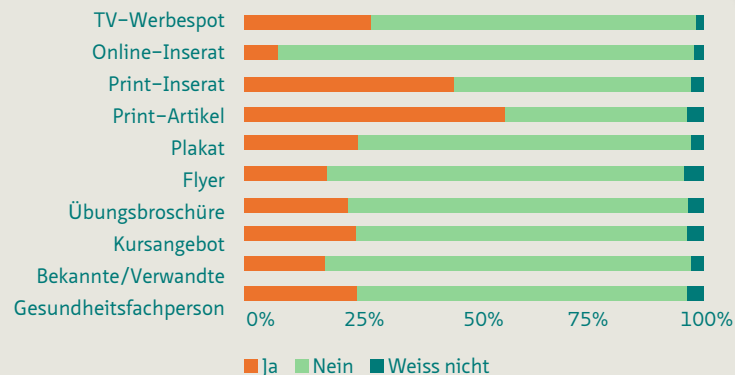


# Agil und stabil durchs Leben

**34,7%** der über 65-Jährigen gaben an, die Kampagne wahrgenommen zu haben.

**44,3%** der Kampagnenkennnerinnen und -kennner gaben an, dass die **Kampagne** einen Einfluss auf ihre Kursteilnahme hatte.

## Sichtbarkeit der Informationskanäle bei Menschen ü65



**92,3%** der Teilnehmenden würden den Bewegungskurs weiterempfehlen



**sicher stehen**

**sichergehen.ch**



Ältere Personen nahmen die Kampagne «sicher stehen – sicher gehen» am häufigsten über die Kanäle Print-Medien und TV wahr.

## Mehrwert einer Teilnahme

Die Personen haben dank des Kurses:

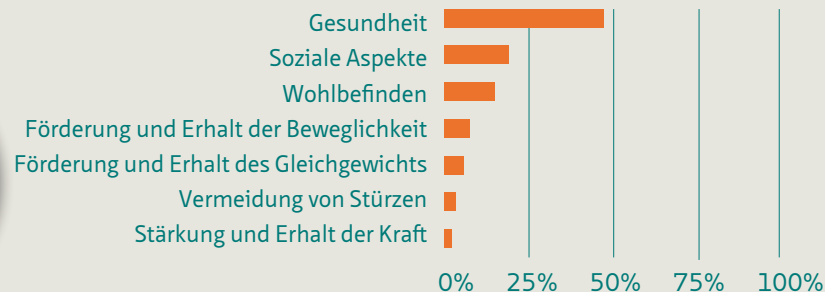
**46,0%** mehr Kraft

**54,6%** mehr Dynamik

**71,6%** ein besseres Gleichgewicht

**82,1%** neue Kontakte geknüpft

## Aus welchen Gründen haben Sie sich für den Kurs entschieden?



**64,1%** Eine Mehrheit wurde über **Mund-zu-Mund-Propaganda** auf das Kursangebot aufmerksam gemacht.

**Aufgrund der hohen Zufriedenheit der (92,3%) ist davon auszugehen, dass Kursteilnehmende in Zukunft als Multiplikatoren wirken werden.**

**PRO SENECTUTE**  
GEMEINSAM STÄRKER

Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

**bfu**  
**bpa**  
**upi**

Quellen: Kampagnen-Evaluation durch grünenfelder zumbach, Sozialforschung und Beratung, CATI-Bevölkerungsbefragung, Juli 2020

© Pro Senectute Schweiz