

BGM-KOMMUNIKATION

DER WURM MUSS DEM FISCH
SCHMECKEN UND NICHT DEM
ANGLER

WEIL GESUNDHEIT
ALLES IST

SWICA



ÜBERSICHT

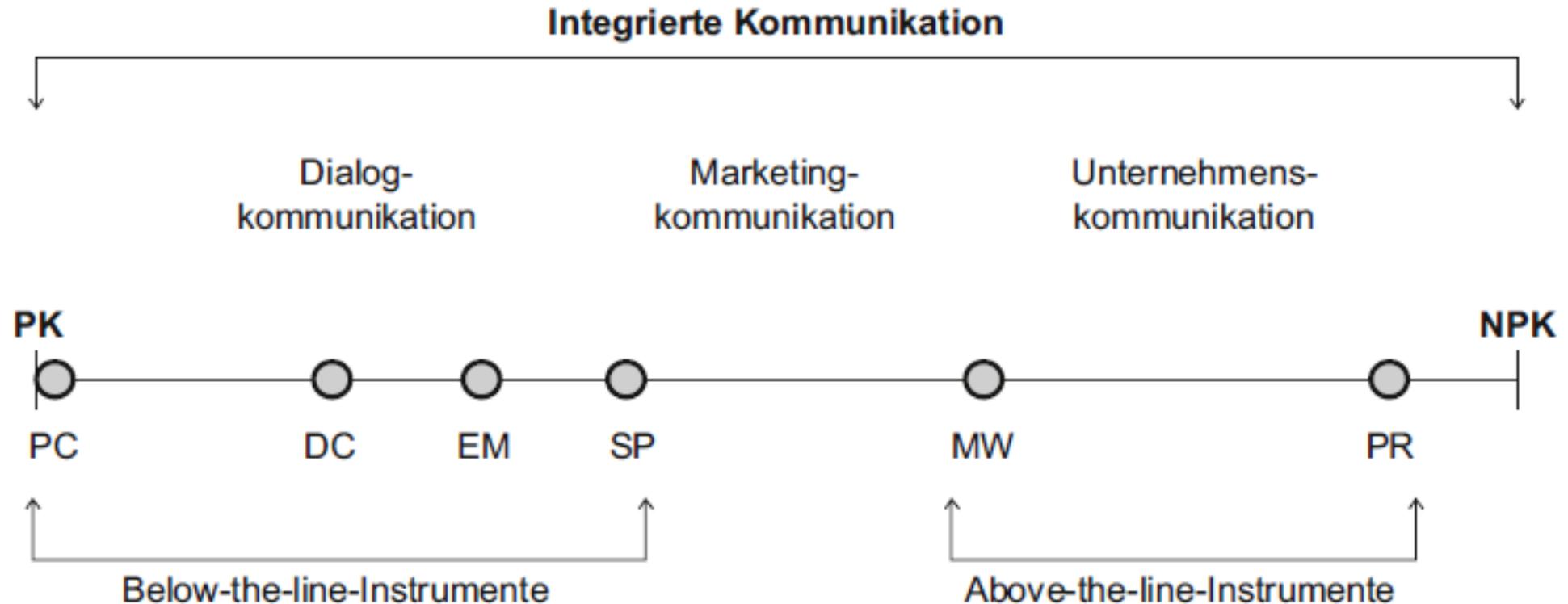
1. Einleitung
2. Simulationstraining
3. Abschlussdiskussion

BGM-KOMMUNIKATION

EINLEITUNG



SYSTEMATISIERUNG VON KOMMUNIKATIONSSINSTRUMENTEN FÜR DAS BGM



PC=Personal Communications
DC=Direct Communications
EM=Event Marketing

SP=Sales Promotion
MW=Mediawerbung
PR=Public Relations

Modell zur Systematisierung von Kommunikationsinstrumenten für das BGM (in Anlehnung an Hartley & Pickton, 1999; in Walter et al., 2012, S. 4)

BGM-KOMMUNIKATION

SIMULATIONSTRAINING



SIMULATIONSTRAINING

- Gruppe 1: BGM systematisch vorhanden (KMU)
- Gruppe 2: BGM ansatzweise/nicht vorhanden (KMU)
- Gruppe 3: BGM systematisch vorhanden (Grossbetrieb)
- Gruppe 4: BGM ansatzweise/nicht vorhanden (Grossbetrieb)

Ziel: 60-80% TN-Quote beim Gesundheitstag (mind. einen Stand besuchen)

Aufgabe: Für welche Kanäle entscheidet Ihr Euch und warum?

Zusatz: Gibt es weitere Kanäle, die hier fehlen?

BGM-KOMMUNIKATION

ABSCHLUSSDISKUSSION

ABSCHLUSSDISKUSSION

- Welchen neuen Erkenntnisse nehmt Ihr mit?
- Wo fühlt Ihr Euch bestätigt?



A group of people are celebrating on an outdoor basketball court. In the foreground, a man in a black t-shirt has his back to the camera, raising his right arm. In the center, a man in a grey tank top and black shorts is smiling broadly with his arms raised. To his right, another man in a grey tank top is also smiling with his arms raised. In the foreground on the right, a woman with long blonde hair, wearing a grey t-shirt and dark shorts, is seen from the back, also with her arms raised. The background features a chain-link fence with graffiti, green trees, and a building under an overcast sky.

**BESTEN DANK
FÜR EURE TEILNAHME**

WEIL GESUNDHEIT
ALLES IST

SWICA