



Berner Fachhochschule
Haute école spécialisée bernoise
Bern University of Applied Sciences

INSELGRUPPE



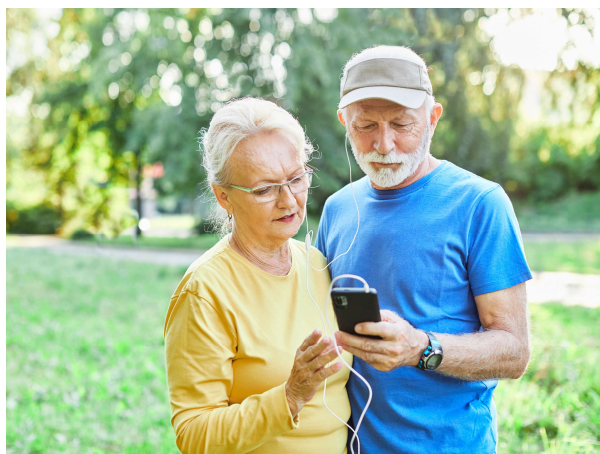
Co-Creation einer digitalen Lebensstil-Intervention im Alter

Fachtagung Netzwerk altersfreundliche Städte, 03.11.2023

1

Agenda

- ▶ Lebensstil-Interventionen
- ▶ Co-Creation
- ▶ Apps
- ▶ DigitalE Lebensstil-Intervention im Alter (DELIA)
- ▶ Diskussion



2

2

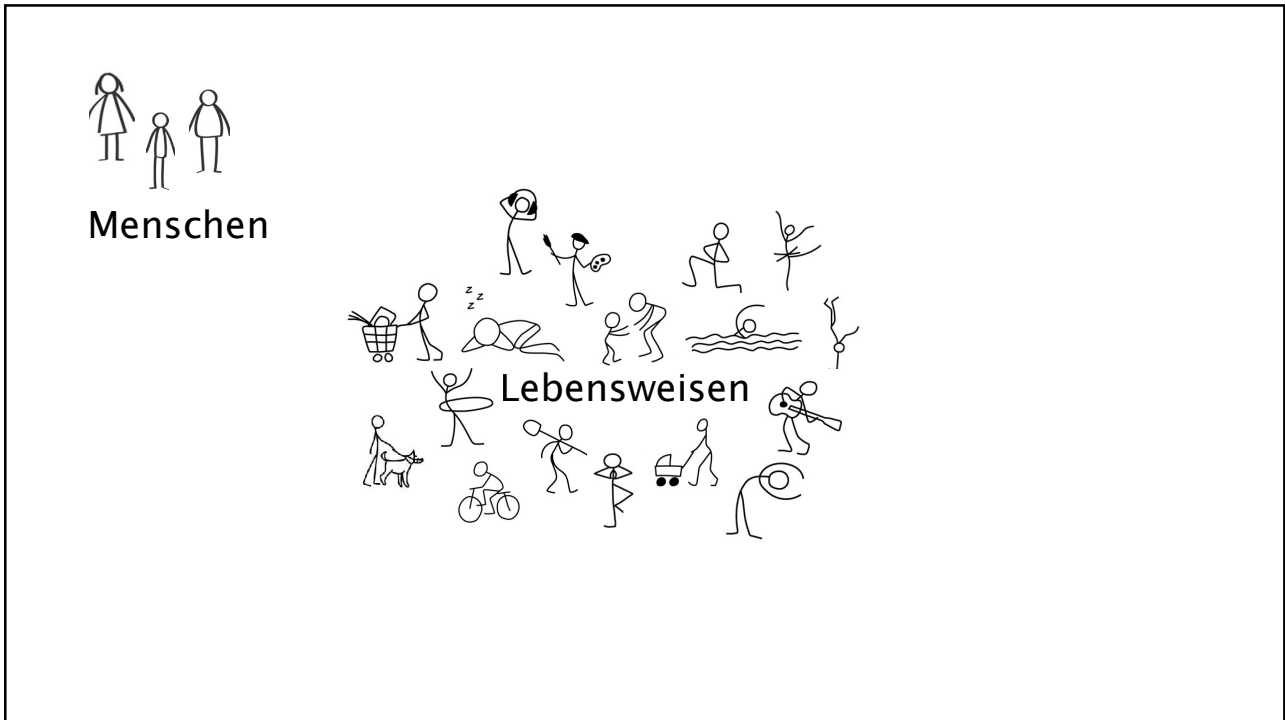
Lebensstil-Interventionen

3

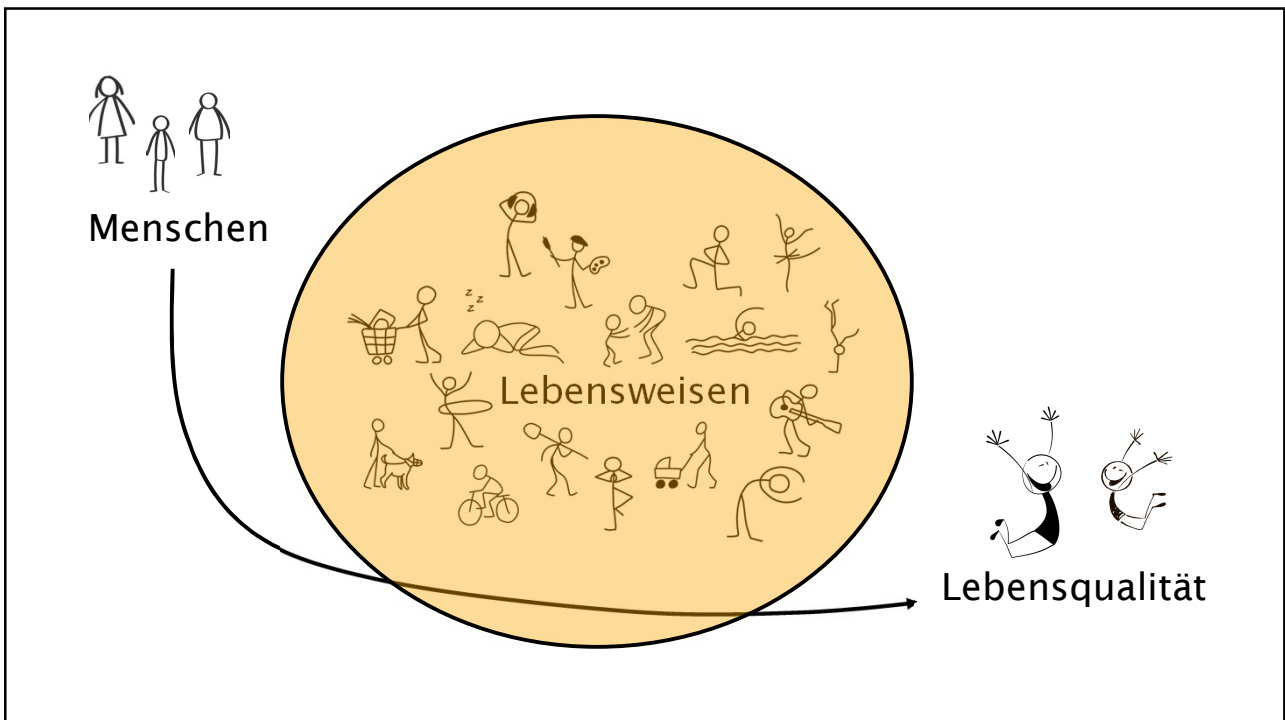


Menschen

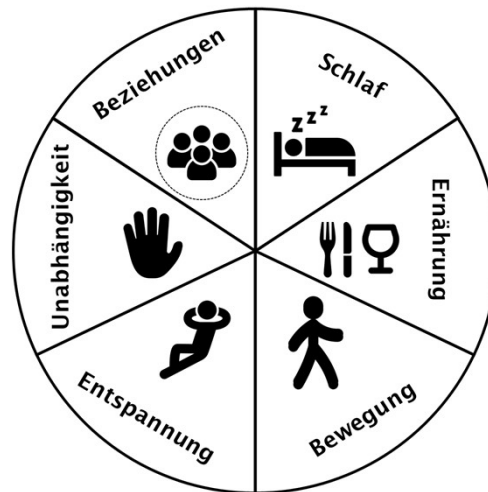
4



5

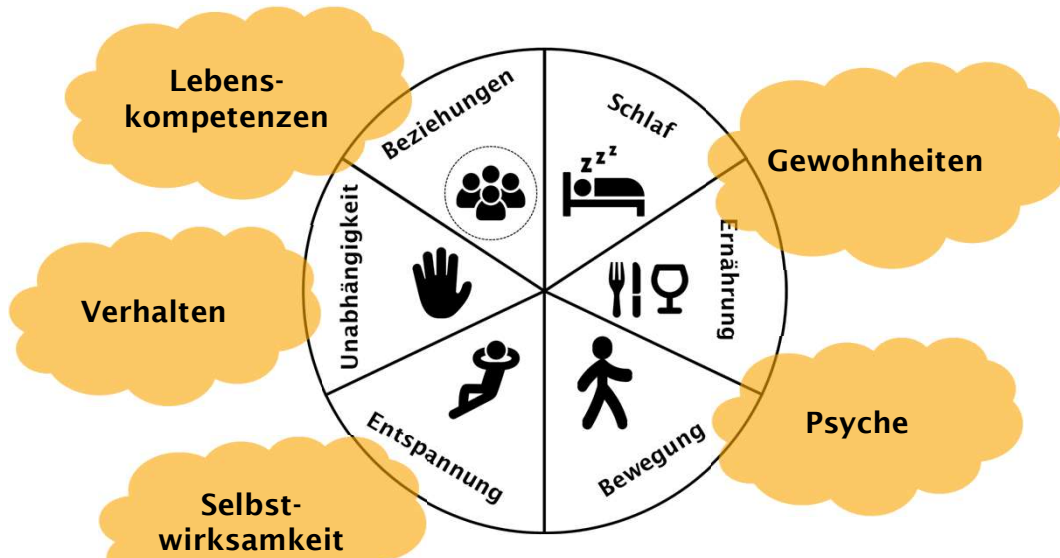


6



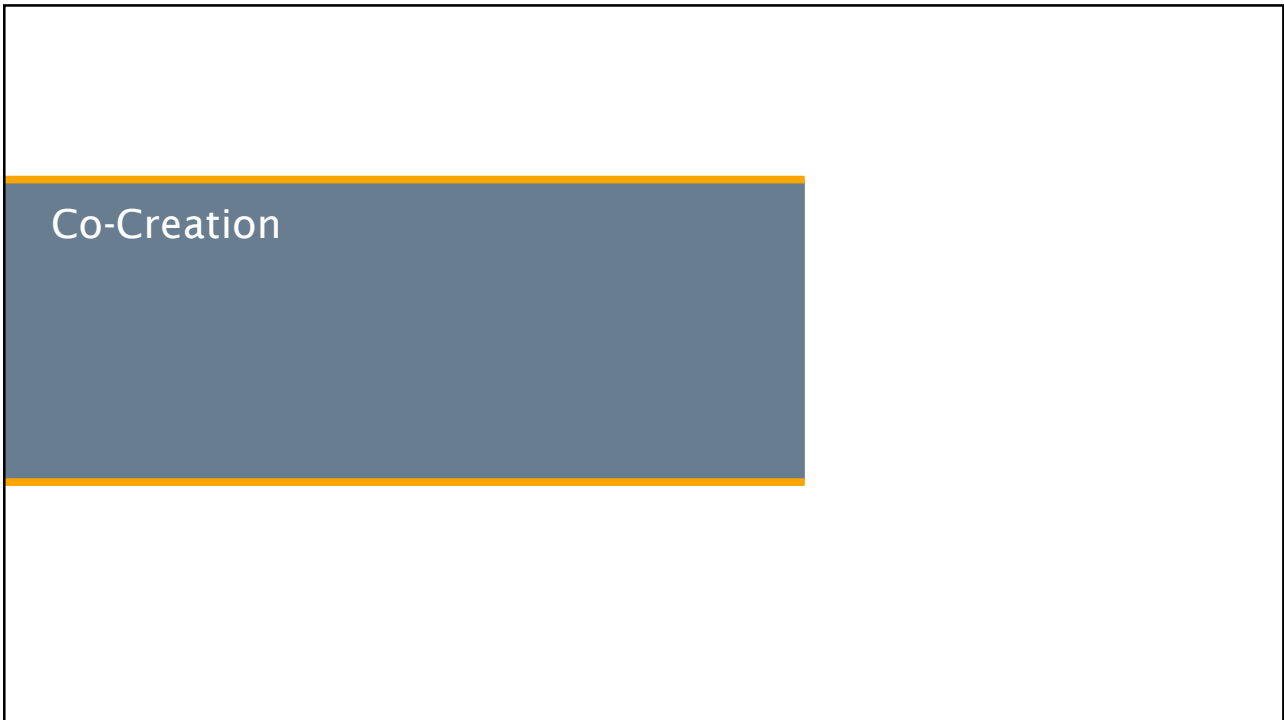
Lebensstil-Interventionen beabsichtigen das körperliche, geistige und soziale Wohlbefinden der Menschen zu stärken.

7

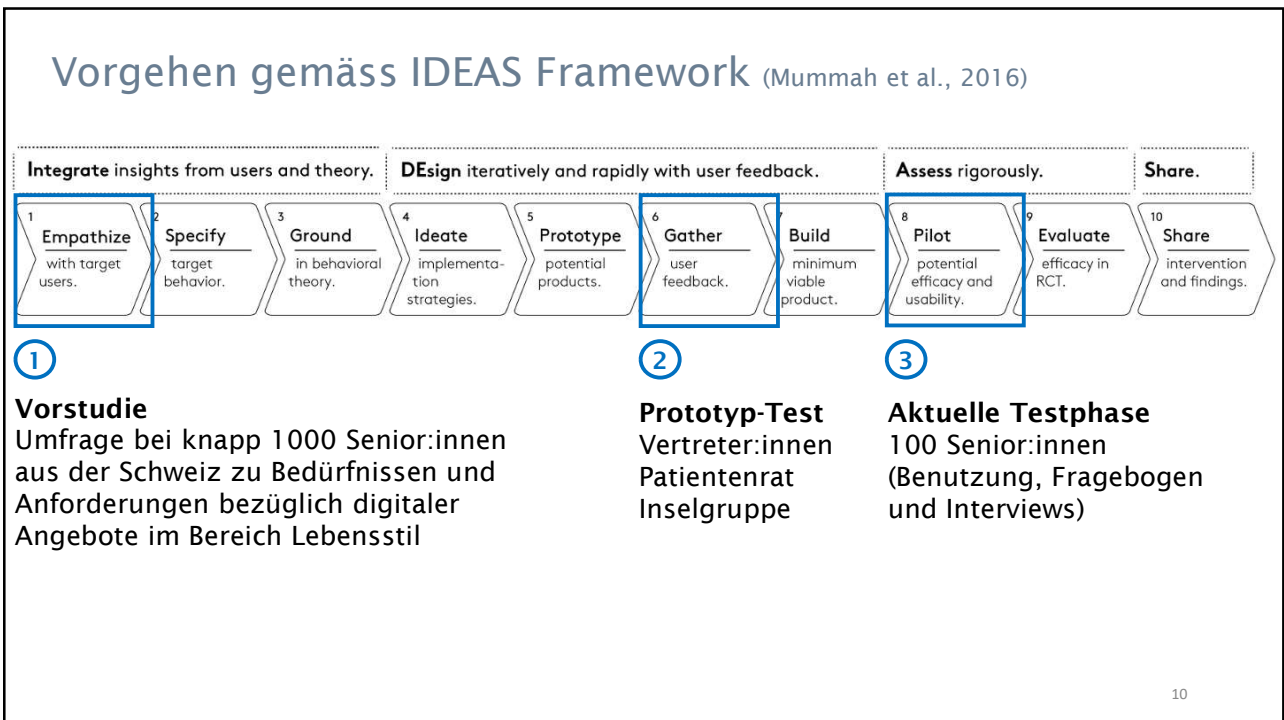


Lebensstil-Interventionen beabsichtigen das körperliche, geistige und soziale Wohlbefinden der Menschen zu stärken.

8



9



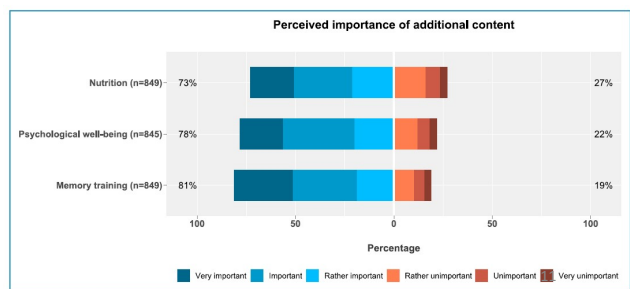
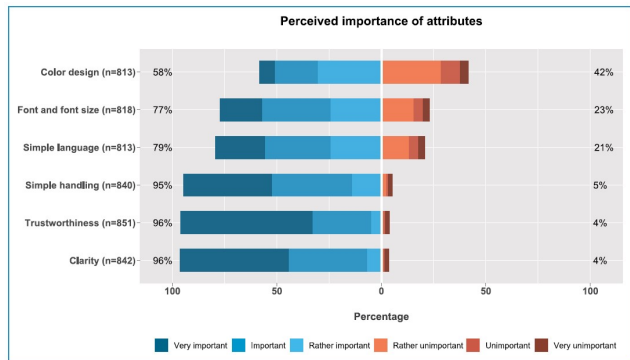
10

Ergebnisse Vorstudie

Original Research

Needs assessment in community-dwelling older adults toward digital interventions to promote physical activity: Cross-sectional survey study

Manuel Weber^{1,2}, Kai-Uwe Schmitt¹, Anja Frei², Milo A Puhani² and Anja M Raab¹



11

Apps

12

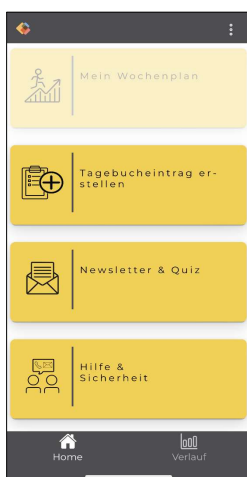
Allgemeine Vorteile von Apps

- ▶ Jederzeit verfügbar
- ▶ Ortsunabhängiger Einsatz
- ▶ Inhalte individualisierbar
- ▶ Einsatz unterschiedlicher Formate: Texte, Videos, Audios etc.
- ▶ Austausch mit Fachleuten
- ▶ Austausch mit «Peers» («community building»)
- ▶ Im Zusammenhang mit Verhaltensänderung:
 - ▶ Vergleich mit anderen Leuten
 - ▶ Gamification Aspekte

13

13

App und Webseite



Preferred delivery mode(s) of digital interventions to promote physical activity*	
Website	428 (46.4)
Tele-exercise	289 (31.3)
Mobile application	285 (30.9)
DVD/CD	68 (7.4)
Fitness Games	25 (2.7)
Other	30 (3.3)
Not interested in digital interventions to promote physical activity	165 (17.9)
No answer	26 (2.8)

Quelle: Weber et al., 2023

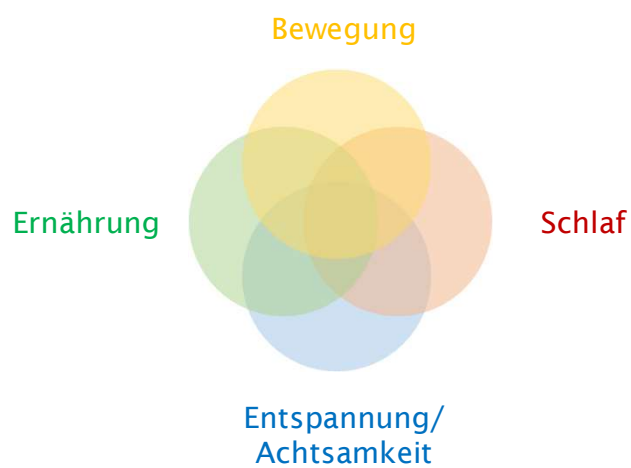
14

14

Digitale Lebensstil-Intervention im Alter (DELIA)

15

Lebensstil-Dimensionen



16

16

Überblick



- ▶ **Übergeordnetes Ziel:** Steigerung des Wohlbefindens indem die Menschen sich Zeit nehmen für sich und sich bewusst werden, was ihnen guttut
- ▶ Zusammenhänge zwischen Lebensstil-Bereichen werden aufgezeigt
- ▶ Wichtigkeit der sozialen Beziehungen werden in allen Lebensstil-Bereichen aufgegriffen
- ▶ Weiterführende Themen wie Natur und Umwelt, Sexualität im Alter, Umgang mit Tod etc. werden mit einbezogen

17

17



Mobile App (und Webseite)

- 12-wöchiges aufbauendes Programm
- Individualisierter Wochenplan
- Erinnerungsfunktion
- Motivationsnachrichten
- Tagebuch-Einträge
- Anzeigen des Verlaufs und des Fortschritts
- Ziele setzen
- Edukative Materialien
- Wöchentliche Newsletter und Quiz

Bewegung

- Ziel: Regelmässig körperlich aktiv sein
- Fokus:
 - Kraft
 - Beweglichkeit
 - Gleichgewicht
 - Ausdauer
- Trainingsvideos
- Vorhandene Hilfsmittel
- Drei Level

Schlaf

- Ziel: Bei Bedarf Schlafgewohnheiten verbessern
- Fokus:
 - Schlafthemen der Zielgruppe (z.B. Mittagsschlaf, Schlafdauer, ...)
 - Schlafprobleme
- Podcasts und Texte
- Aufgaben

Entspannung

- Ziel: Psychisches Wohlbefinden steigern
- Fokus:
 - Body-Scan
 - Sitzmeditation
 - Progressive Muskelrelaxation
 - Achtsamkeit im Alltag
- Einführungsvideos und Texte
- Übungsanleitungen

Essen & Trinken

- Ziel: Gesunde und bedarfsgerechte Ernährung
- Fokus:
 - Ernährungsthemen der Zielgruppe (z.B. Proteine, Trinken, ...)
 - Freude und Genuss
- Texte und Podcasts
- Aufgaben (mit Rezepten)
- Drei Gruppen

INSELGRUPPE
Swiss Sleep House Bern

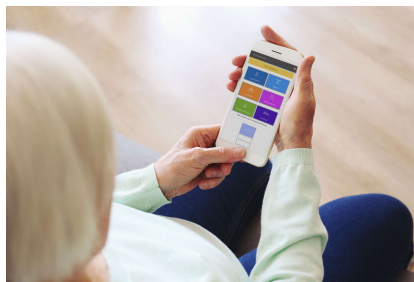
cfm
ZENTRUM FÜR ACHTSAMKEIT

18

18

Fragestellungen

- ▶ Erreichen wir die Zielgruppe auf dem digitalen Weg?
- ▶ Zu welchen Themen erreichen wir sie?
- ▶ Was sind die konkreten Bedürfnisse?



19

19

Diskussion

20

Diskussion

- ▶ Interaktion mit Zielgruppe (möchten nicht stören und suchen Fehler oft zuerst bei sich) → d. h. ist Zielgruppe (oder welcher Teil der Zielgruppe) bereit für Co-Creation?
- ▶ Wen erreichen wir? Alternative Möglichkeiten und Potential?
- ▶ Rollen und Möglichkeiten von Städten und Gemeinden? → Interesse an Austausch untereinander (community-building), Kombination mit Gruppenkursen oder Infoveranstaltungen (d. h. face-to-face und digital)

21

21

Finanzierung

- ▶ Das Projekt wird von der Velux Stiftung finanziert.

22

22

Vielen Dank!



Kontakt: Renato Mattli, renato.mattli@bfh.ch, [Website](#)