



Richtlinien für die Auswahl und Formulierung von KAP-Zielen

Update Version: August 2024

1 Einleitung

Das vorliegende Dokument soll Sie als KAP-Verantwortliche, in der Konzeptphase des KAP unterstützen. Diese Richtlinien wurden in Ergänzung zu den Rahmenbedingungen für ein Kantonales Aktionsprogramm ab 2025/2026 erstellt, erläutern die Erwartungen von GFCH bezüglich der Zielformulierung und geben Empfehlungen und Beispiele für die Formulierung der KAP-Ziele.

Weitere Informationen:

- [Rahmenbedingungen für ein Kantonales Aktionsprogramm ab 2025/2026](#) (GFCH, 2023; Kap. 2.3.1)
- Leitfaden «[Arbeitspapier 61: Wirkungen planen und überprüfen. Leitfaden für Verantwortliche kantonaler Aktionsprogramme](#)» (GFCH, 2022)
- Vorlage für ein Wirkungsmodell pro Lebensphase (GFCH, 2023)
- Wenden Sie sich auch jederzeit mit Fragen an Ihre Bezugsperson bei GFCH. Wir beraten Sie gerne oder organisieren Ihnen weitere Unterstützung.

2 Zweck der KAP-Ziele

- Die KAP-Ziele legen die Arbeitsprioritäten des Programms fest.
- Die Zielformulierung unterstützt die KAP-Leitung bei der Auswahl und Steuerung der Massnahmen sowie in der Kommunikation gegenüber der breiten Öffentlichkeit, politischen Entscheidungsträger*innen und Finanzgeber*innen.
- Für GFCH gelten die KAP-Ziele als Grundlage für die Programmsteuerung (Genehmigung des Konzepts, Grundlage für Zwischen-/Endgespräche) und für die Rechenschaftslegung gegenüber den nationalen, politischen Entscheidungsträger*innen.
- Die Formulierung von Zielen ist eine Voraussetzung, um ein KAP evaluieren zu können.

3 Anforderungen an die KAP-Ziele

3.1 Allgemeine Empfehlungen

Die KAP-Ziele...

- müssen für die vierjährige Dauer des KAP formuliert werden.
- müssen den kantonalen Bedarf und identifizierten Lücken bestmöglich abdecken.
- sollten die Grundsätze (Kap. 2.1) und die Schwerpunkte (Kap. 2.2.2 und 2.2.3), welche in den Rahmenbedingungen vorgegeben sind, berücksichtigen.
- sollten die angestrebten Wirkungen des KAP auf der Outcome-Ebene definieren, sei es in Bezug auf die Mittler*innen, wie Gemeinden, die Multiplikator*innen oder die Zielgruppen.
- sollten nach den SMART Kriterien formuliert werden (siehe unten) oder zumindest mithilfe von Indikatoren operationalisiert werden, mit denen die Zielerreichung überprüft werden kann.

- können die Idee eines Fortschritts vermitteln (z. B. Erhöhung des Bevölkerungsanteils, der durch das KAP erreicht wird; Schaffung eines bewegungsfreundlichen Umfelds).
- können auch auf die Aufrechterhaltung der aktuellen Situation abzielen (z. B. Zugang zu niedrigschwelligen Angeboten).

3.2 Definition Outcome Ziele

Die Ziele in Promotion Digitale sollen sich auf die Outcomes, das heisst die Wirkungen der KAP bei Mittler*innen (wie Gemeinden), Multiplikator*innen und Zielgruppen fokussieren. Die Ziele sollen klar zeigen, was beispielweise andere kantonale Stellen, die Gemeinden, die Eltern, die Mitarbeitenden von Kitas oder Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene und ältere Menschen verändern sollen (z.B. auf Ebene Wissen oder Verhalten). Das nachfolgende einfache Beispiel zeigt die wichtigsten Unterschiede zwischen Umsetzung, Output und Outcomes auf.

| Umsetzung | Output | Outcome Mittler*innen (z.B. Gemeinden) und Multiplikator*innen | Outcome Zielgruppen |
|---|---|---|---|
| 1. Inhalte Flyer erarbeiten 2. Layout gestalten (Fotos, Graphiken) 3. Flyer drucken 4. Flyer verteilen Mittler*innen/Zielgruppen sehen diese Schritte nicht | Znüni-Flyer als Produkt Mittler*innen/Zielgruppen sehen nur den fertigen Flyer | Outcome Kanton: Das Bildungsdepartement verteilt den Flyer an Schulen Outcome Schulen: Die Lehrpersonen besprechen den Flyer im Unterricht mit den Schüler*innen | Outcome Schüler*innen: Schüler*innen wissen, wie ein gesundes Znüni zusammengesetzt ist |

3.3 Anzahl Outcome Ziele

Wie viele Outcome-Ziele ein Konzept umfassen soll, hängt davon ab wie viele Zielgruppen und Massnahmen es abdeckt. Ein Ziel kann nur sinnvoll beurteilt werden, wenn ihm nicht allzu viele Massnahmen zugeordnet sind. Die folgende Tabelle zeigt Richtwerte auf, die als Orientierung für die Anzahl Outcome-Ziele dienen kann.

| | Zielgruppen | Durchschnittliche Anzahl Massnahmen pro Kanton | Richtwert Anzahl Outcome-Ziele |
|---------------|---|--|--------------------------------|
| Phase 1 | 3 Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene) | 35 | 9 |
| Phase 2 | 1 Zielgruppe (Erwachsene) | 9 | 3 |
| Phase 3 | 1 Zielgruppe (ältere Menschen) | 23 | 6 |
| Phase 1 und 3 | 4 Zielgruppen | 50 | 15 |

Kantone, die in den Leistungsvereinbarungen mit ihren Leistungspartnern Outcome-Ziele oder -indikatoren festlegen, können auch diese als Unterziele respektive Indikatoren nutzen. Es ist entsprechend möglich, aber nicht obligatorisch ein Outcome-Ziel pro Massnahme zu formulieren.

3.4 SMART Outcome-Ziele

Formulierung von Outcome-Zielen sollten Sie sich so weit wie möglich an den SMART Kriterien orientieren (vgl. [Arbeitspapier 61](#))

- **Spezifisch (S):** Damit Sie die Ziele gut messen können, ist es hilfreich, die Ziele so spezifisch wie möglich zu formulieren. Die KAP decken allerdings vier Themen (Ernährung, Bewegung, Selbstwirksamkeit, Soziale Teilhabe/Unterstützung), sechs Zielgruppen, sechs Wirkungsdimensionen (Rahmenbedingungen, Koordination Akteure, materielles Umfeld, Befähigung von Multiplikator*innen oder Zielgruppen, Information Bevölkerung) und diverse Settings ab. Entsprechend ist es schwierig, spezifische Outcome-Ziele festzulegen. Sie sollen daher über Unterziele oder Indikatoren präzisiert werden (vgl. nachfolgende Tabelle).
- **Messbar (M):** Ziele sollten möglichst messbar sein. Überlegen Sie, welche bereits vorhandenen Daten Sie für die Zielbeurteilung hinzuziehen können (z.B. Kennzahlen, Fragebogen nach einer Weiterbildung). Neben Zahlen können Sie auch qualitative Informationen nutzen, um die Wirkungen zu beurteilen und zu optimieren. Am Ende eines Projekts kann beispielsweise in einer mündlichen Fragerunde oder über zwei bis drei Telefonate ermittelt werden, was die Projektteilnehmenden gelernt haben und was sie im Alltag umsetzen werden.
- **Anspruchsvoll:** Mit anspruchsvollen Zielen ist gemeint, dass es Anstrengungen braucht, um sie zu erreichen und dass sie Veränderungen der strukturellen Verhältnisse und des Verhaltens avisieren. Veränderung der strukturellen Verhältnisse sind einfach messbar, Verhaltensveränderungen jedoch nicht. Ziele zur Verhaltensveränderungen sollten entsprechend vor allem dann festgelegt werden, wenn sie einer Priorität des KAP entsprechen.
- **Realistisch:** Ihre Outcome-Ziele sollten realistisch sein und die Ressourcen von KAP, Mittler und Zielgruppen berücksichtigen.
- **Terminiert:** In einem KAP gilt, dass die Ziele in einer KAP-Phase von vier Jahren erreicht werden müssen. Allerdings sind auch jährliche Ziele hilfreich für die Überprüfung des Fortschritts. Dies wird jedoch erst mithilfe der Indikatoren endgültig festgelegt (siehe Rahmenbedingungen KAP ab 2025/2026, Kap. 2.3)

| Oberziel | Unterziel (ohne Soll-Wert) | Indikator (mit Soll-Wert) |
|--|---|---|
| <i>Promotion Digitale: Titel Ziele</i> | <i>Promotion Digitale: Beschreibung Ziele</i> | <i>Promotion Digitale: Beschreibung Ziele</i> |
| <i>Obligatorisch</i> | <i>Empfohlen, wenn die Oberziele nicht genügend SMART sind.</i> | <i>Freiwillig, als Ergänzung oder Alternative zu Unterzielen</i> |
| <i>Beurteilung: über Unter- ziele und/oder Indikatoren</i> | <i>Beurteilung: Qualitativ, von Projektlei- tenden und/oder -teilnehmenden</i> | <i>Beurteilung: Kennzahlen, Schriftliche Befragung am Ende von Weiterbildungen/ Workshops/ Kursen</i> |
| <i>Der Kanton schafft ge- sundheitsfördernde Rah- menbedingungen</i> | <i>Die Dienststelle Soziales integriert die Themen Bewegung und Ernährung ins Leitbild frühe Förderung Das Bildungsdepartement schafft ein Kompetenzzentrum psychische Ge- sundheit für Schulen</i> | <i>2 neue politische und organisatori- sche Rahmenbedingungen</i> |

| | | |
|--|---|--|
| <i>Die kantonalen Akteure koordinieren sich</i> | <i>Die kantonalen Akteure nehmen am Vernetzungstreffen teil Die kantonalen Akteure führen gemeinsame Projekte durch</i> | <i>100 Akteure nehmen am Vernetzungstreffen teil. 4 Akteure führen gemeinsam ein neues Projekt durch</i> |
| <i>Die Mittler*innen (z.B. Gemeinden) schaffen ein gesundheitsförderndes materielles Umfeld</i> | <i>Die Gemeinden schaffen neue Bewegungsangebote für Kinder, Jugendliche und ältere Menschen Die Schulen sorgen für eine ausgewogene Ernährung in ihren Tagesstrukturen</i> | <i>Die Gemeinden schaffen 20 neue Bewegungsangebote 10 Schulen sorgen für eine ausgewogene Ernährung in ihren Tagesstrukturen</i> |
| <i>Die Multiplikator*innen sind befähigt, die physische und psychische Gesundheit bei den Zielgruppen zu fördern</i> | <i>Die Kita-Mitarbeitenden wissen, wie sie die Selbstwirksamkeit von Kindern stärken können Die Lehrpersonen thematisieren ausgewogene Ernährung im Unterricht</i> | <i>80 % der Kita-Mitarbeitenden wissen, wie sie die Selbstwirksamkeit von Kindern stärken können 70% der Lehrpersonen thematisieren ausgewogene Ernährung im Unterricht.</i> |
| <i>Die Zielgruppen sind befähigt, zu ihren physischen und psychischen Gesundheit Sorge zu tragen.</i> | <i>Jugendliche kennen Hilfsangebote bei psychischen Krisen Die älteren Menschen setzen Schritte für die psychische Gesundheit um</i> | <i>66 % der Jugendlichen kennen Hilfsangebote bei psychischen Krisen Ältere Menschen setzen im Schnitt 5 Schritte für die psychische Gesundheit um.</i> |
| <i>Die Bevölkerung ist über Gesundheitsthemen informiert</i> | <i>Die Bevölkerung nimmt an den Veranstaltungen zur psychischen Gesundheit teil</i> | <i>1'500 Personen nehmen an den Veranstaltungen zur psychischen Gesundheit teil.</i> |

3.5 Zuordnung der Massnahmen zu den Zielen

Damit die Ziele gut beurteilt werden können, ist es wichtig, dass eine Massnahme, wenn möglich nur einem Ziel zugeordnet wird. Zudem sollen pro Ziel nicht zu viele Massnahmen zugeordnet werden. Bei der Zuordnung der Massnahmen zu den Zielen können **Wirkungsmodelle** helfen. Sie helfen auch zu überlegen, was man bei den Mittler*innen oder Zielgruppen mit den Massnahmen erreichen möchte.

Die Wirkungsmodelle können nach **Wirkungsdimensionen** oder **Settings** strukturiert werden. Die nachfolgenden Beispiele dienen als Inspiration für mögliche Ober- und Unterziele. Diese sollten aber an den kantonalen Kontext angepasst werden.

Wirkungsmodell nach Wirkungsdimension

| | Output | Outcome Mittler*innen (z.B. Gemeinden) und Multiplikator*innen | Outcome Zielgruppe | Impact |
|--------------------------------|---|---|---|---|
| Rahmenbedingungen | <p>P: Leitbild frühe Förderung</p> <p>P: Kompetenzzentrum psychische Gesundheit Schulen</p> | <p>Der Kanton schafft gesundheitsfördernde Rahmenbedingungen (Oberziel in 1 PD)</p> <p>Die Dienststelle Soziales greift das Thema Soziale Unterstützung im Leitbild frühe Förderung auf (Unterziel in PD)</p> <p>Das Bildungsdepartement schafft ein Kompetenzzentrum psychische Gesundheit für Schulen (Unterziel in PD)</p> | | <p>Kinder und Jugendlichen</p> <ul style="list-style-type: none"> • verfügen über eine verbesserte, psychische Gesundheit. • leiden seltener an Folgeerkrankungen von Bewegungsmangel und Fehlernährung • Gesundheitskosten, die durch NCDs und psychische Erkrankungen entstehen, gehen zurück. • Gesundheitliche Ungleichheiten nehmen ab |
| Materielles Umfeld | <p>I: Bewegung in Gemeinden</p> <p>I: Offene Turnhallen</p> <p>I: Fourchette Verte</p> | <p>Die Mittler*innen schaffen gesundheitsfördernde Strukturen (Oberziel 2 in PD)</p> <p>Die Gemeinden schaffen neue Bewegungsangebote (offene Turnhallen, Spielplätze usw.) für Kinder und Jugendliche (Unterziel in PD)</p> <p>Die Schulen sorgen für eine ausgewogene Ernährung in ihren Tagesstrukturen (Unterziel in PD)</p> | <p>Kinder und Jugendliche bewegen sich regelmässig in Gemeinden (Kein Unterziel in PD)</p> <p>Kinder und Jugendliche ernähren sich in den Tagesstrukturen ausgewogen (Kein Unterziel in PD)</p> | |
| Befähigung Multiplikator*innen | <p>I: Znüniflyer</p> <p>I Gorilla</p> <p>I: MindMatters</p> <p>I: Tina und Toni</p> | <p>Die Multiplikator*innen sind befähigt, die physische und psychische Gesundheit bei den Zielgruppen zu fördern (Oberziel 3 in PD)</p> <p>Die Lehrpersonen wissen, wie sie die Selbstwirksamkeit von Kindern stärken können (Unterziel in PD)</p> <p>Die Lehrpersonen thematisieren ausgewogene Ernährung im Unterricht (Unterziel in PD)</p> | <p>Kinder erleben in der Schule eine Stärkung ihrer Selbstwirksamkeit (Kein Unterziel in PD)</p> <p>Kinder wissen, wie sie sich ausgewogen ernähren können (Unterziel in PD)</p> | |
| Befähigung Zielgruppe | <p>Ö: «Wie geht es dir»</p> <p>I: 147 Notrufnummer</p> <p>I: Feel-OK</p> <p>I: Atelier Suizidprävention</p> | | <p>Die Zielgruppen sind befähigt, zu ihren physischen und psychischen Gesundheit Sorge zu tragen (Oberziel 4 in PD)</p> <p>Jugendliche kennen Hilfsangebote bei psychischen Krisen (Unterziel in PD)</p> | |

Wirkungsmodell nach Settings

| | Output | Outcome Mittler*innen (z.B. Gemeinden) und Multiplikator*innen | Outcome Zielgruppe | Impact |
|------------------|--|---|---|--|
| Kanton | <p>P1: Leitbild frühe Förderung P2: Kompetenzzentrum psychische Gesundheit Schulen</p> | <p>Der Kanton schafft gesundheitsfördernde Rahmenbedingungen (Oberziel 1 in PD) Die Dienststelle Soziales greift das Thema Soziale Unterstützung im Leitbild frühe Förderung auf (Unterziel in PD) Das Bildungsdepartement schafft ein Kompetenzzentrum psychische Gesundheit für Schulen (Unterziel in PD)</p> | | <p>Kinder und Jugendlichen</p> <ul style="list-style-type: none"> • verfügen über eine verbesserte, psychische Gesundheit. |
| Gemeinden | <p>I: Bewegung in Gemeinden I: Offene Turnhallen</p> | <p>Die Gemeinden schaffen gesundheitsfördernde Rahmenbedingungen (Oberziel 2) Die Gemeinden schaffen neue Bewegungsangebote (offene Turnhallen, Spielplätze usw.) für Kinder und Jugendliche (Unterziel in PD)</p> | <p>Kinder und Jugendliche bewegen sich regelmässig in Gemeinden (Kein Unterziel in PD)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • leiden seltener an Folgeerkrankungen von Bewegungsmangel und Fehlernährung |
| Schulen | <p>I: Fourchette Verte I: Znünyflyer I Gorilla I: MindMatters I: Tina und Toni</p> | <p>Die Schulen schaffen ein gesundheitsförderndes Umfeld für Kinder und Jugendliche (Oberziel 3) Die Schulen sorgen für eine ausgewogene Ernährung in ihren Tagesstrukturen (Unterziel in PD) Die Lehrpersonen thematisieren ausgewogene Ernährung im Unterricht (Unterziel in PD) Die Lehrpersonen wissen, wie sie die Selbstwirksamkeit von Kindern stärken können (Unterziel in PD)</p> | <p>Kinder und Jugendliche ernähren sich in den Tagesstrukturen ausgewogen (Kein Unterziel in PD) Kinder wissen, wie sie sich ausgewogen ernähren können (Unterziel in PD) Kinder erleben in der Schule eine Stärkung ihrer Selbstwirksamkeit (Kein Unterziel in PD)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitskosten, die durch NCDs und psychische Erkrankungen entstehen, gehen zurück. |
| Freizeit | <p>Ö: «Wie geht es dir» I: 147 Notrufnummer I: Feel-OK I: Atelier Suizidprävention</p> | | <p>Die Zielgruppen sind befähigt, zu ihren physischen und psychischen Gesundheit Sorge zu tragen (Oberziel 4 in PD) Jugendliche kennen Hilfsangebote bei psychischen Krisen (Unterziel in PD)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitliche Ungleichheiten nehmen ab. |