

## Kurzbericht des BMG-geförderten Forschungsvorhabens

Vorhabentitel	„Let's go - jeder Schritt hält fit: Medien zur Gesundheits- und Bewegungsinitiative des Deutschen Wanderverbandes“
Schlüsselbegriffe	Wandern, Bewegung, Gesundheit, Zielgruppenerreichbarkeit, Deutscher Wanderverband, Medien
Vorhabendurchführung	Deutscher Wanderverband (DWV)
Vorhabenleitung	Ute Dicks
Autorin	Christine Merkel
Vorhabenbeginn	01.10.2018
Vorhabenende	15.07.2019

### 1. Vorhabenbeschreibung, Vorhabenziele

Das Projekt „Let's go - jeder Schritt hält fit: Medien zur Gesundheits- und Bewegungsinitiative des Deutschen Wanderverbandes“ hatte zum Ziel, Medien zu entwickeln, die die drei Komponenten der Initiative - das Gesundheitswandern, das Deutsche Wanderabzeichen und „Let´s go – Familien, Kids und Kitas“ - sichtbar unter dem Dach „Let´s go – jeder Schritt hält fit“ zusammenfassen und damit auch neue Zielgruppen anzusprechen.

### 2. Durchführung, Methodik

Als erstes entstand ein Prospekt in Faltploptik mit integriertem Gewinnspiel. Das Layout greift die Farben der bisherigen Printprodukte von Let´s go – jeder Schritt hält fit auf, nutzt aber auch neue, moderne Elemente. Alle drei Komponenten sind auf der Vorderseite in einer Zeichnung dargestellt, auf der Rückseite werden sie kurz erklärt. Als zweites größeres Produkt entstand im Projektverlauf ein Kinderwanderlied, gemeinsam mit dem Kinderliedermacher Reinhard Horn. Singen und Wandern gehört zusammen, Singen spricht andere Sinne an und ist emotionaler als ein Printprodukt. Die Produkte wurden per Mailings, auf Veranstaltungen und Messen sowie über das Internet breit gestreut.

### 3. Gender Mainstreaming

Auf dem Faltplopt werden Frauen und Männer, Jungen und Mädchen ausgewogen dargestellt, es wurde auf gendergerechte Sprache geachtet. In dem Video, das begleitend zum Kinderlied entstand, sind etwas mehr Jungen zu sehen, was mit der Zusammensetzung der Kindergruppe, die bei dem Video mitmachte, zusammen hängt.

#### 4. Ergebnisse, Schlussfolgerung, Fortführung

Das neue Design der Printprodukte wurde im Rahmen der Veranstaltungen und Messen vielfach gelobt und kommt gut an. Von dem Faltplan wurden bislang etwa 23.000 Expl. verteilt, davon 10.000 in Arztpraxen über einen Dienstleister. Das Gewinnspiel mobilisierte auch Menschen außerhalb der Mitgliedsvereine im DWV. Das Lied wurde auf dem 119. Deutschen Wandertag im Juli 2019 in Schmallenberg uraufgeführt, das Publikum sang anhand der verteilten Liedtexte begeistert mit. Über Youtube wurde es 2.843 x aufgerufen (Zugriff am 12.11.2019). Viele Wandervereine berichteten darüber im Internet und in den Vereinsorganen. Das Lied mit allen Komponenten (Text, Noten, gesungene und Karaokeversion als mp3, Video) ist unter <https://www.familien-wandern.de/text/565/de/wir-wandern-das-lied.html> frei verfügbar, der Faltplan kann beim Deutschen Wanderverband bestellt werden.

#### 5. Umsetzung der Ergebnisse durch das BMG

Das BMG berücksichtigt die Ergebnisse bei zukünftigen Aktivitäten im Bereich der Prävention und Gesundheitsförderung in der Zielgruppe der Kinder sowie in der Weiterentwicklung der beiden Förderschwerpunkte „Prävention von Kinderübergewicht“ sowie „Bewegung und Bewegungsförderung“.

#### 6. Verwendete Literatur

entfällt