseangeboten in allen Lebensbereichen sowie zusätzliche Informations- und Sensibilisierungsmassnahmen bilden die Schwerpunkte der Kampagne. Besonders Männer, Menschen mit geringem Einkommen und eher bescheidenem Bildungsniveau, junge Erwachsene, Erwerbstätige, Mütter mit Kindern und Schulkinder sollen im Rahmen der Kampagne zu vermehrtem Früchte- und Gemüsekonsum motiviert werden.

Die am 5. November 2001 in Bern lancierte Kampagne stiess auf ein positives Medienecho. Verschiedene Aktivitäten zum Start der Kampagne sorgten für zusätzliche Aufmerksamkeit. Die „Feel Your Power“-Kampagne Gesundheitsförderung Schweiz und ihr Repräsentant „Dr. Luzi Fehr“ unterstützten die Lancierung der Kampagne vom Oktober 2001 bis April 2002 mit TV-Spots zum Thema Früchte- und Gemüsekonsum. Die sorgfältigen Kampagnenvor-

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



arbeiten sowie die breite Vernetzung der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Aktivitäten (siehe Kampagnen-Aktivitäten zur Lancierung der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne auf Seite 11) trugen wesentlich zum guten Start der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne bei.

Die Resultate der ersten im Oktober 2001 gestarteten Evaluationsrunde haben einen höheren Früchte- und Gemüsekonsum der Bevölkerung in der Schweiz ergeben, als aufgrund der Nutri-Trend-Studie 2000 und der letzten schweizerischen Gesundheitsbefragung von 1997 bisher angenommen wurde (siehe Kapitel „Evaluation“ auf Seite 16 des Abschlussberichtes 2001 sowie Anhang 3 „Ergebnisse der Baseline Erhebung von Ende Oktober 2001“). Nur bei den von der Kampagne anvisierten prioritären Zielgruppen liegt der Konsum tiefer. Dort wird die Kampagne besonders ansetzen müssen.

Die Kampagne ist für einen Zeitraum von rund vier Jahren geplant. Der Kampagnenstart am 5. November 2001 verlief positiv. Die kritische Masse in Sachen Visibilität, Finanzen und Akzeptanz ist noch nicht erreicht. 2002 sollen verschiedenste Massnahmen dafür zu sorgen, dass die Kampagne ihre Ziele noch besser erreichen kann. Dies vor allem durch den Ausbau des Kampagnennetzwerkes, einer besseren Verankerung der Kampagne in der Suisse romande, eine verstärkte Zusammenarbeit mit der geplanten Ernährungsinitiative „Gesundheit und Ernährung“ des Bundesamtes für Gesundheit und Gesundheitsförderung Schweiz, durch zusätzliche Kommunikationsmassnahmen, die intensivierete Suche nach zusätzlichen Sponsoring-Partnern sowie ein verstärktes Engagement aller an der Kampagne beteiligten Partner.

3. Die Kampagne

3.1 Ausgangslage

Gemäss der Nutri-Trend-Studie 2000 über die Ernährungsgewohnheiten in der Schweiz (Auftraggeber: Bundesamt für Gesundheit/Nestlé Schweiz AG) fühlen sich 82% der Bevölkerung in Ernährungsfragen gut informiert. Trotzdem ist ein Drittel der Schweizer Bevölkerung übergewichtig, und insgesamt werden durchwegs weniger Früchte und Gemüse konsumiert, als es eine ausgewogene Ernährung erfordern würde. Früchte oder Fruchtsäfte werden 1,7- mal täglich, Salat 1,3 -mal täglich eingenommen. Mit anderen Worten: Von den empfohlenen fünf Portionen täglich sind die Bewohner in der Schweiz weit entfernt. Es ist jedoch erwiesen, dass der Früchte- und Gemüsekonsum das Risiko für Krebs und andere Krankheiten senkt. Deshalb starteten die Krebsliga Schweiz, das Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz und die Schweizerische Vereinigung für Ernährung nach einer rund zweijährigen Vorbereitungsphase am Montag, 5. November 2001 eine nationale Kampagne zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums in der Schweiz.

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



3.2 Vorgeschichte

Anlässlich der Schweizerischen Krebsstagung vom 12. November 1999, die dem Thema „Ernährung und Krebs“ gewidmet war, wurde das in den USA seit rund zehn Jahren aktive Interventionsprogramm „5-a-day“ zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums vorgestellt. Aufgrund der interessanten amerikanischen Kampagnenresultate erarbeiteten die Krebsliga Schweiz (KLS), das Bundesamt für Gesundheit (BAG), die Gesundheitsförderung Schweiz (CGFS) und die Schweizerische Vereinigung für Ernährung (SVE) das Konzept und die Planung einer Schweizer Kampagne mit analogen Zielsetzungen. Als Basis der Planung und Konzeption der Kampagne diente eine externe Vorstudie über 15 ähnliche Kampagnen in Europa und den USA.

An einer ersten Tagung am Donnerstag, 14. September 2000 stellten die vier Initianten der Kampagne die wichtigsten Resultate dieser Vorstudie einer grossen Anzahl von Vertretern aus Gesundheitsligen, Verwaltung, Lebensmittelverbänden sowie Industrie und Handel vor. Gleichzeitig skizzierten sie erste strategische und operationelle Ausrichtungen der zukünftigen Kampagne. Diese stiessen auf grosses Interesse. Die vielen Diskussionsbeiträge der ersten Tagung vom 14. September 2000 und der zweiten Konzeptionstagung vom Donnerstag, 8. Februar 2001 sowie ein spezieller Tagungsfragebogen lieferten die nötigen Inputs zur Erarbeitung einer gemeinsamen nationalen Kampagne. Resultat dieser Vorarbeiten war die Redaktion eines detaillierten Kampagnenbeschriebes, der die Aufgaben, Ziele, Vorgaben und Richtlinien der zukünftigen Kampagne regelt. Dieser Kampagnenbeschrieb bildete die Basis für die Lancierung der Kampagne am Montag, 5. November 2001 in Bern und gilt als deren eigentliche Verfassung.

3.3 Ziele

Die Kampagne erstreckt sich über einen Zeitraum von vier Jahren. Bis zum Jahr 2005 sollen im Rahmen der geplanten „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne folgende Ziele erreicht werden:

Verhaltensziele

- Der Früchte- und Gemüse-Verbrauch wird um mindestens 5% gesteigert.
- 30% der Bevölkerung mit einem derzeitigen Früchte- und Gemüseverbrauch von zwei und weniger Portionen pro Tag verbessern diesen um eine Portion täglich (Kategorien: Nicht täglich, einmal, zweimal, dreimal, viermal, fünfmal und häufiger).

Wissensziele

- 50% der Bevölkerung kennen die „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne.

Verhältnisziele

- Die Verfügbarkeit von Früchten und Gemüse in den relevanten Lebensbereichen des öffentlichen Interesses wird von Staat und Wirtschaft gemeinsam aktiv gefördert.

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



- Der Früchte- und Gemüsekonsum wird zu einem tragenden Element der Schweizer Ernährungspolitik.

3.4 Zielgruppen

Die Kampagne richtet sich an folgende Zielgruppen:

Hauptzielgruppen

- Männer, Menschen mit geringem Einkommen und eher bescheidenem Bildungsniveau, junge Erwachsene
- Erwerbstätige, Mütter mit Kindern (besonders sensibilisiert), Schulkinder (umfassend erreichbar)

Nebenzielgruppen

- die gesamte Bevölkerung der Schweiz
- Medien, Meinungsträger, sonstige Mediatoren

3.5 Strategie

Die Hauptbotschaften der Kampagne erreichen den Konsumenten vor allem durch:

1. **attraktive Angebote direkt vor Ort: praktisch, preiswert und leicht verfügbar**
2. **Information, Motivation und Umsetzung/Verhaltensänderung**

Verschiedene Ziele und Botschaften der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne bilden zudem ein wichtiges Element der geplanten nationalen Ernährungsinitiative „Gesundheit und Ernährung“ des Bundesamtes für Gesundheit und Gesundheitsförderung Schweiz.

3.6 Trägerschaft/Partner/Aufgaben

Folgende vier Institutionen bilden die Trägerschaft der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne. Sie übernehmen im Rahmen der Kampagne folgende Aufgaben:

Krebsliga Schweiz/kantonale Krebsligen: Kompetenzzentrum Früchte- und Gemüsekonsumsteigerung im Rahmen der Gesundheitsförderung/Prävention Darmkrebs. Die Krebsliga Schweiz (KLS) ist für die Planung/Koordination der Kampagne sowie für die Organisation der Gesamtkampagne verantwortlich. Sie stellt die Kampagnenleitung und übernimmt einen Teil der Kampagnenfinanzierung

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Gesundheitsförderung Schweiz: Begleitung der Früchte- und Gemüse-Botschaften im Rahmen der Feel Your Power-Kampagne sowie finanzielle Unterstützung der Kampagne im Rahmen des Schwerpunktprogrammes: Bewegung/Ernährung/Entspannung

Bundesamt für Gesundheit: Verankerung/Vertretung der F&G-Kampagnen-Ziele in der Schweizerischen Nutrition Policy sowie finanzielle Unterstützung der Kampagne

Schweizerische Vereinigung für Ernährung: Ernährungs-Fachwissen, Information/Verankerung der Kampagnenbotschaften bei Ernährungs-Multiplikatoren (z.B. Ernährungsberaterinnen und -berater) bzw. im Netzwerk Gesundheit und Ernährung (Nutrinet)

Die Trägerschaft der Kampagne zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums in der Schweiz strebt eine möglichst enge Zusammenarbeit mit den verschiedensten Vertretern der Gesundheitsligen, der Industrie, des Handels sowie der Früchte- und Gemüse- und Gastronomieverbände an. Die sinnvolle Nutzung von Synergien steht im Vordergrund der Zusammenarbeit. Zum Zeitpunkt der Kampagnenlancierung am Montag, 5. November 2001 gehörten folgende Firmen und Institutionen zu den Kampagnenpartnern:

Verband Schweizerischer Gemüseproduzenten, Schweizerischer Obstverband, Eidg. Forschungsanstalt für Pflanzenbau, Changins, Fédération romande des consommateurs, Ligue genevoise contre le cancer, WWF Schweiz, Migros Genossenschafts-Bund, Nestlé (Findus), SV-Service AG, Hero, Knorr.

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

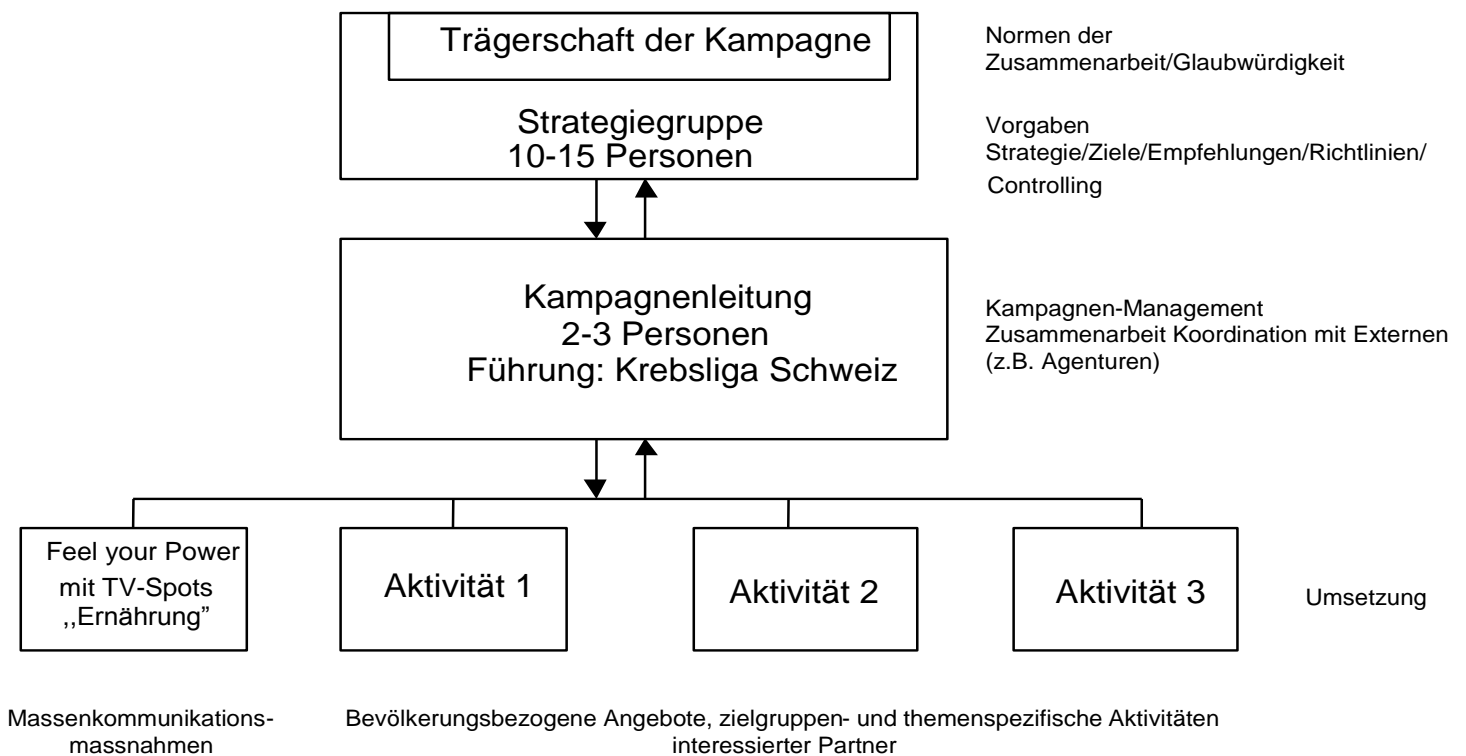
Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



3.7 Organisation

Das folgende Organigramm skizziert kurz die wichtigsten Rechte und Pflichten der verschiedenen Kampagnengremien und Kampagnenpartner. Ausführlichere Aufgabenbeschreibungen sind im definitiven Kampagnenbeschrieb vom Juli 2001 festgelegt, der bei der Kampagnenleitung bezogen werden kann.

Organisation der Schweizer Kampagne zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums „5 am Tag Früchte & Gemüse“



4. Lancierung

Nach Vorlage des definitiven Kampagnenbeschriebes im Juli 2001 und nach Sicherstellung der Grundfinanzierung wurden verschiedene Massnahmen zur Lancierung der Kampagne am Montag, 5. November 2001 geplant und realisiert.

4.1 Partner-Mailings im Juli und Oktober 2001

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Spezielle Info-Mailings an die Teilnehmer der verschiedenen Konzeptionstagungen sowie interessierte Kreise sorgten für eine kontinuierliche Information und einen entsprechenden Erfahrungsaustausch zwischen der Kampagnenleitung und den möglichen Kampagnenpartnern. Im Juli 2001 wurde ein erstes Mail versandt:

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Kampagnenbeschrieb/Zusammenarbeitsmodalitäten. Im Oktober 2001 folgte ein zweites Mailing: Präsentation der Kampagnen-Werbemittel/Hinweis auf Lancierungsaktivitäten/ Aktivitätenschwerpunkte 2002-2004.

4.2 Informations- und Projektbörse für Kampagnenpartner: www.5amtag.ch

Für die jeweiligen Kampagnenpartner wurde im Internet eine Informations- und Projektbörse (Message Board) geschaffen. Diese informiert in Kürze über Grundsätzliches, bietet Links an und orientiert laufend über die wichtigsten Angebote. Sie steht für Fragen der Partner offen.

4.3 „5 am Tag Früchte & Gemüse“ im Internet

Unter www.swisscancer.ch und www.sve.org sind die wichtigsten Hintergrundinformationen oder zusätzlich Beratungsangebote zur Früchte- und Gemüsekampagne zu finden. Für die Lancierung der Kampagne wurde auf eine allgemeine „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Website verzichtet.

4.4 Kampagnen-Werbemittel

Attraktive Flyers, Kampagnenbroschüren, Banderolen in verschiedenen Grössen sowie eine kleine Ausstellungseinheit sorgen für die nötige Aufmerksamkeit im Rahmen der verschiedensten Informations- und Promotionsaktivitäten der Kampagne. Dies in deutscher, französischer und italienischer Sprache. Vertriebskanäle der verschiedenen Werbemittel sind vor allem Schulen, Ernährungs- und Gesundheitsberatungsstellen und Firmen. Bis zu einer Auflage von 500 Ex. erfolgt der Versand kostenlos. Ein entsprechender Kampagnen-Werbemittel-Bestellatalon (inkl. Abbildung der Werbemittel) wurde sowohl dem Oktober-Mailing 2001 als auch der Mediendokumentation beigelegt (siehe auch Anhang 10 „Werbemittel Bestellatalon“). Die Kampagnen-Ausstellungseinheit ist seit Anfang November 2001 in der Suisse romande im Einsatz.

Werbemittel	Bestand 5.11.01	Bestand 30.1.02	Verbrauch
Kampagnenbroschüren	Deutsch 20 000 Ex.	Deutsch 8 364 Ex.	11'636 Ex.
	Französisch 8 000 Ex.	Französisch 3 394 Ex.	4'606 Ex.
	Italienisch 2 000 Ex.	Italienisch 1 661 Ex.	339 Ex.
Flyers	Deutsch 50 000 Ex.	Deutsch 16 078 Ex.	33'922 Ex.
	Französisch 30 000 Ex.	Französisch 7 344 Ex.	22'656 Ex.
	Italienisch 10 000 Ex.	Italienisch 4 686 Ex.	5'314 Ex.

4.5 Medienevent/Medienarbeit

Zur Lancierung der Kampagne fand am Montag, 5. November 2001 im Hotel Allegro in Bern eine Medienkonferenz mit Vertretern der Trägerschaft, der Kampagnenpartner sowie mit Evelyn Binsack (Extrem-Bergsteigerin) als Stargast statt. Nach der Medienkonferenz folgte eine öffentliche Podiumsdiskussion mit VIP-Vertretern aus Verbänden, Politik und Handel zum gleichen Thema (s. Anhang 2 „Einladung Medienevent/Mediencommuniqué, Auszug aus ARGUS-Analyse“).

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Verschiedene Auftritte und Interviews in wichtigen TV- und Radioge­fässen (z.B. in der TV-Sendung „Puls“ [SF DRS] 1 vom Montag, 5. November 2001 um 21.00 Uhr oder in der Radio-Sendung „Siesta Essen“ [Radio DRS 1] vom Dienstag, 6. November 2001 um 14.05-15.00 Uhr) sorgten für eine zusätzliche mediale Abdeckung der Kampagne und erreichten im Fall der TV-Sendung „Puls“ rund 550 000 an medizinischen Fragen interessierte Zuschauer.

4.6 Kampagnen-Aktivitäten zur Lancierung

Eine breite Palette verschiedenster Aktivitäten läutete den Start der Kampagne ein und sorgte für die nötige Aufmerksamkeit (siehe Grafik auf Seite 11).

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Kampagnen-Aktivitäten zur Lancierung der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne

Titel/Bezeichnung	Aktivität	Kontakte
„Früchte und Gemüse, am besten saisonal“	Gemeinsames Faltblatt des WWF Schweiz und der Schweizerischen Vereinigung für Ernährung für Konsumenten über die gesundheitlichen und ökologischen Vorteile von saisonalen Früchten und Gemüsen. Das Faltblatt deckt einen Teil der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Botschaften ab.	Jennifer Zimmermann Konsum & Lebensstil WWF Schweiz Tel. 01 297 22 06 oder jennifer.zimmermann@wwf.ch
Aktionstage auf Schweizer Bahnhöfen	Aktionstage auf den 10 grössten Schweizer Bahnhöfen am Montag, 12. November 2001 des Migros Genossenschafts-Bundes (Federführung), des Schweizerischen Obstverbandes sowie des Verbandes Schweizerischer Gemüseproduzenten mit der Abgabe von Früchten, Gemüse sowie entsprechenden Informationsmitteln. Mit dieser Aktion unterstützt die „Take 5“-Kampagne des MGB die Lancierung der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne.	Susanne Willnauer Koordinatorin Früchte – Gemüse – Blumen Migros Genossenschaftsbund Tel. 01 277 26 84 oder susanne.willnauer@mgb.ch
Aktion „Früchte und Gemüse – Genuss pur“	Zusätzliches Angebot von gesunden Früchten und Gemüse in Marktständen, leckeren Säften sowie appetitlichen und gesunden Prominenten-Menüs in rund 300 Personalrestaurants des grössten Schweizer Gemeinschaftsgastronomie-Anbieters, der SV-Service AG, in Zusammenarbeit mit der Krebsliga Schweiz von April 2002 bis April 2003 als Teil der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne.	Silvia Schnidrig Corporate Communications SV-Service AG Tel. 01 385 51 11 oder silvia.schnidrig@sv-service.ch Christian Haas Food & Beverage SV-Service AG Tel. 01 385 51 11 oder christian.haas@sv-service.ch
Konsumenten-Information	Periodische Ernährungsinfos, Ernährungstipps, Tests und Untersuchungen zum Thema „5 am Tag Früchte & Gemüse“ in der Publikation „J'achète mieux“, auf der Homepage sowie in den Broschüren der Fédération romande des consommateurs (FRC).	Françoise Michel Fédération romande des consommateurs Tel. 021 312 80 06 oder fmichel@frc.ch
„Feel Your Power“	Die Kampagne „Feel Your Power“ Gesundheitsförderung Schweiz strahlt ab Oktober 2001 bis Frühling 2002 ihre TV-Spots mit Dr. Luzi Fehr zum Thema „Früchte- und Gemüsekonsum“ aus. Zusätzliche Werbemittel sind mit dem „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Logo ergänzt worden.	Peter Burri Kampagnenleiter Gesundheitsförderung Schweiz Tel. 031 350 04 26 peter.burri@promotionsante.ch

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



5. Auswertung der Kampagne 2001

5.1 Allgemeines

Nach einer Reihe von intensiven Vorarbeiten ist die Kampagne am Montag, 5. November 2001 gut angelaufen. Das Medienecho war vielfältig und positiv, die verschiedenen Werbemittel der Kampagne fanden regen Absatz. Zum erfolgreichen Start trugen die vielfältigen Partnerkontakte sowie die Integration verschiedenster Kreise für die Konzeption und die Planung der Kampagne bei. Ihre breite Abstützung, präzise Vorgaben und Richtlinien sowie eine kontinuierliche Partnerinformation mit Mailings sorgten für eine interessante Kampagnenlancierung. Die finanziellen Ressourcen zur Lancierung der Kampagne konnten so wirksam wie möglich eingesetzt werden. Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Kampagnen-Entscheidungsgremien verlief grösstenteil reibungslos.

5.2 SWOT-Analyse

Die Stärke-und-Schwäche Analyse/Chancen-und-Gefahren Analyse (SWOT-Analyse auf Seite 13) fasst kurz die wichtigsten Erkenntnisse aus dem Verlauf der bisherigen Kampagne zusammen und liefert zugleich Anregungen für die weitere Planung und Realisation der Kampagne im Jahr 2002.

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



SWOT-Analyse 2001 der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne

Quelle: erarbeitet durch die „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagnenleitung als Grundlage für die Strategiegruppensitzung vom Mittwoch, 30. Januar 2002

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • systematische und professionelle Konzeption und Planung (Interventionsstudie, Konzeptions-tagungen) • aktive Zusammenarbeit verschiedenster Partner aus Gesundheit und Ernährung • starker Impulsgeber für Netzwerk „Gesundheit und Ernährung“ • gute Verankerung und Akzeptanz bei NPOs und POs • positives Medienecho bei Lancierung • sympathischer Botschaftsträger und positive Botschaften • enge Kooperation mit ausländischen Kampagnen • Strategie: 1. Angebote und 2. Informationen • flexible Organisationsform (keine zentralistische Funktion) • breite Themenvielfalt • grosses Entwicklungspotenzial 	<ul style="list-style-type: none"> • ungenügende Verankerung in der Westschweiz/TI • wichtiger Detailhandelspartner (Coop) fehlt • fehlende Ressourcen (Finanzen und Personal) • fehlende Visibilität/Durchdringung (kritische Masse) • schwieriges, z.T. unübersichtliches und widersprüchliches Umfeld (Gesundheit versus Landwirtschaft, Ökologie versus Ökonomie etc.) • zu schwache Berücksichtigung der Kultur- und Sprachbarrieren • semantische Nähe zu anderen Kampagnen (z.B. Take 5) führt zu Verwirrung
Chancen	Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> • Plattform für attraktive Gemeinschaftswerbung • grosses zusätzliches Partnerpotenzial vorhanden • Einsatz auf verschiedensten Ebenen möglich: national, regional, lokal • interessante Kooperationsmöglichkeiten • vertiefte Zusammenarbeit von Gesundheit/Ernährung/Landwirtschaft • Modellcharakter 	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetenz- und Machtgerangel unter den Partnern • immense Erwartungshaltungen, vor allem seitens der NPO-Partner • Verzettelung der Kräfte • Verlust der Anfangsdynamik • Abhängigkeit von einzelnen grossen Partnern • Abgrenzung zu Netzwerk „Gesundheit und Ernährung“ • fehlende Integration in Netzwerk „Gesundheit und Ernährung“ • verlockende Konzentration auf Kommunikationsmassnahmen • fehlende Tiefenwirkung • personelle Abhängigkeit/Verlust von Fachkompetenz

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



5.3 Zusammenarbeit innerhalb der Trägerschaft

Die gute und intensive Zusammenarbeit innerhalb der Trägerschaft manifestierte sich besonders anlässlich der beiden Konzeptionstagungen vom 14. September 2000 und vom 8. Februar 2001 sowie an der Medienveranstaltung vom 5. November 2001 in Bern. Zusätzlich leisteten die Vertreterinnen und Vertreter der Trägerschaft wichtige Beiträge im Rahmen der verschiedenen Planungs- und Vorbereitungsgremien und sorgten für das nötige Kampagnenlobbying innerhalb und ausserhalb ihrer Institutionen.

Bei der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne handelt es sich um eine der ersten grossen, nationalen und breit abgestützten Ernährungskampagnen im Sinne der „Gesundheitsförderung“ in der Schweiz. Deshalb mussten sehr viele Organisations- und Schnittstellenfragen geklärt werden. Ein grosser Teil dieser Fragen konnte von der Trägerschaft in Zusammenarbeit mit den Kampagnenpartnern gelöst werden. Zusätzliche Punkte zu Themen wie „Kompetenzenregelung“ und „Ausrichtungen der Kampagne“ müssen im Sinne einer laufenden Planung von der Trägerschaft zusammen mit der Strategiegruppe kontinuierlich angegangen werden. Ziel dieser Massnahmen ist eine möglichst effektive und reibungslose Zusammenarbeit der verschiedenen Kampagnenpartner.

5.4 Aktivitäten der Strategiegruppe „5 am Tag Früchte & Gemüse“

Die Strategiegruppe „5 am Tag Früchte & Gemüse“ traf sich am Donnerstag, 18. Oktober 2001, zu ihrer ersten Sitzung. Sie setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern aus Nonprofitorganisationen (Verwaltung, Stiftungen, Verbände) und Profitunternehmen (Handel und Industrie) zusammen. Anlässlich der Sitzung vom Donnerstag, 18. Oktober 2001 wurden die Rechte und Pflichten der Strategiegruppe gemäss Kampagnenbeschrieb, die Massnahmen zur Lancierung der Kampagne sowie die Kampagnenschwerpunkte für die nächsten drei Jahre präsentiert und verabschiedet.

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



6. Finanz- und Ressourcenmanagement

Finanzen

Erfolgsrechnung in Franken

(gemäss Kostenstellen-/Kostenarten-Gruppierungen der Krebsliga Schweiz)

Basis: Grob-Budget 2001 von Januar 2001 bis Dezember 2001

	Rechnung 2001		Budget 2001	
	Aufwand	Ertrag	Aufwand	Ertrag
• eigene Veranstaltungen (inkl. Spesenentschädigung, Telefon, Fax- und Internet- gebühren, Literatur)	9 460.—		20 000.—	
• PR und Werbung	18 577.—		60 000.—	
• Redaktion, Druck und Grafik	92 555.—		70 000.—	
• Übersetzungen und Lektorate	9 018.—			
• Drittleistungen, Fremdarbeiten, Evaluation	30 706.—		10 000.—	
Total Aufwand	160 326.—		160 000.—	
• Krebsliga Schweiz		50 000.— *		50 000.— *
• Bundesamt für Gesundheit		28 200.— **		30 000.— *
• Gesundheitsförderung Schweiz		75 200.— **		80 000.— *
• Projektbeiträge, Sponsoring				
• sonstige: Logoabgeltung		3 666.— *		
Total Ertrag		157 066.—		160 000.—
Saldo***		3 260.—		
Total	160 326.—	160 326.—	160 000.—	160 000.—

* inkl. MwSt.

** exkl. MwSt.

*** Saldobetrag übernimmt Krebsliga Schweiz

Die Kostenarten-/Kostenstellenauszüge im Anhang des Abschlussberichtes 2001 liefern zusätzliche Informationen über die einzelnen Finanzbewegungen im Rahmen der Kampagne (s. Anhang 6 „Kostenstellen-/Kostenartenauszüge der Krebsliga Schweiz“).

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Personal

Im Sinne einer möglichst hohen Transparenz für die verschiedenen Kampagnenaufwendungen der Trägerschafts-Mitglieder werden ihre Personalaufwendungen 2001 für die Mitarbeit bei der Konzeption, Planung, Lancierung und Auswertung der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne 2001 ebenfalls aufgeführt.

Personalkostenanteil der Trägerschafts-Mitglieder im Rahmen der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne 2001

Trägerschafts-Mitglied	Anzahl geleisteter Arbeitsstunden 2001	Personallagekosten (exkl. Sozialabgaben und Gemeinkostenanteil für Infrastruktur)
Krebsliga Schweiz	1 669 Stunden	Fr. 99 500.--
Bundesamt für Gesundheit	210 Stunden	Fr. 21 000.--
Gesundheitsförderung Schweiz	160 Stunden	Fr. 20'000.--
Schweizerische Vereinigung für Ernährung	150 Stunden	Fr. 17'800.--

7. Medienmonitoring

Im Auftrag der Krebsliga Schweiz hat die Firma ARGUS im Zeitraum von September 2001 bis Dezember 2001 eine Medienbeobachtung zu den Themen „Früchte und Gemüse – Genuss pur“, „Krebs und Ernährung“ und „5 am Tag“ durchgeführt. Die entsprechende ARGUS-Auswertung kann bei der Kampagnenleitung eingesehen werden.

Die Analyse zum Thema „5 am Tag Früchte & Gemüse“ zeigt 46 Abdrucke in einer Gesamtauflage von 3 815 723, was einer Anzeigenäquivalenz von Fr. 68 700.– entspricht (siehe dazu Anhang 2: „Medienevent/Mediencommuniqué/Auszug aus ARGUS-Analyse“).

8. Evaluation

Anlässlich der 1. Sitzung der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Strategiegruppe vom 18. Oktober 2001 wurde ein entsprechendes, extern erarbeitetes Evaluationskonzept vorgestellt. Dieses sieht vor, eine Begleituntersuchung im Sinne eines Monitorings durchzuführen. Geplant sind ab Herbst 2001 bis Sommer 2002 vier Quartalerhebungen zur Erfassung des Früchte- und Gemüsekonsums in der Schweiz sowie zur Visibilität der Kampagne. Eine erste Baseline-

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Erhebung zum Früchte- und Gemüsekonsum hat Ende Oktober 2001, unmittelbar vor Lancierung der Kampagne, stattgefunden. Weitere Befragungswellen sind für Anfang Februar, Mai und August 2002 geplant. Die am 20. November 2001 vorgelegten Resultate dieser ersten Erhebung weisen im Vergleich zur Nutri-Trendstudie der Nestlé S.A. in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Gesundheit und dem Schweizerischen Ernährungsbericht auf einen wesentlich höheren Früchte- und Gemüsekonsum pro Tag hin.

Dieser Unterschied erklärt sich vor allem durch die präzisere Fragestellung (je separate Abfrage nach Salaten, Gemüse, Früchten und Säften) und das Nachfragen der Interviewer nach dem effektiven Vortageskonsum im Rahmen von 600 Telefoninterviews. Gemäss dieser 1. Studie konsumieren vor allem die prioritären Zielgruppen (z.B. Männer, Menschen mit geringem Einkommen und eher bescheidenem Bildungsniveau, junge Erwachsene, Erwerbstätige, Mütter mit Kindern und Schulkinder) der Kampagne weniger Früchte und Gemüse als der Durchschnitt.

Die ersten Evaluationszahlen unterstreichen die Bedeutung von Kampagnenmassnahmen vor allem für die im Kampagnenabschlussbericht erwähnten „Risikozielgruppen“ und „spezifischen Zielgruppen“ der Kampagne (siehe Anhang 3 „Ergebnisse der Baseline-Erhebung von Ende Oktober 2001“).

9. Ausblick 2002

Allgemein

Die mittel- und langfristigen Aktivitätenbereiche und Jahresschwerpunkte der Kampagne liegen vor, entsprechende PR- und Werbemassnahmen wurden definiert. Erste Partner aus Industrie, Handel und NPOs konnten gewonnen werden. Damit die Kampagne ihre Ziele erreichen kann, ist sie auf ein breites Netzwerk verschiedenster Partner angewiesen. Entsprechende Kontakte sollen im Jahr 2002 intensiviert werden. Die breite Verankerung der Kampagne und ihrer lustvollen, farbigen Werbeträger – Früchte und Gemüse – stehen auch im Jahr 2002 im Vordergrund. Sie werden für die nötige Akzeptanz der Kampagnenbotschaften in der Bevölkerung sorgen. Die an der Kampagne beteiligten Institutionen setzen 2002 alles daran, dass die Schweizer Bevölkerung 2002 nicht nur mehr Früchte und Gemüse isst (Verhaltensänderung), sondern dass diese auch attraktiv, preisgünstig und aromatisch in den verschiedensten Lebensbereichen (Verhältnisänderung) vorhanden sind.

Konkret

Ziele für 2002

- Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums gemäss den Kampagnenzielen
- Positionierung/Verankerung der Kampagne

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



- Fortsetzung der im Kampagnenbeschrieb definierten Ziele/Massnahmen
- Umsetzung der Aktivitätenschwerpunkte für 2002
- Sicherstellung der zukünftigen Finanzierung bis mindestens Ende 2003

Massnahmen

Partner/Zusammenarbeit

- Verstärkung der Kampagne in der Westschweiz/ Tessin (z.B. mit zusätzlicher Medienkonferenz)
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit der geplanten Ernährungsinitiative „Gesundheit und Ernährung“ des Bundesamtes für Gesundheit und Gesundheitsförderung Schweiz
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit den Obst- und Gemüseverbänden
- Verstärkung der Partnersuche aus Industrie, Handel und Verbänden
- Klärung der Rolle, Aufgaben und Kompetenzen der Kampagnenleitung
- Wiederaufnahme der Gespräche mit finanzkräftigen Partnern gemäss Sponsoring- und Finanzierungskonzept

Mitteleinsatz

- Fokussierung der finanziellen und personellen Mittel auf einzelne Schwerpunktaktivitäten
- Schaffung von Reserven für sonstige Aktivitäten

Kommunikation

- Ausbau/Intensivierung der Medienarbeit
- Vertiefung der Partner-Kommunikation (z.B. Mailings, Erfa-Treffen, Projekt- und Informationsbörse)
- Definition zusätzlicher Kommunikationsmittel: Ab Herbst 2002 soll mit Unterstützung des Migros Genossenschaftsbundes eine spezifische Website für junge Männer zwischen 20 und 30 Jahren erarbeitet und neu im Internet aufgeschaltet werden. Zusätzlich sind neue Printmedien für einzelne Kampagnenaktivitäten vorgesehen

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



10. Kontaktadressen

Weitere Informationen zur Kampagne „5 am Tag Früchte & Gemüse“ sind unter folgenden Adressen zu erhalten:

Krebsliga Schweiz

Lukas Zemp oder Judith Graf
Kampagnenleitung „5 am Tag Früchte & Gemüse“
Effingerstrasse 40
Postfach
3001 Bern

Telefon: 031 389 91 00
Fax: 031 389 91 60
E-Mail: zemp@swisscancer.ch
und/oder graf@swisscancer.ch
Internet: www.swisscancer.ch

Gesundheitsförderung Schweiz

Peter Burri
Dufourstrasse 30
3000 Bern 6

Telefon: 031 350 04 26
Fax: 031 368 17 00
E-Mail: peter.burri@promotionsante.ch
Internet: www.gesundheitsfoerderung.ch

Bundesamt für Gesundheit

Jürg Lüthy
Fachstelle Ernährung
Bundesamt für Gesundheit
Schwarzenburgstrasse 165
3097 Bern-Liebefeld

Telefon: 031 322 94 75
Fax: 031 322 95 07
E-Mail: juerg.luethy@bag.admin.ch
Internet: www.admin.ch/bag

Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Daniel Fäh
Effingerstrasse 2
3001 Bern
Telefon: 031 385 00 03
Fax: 031 385 00 05
E-Mail: d.faeh@sve.org
Internet: www.sve.org.ch

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



11. Anhang

- Anhang 1: Kurzfassung des Kampagnenbeschriebes
- Anhang 2: Einladung Medienevent/Mediencommuniqué/Auszug aus ARGUS-Analyse
- Anhang 3: Ergebnisse der Baseline-Erhebung von Ende Oktober 2001
- Anhang 4: Grob-Budget 2001: Januar 2001-Dezember 2001
- Anhang 5: Zuordnung der einzelnen Massnahmen und Aktivitäten zu den verschiedenen Kostenarten-Kostenstellen-Gruppierungen der Krebsliga Schweiz
- Anhang 6: Kostenstellen/Kostenartenauszüge der Krebsliga Schweiz
- Anhang 7: Rechnungsbelege (für Rechnungen über Fr. 15 000.–)
- Anhang 8: Schwerpunktaktivitäten der Kampagne von 2002-2004
- Anhang 9: Adressverzeichnis der Strategieguppe „5 am Tag Früchte & Gemüse“: Stand vom 28. Februar 2002
- Anhang 10: Werbemittel-Bestelltalon

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 1: Kurzfassung des Kampagnenbeschriebes

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 2:
**Einladung Medienevent/Mediencommuniqué/Auszug
aus ARGUS-Analyse**

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 3: Ergebnisse der Baseline-Erhebung von Ende Oktober 2001

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 4: Grob-Budget 2001: Januar 2001-Dezember 2001

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 5: Zuordnung der einzelnen Massnahmen und Aktivitäten zu den verschiedenen Kosten- arten-/Kostenstellen-Gruppierungen der Krebsliga Schweiz

KLS-Kostenarten-/Kostenstellen-Gruppierungen	Kampagnenmassnahmen und Kampagnenaktivitäten gemäss Grob-Budget 2001
<p><u>Erträge</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, allgemeine Spenden, Projektbeiträge, Sponsoring 	<p><u>Erträge</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampagnenbeiträge von Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz
<p><u>Aufwände</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Eigene Veranstaltungen (inkl. Spesenentschädigung, Telefon, Fax, Internetgebühren, Literatur) • PR und Werbung • Redaktion, Druck und Grafik • Übersetzungen und Lektorate • Drittleistungen, Fremdarbeiten 	<p><u>Aufwände</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tagungen, Abklärungen • Entwurf Kampagnen-Logo, Erarbeitung von Werbe- und PR-Konzept, Message-Board für Partner, Medienarbeit, PR-Aktionen zur Lancierung der Kampagne • Konzeption und Planung von Kampagnenwerbemitteln, Evaluationskonzept • Kein entsprechender Budgetposten vorhanden • Erarbeitung eines Evaluationskonzeptes, Expertisen, Rechtsabklärungen

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 6: Kostenstellen-/Kostenartenauszüge der Krebsliga Schweiz

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 7: Rechnungsbelege (für Rechnungen über Fr. 15 000.–)

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 8

Schwerpunktaktivitäten der Kampagne von 2002-2004

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 9:
Adressverzeichnis der Strategieguppe „5 am Tag
Früchte & Gemüse“: Stand vom 28. Februar 2002

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch



Anhang 10: Werbemittel-Bestelltalon

Trägerschaft

Krebsliga Schweiz, Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz, Schweizerische Vereinigung für Ernährung

Kampagnenleitung

Krebsliga Schweiz, Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, info@swisscancer.ch