



Hochschulforum
Digitalisierung

Schritt für Schritt zur Mental Health Sichtbarkeitskampagne an Ihrer Hochschule

Handlungsempfehlungen für Lehrende,
Studierende, Hochschulgruppen und
Akteure im Gesundheitsmanagement

Tanja Brock, Jan Schuhr, Barbara Einig
enhance – Mental Health im Kontext von Digitalisierungs-
prozessen an Hochschulen
Evangelische Hochschule Dresden (ehs Zentrum)



Inhalt

Einleitung

S. 3

Zur Relevanz von Sichtbarkeitskampagnen an Hochschulen

S. 4

Rahmenbedingungen

S. 5

Von Schritt zu Schritt

Schritt 1: Analyse & Bestandsaufnahme

S. 8

Schritt 2: Entwicklung Formate

S. 9

Schritt 3: Vorbereitung & Durchführung

S. 13

Schritt 4: Bewerbung

S. 19

Schritt 5: Bilanz

S. 20

Literatur

S. 22

Einleitung

Mental Health bzw. **die psychische Gesundheit** hat in den letzten Jahren immer mehr Bedeutung gewonnen und scheint **kein Tabu-Thema** mehr zu sein. Aktionen, wie der weltweite Mental Health Day oder Auseinandersetzungen auf Social Media Plattformen unter #mentalhealth, zeigen die generationen- und länderübergreifende Relevanz. Das offene Gespräch sowie eine Beschäftigung mit der Thematik sollten jedoch nicht nur eine individuelle Aufgabe darstellen. Vielmehr muss **eine entsprechende Sensibilisierung auch auf organisationaler Ebene stattfinden.**

Bildungseinrichtungen, wie beispielsweise Hochschulen, sind hierbei besonders gefordert, **Studierende in ihren unterschiedlichen Lebenslagen zu erreichen und gesundheitsfördernde Bedingungen für ihr Studium zu schaffen.**

Dabei stellt sich vor allem die Frage, wie die **Informationen** über die verschiedenen Beratungsangebote, digitale Interventionen, physischen Anlaufstellen und Ansprechpersonen **an die Studierenden herangetragen werden** und auf dem gesamten Campus, inklusive der Web-Präsenz (hochschuleigene Webseite sowie Social Media Plattformen), **gut sichtbar gestaltet** werden. Das ist vor allem eine **strategische Aufgabe der Hochschulleitung, des (studentischen) Gesundheitsmanagements sowie der Öffentlichkeitsarbeit.**

Die Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Planung und Umsetzung einer Mental-Health-Sichtbarkeitskampagne wurde im Rahmen des Forschungs- und Praxisentwicklungsprojekts [enhance](#) entwickelt und in Kooperation mit dem [HFD-Thinktank "Wellbeing im digitalen Zeitalter an Hochschulen"](#) über das HFD veröffentlicht.

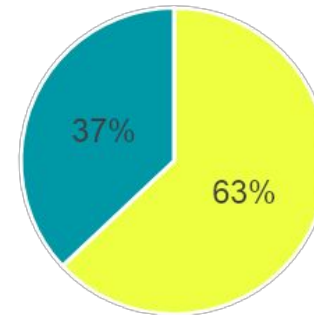
Zur Relevanz von Sichtbarkeitskampagnen an Hochschulen

Empirische Eindrücke aus dem enhance-Projekt

Und zum anderen finde ich es halt irgendwie schön, dass **mentale Gesundheit** irgendwie **gesamtgesellschaftlich mehr Aufmerksamkeit** bekommt und irgendwie mehr darüber geredet wird. Und deswegen finde ich, muss es irgendwie dann **auch an der Uni** stattfinden.

... wenn es dir gerade richtig rüdig geht, dann willst du **halt einfach so einen Zettel bekommen** wo drauf steht an wen kann ich mich wenden so. Und das kann man ja super **digital** machen.

Kenntnis von psychosozialen
Beratungsangeboten für
Studierende
(n = 5474)



■ ja ■ nein/weiß ich nicht

Rahmenbedingungen

Ein partizipatives Projekt von Studierenden

Die Anleitung folgt dem konkreten Beispiel einer Sichtbarkeitskampagne, die im Wintersemester 2023/24 an der Evangelischen Hochschule Dresden realisiert wurde. Sie entstand als Resultat einer Studium-Generale-Veranstaltung. Ursprüngliches Ziel war es, in gegenwärtigen Lern- und Bildungskontexten studentische Partizipation und Mental Health besser miteinander zu verknüpfen. Nach einem methodischen Zugang zu Überlegungen bezüglich einer utopischen Hochschulgestaltung ("Die Reise zur besten Hochschule der Welt") standen die Themen Sichtbarkeit, Informiertheit, Öffentlichkeit und Sensibilisierung im Fokus der Auseinandersetzung.

Somit entstand das Vorhaben der Planung und Durchführung einer Sichtbarkeitskampagne an der Hochschule. Dabei bestand die Aufgabe der Kursanleiter:innen darin, Ideen zu sammeln und zu systematisieren, Kontakte zu relevanten Hochschulakteur:innen herzustellen sowie die Abrechnung der Ausgaben über Projektgelder.



(Bildquelle: www.pixabay.com)

Rahmenbedingungen

Ein partizipatives Projekt von Studierenden

FACTS

- Studium Generale „Mental Health Mitgedacht & Mitgemacht. Eine Aufgabe von Allen für Alle“ im Studienfach Soziale Arbeit (B.A./M.A.)
- 6 Termine à 3h im Wintersemester 2023/24; hybrid
- Creditpunkterwerb 2 CP
- Insg. 11 Studierende und 2 Kursanleiter:innen
- Organisation und Kollaboratives Arbeiten über:
 - **Stud.IP** (Fragebögen, Wikis, Dokumentenablage, Meetings)
 - **canva** (Gestaltung) und
 - **Miro** (Brainstorming Ideen)
 - Budget: 500 Euro



Hochschulforum
Digitalisierung



enhance

Alternative Rahmungen

SGM – Studentisches Gesundheitsmanagement

Sofern an der Hochschule SGM bereits umgesetzt wird bzw. sich in Planung befindet, lassen sich auch diese Ressourcen nutzen, um eine Sichtbarkeitskampagne durchzuführen. Erster Schritt des SGM ist eine **umfängliche Analyse zur gesundheitlichen Situation der Studierenden**, z.B. über Interviews, Fokusgruppen und Surveys. Somit lassen sich **spezifische Problemlagen und Bedarfe der Studierenden** identifizieren und Adressat:innengruppen für bestimmte Interventionen bestimmen. Über diese Differenzierung lassen sich **themenspezifische Sichtbarkeitskampagnen** entwickeln, die bspw. einen Studiengang oder eine besonders belastete Gruppe adressieren. Die **Partizipation Studierender** bildet dabei ein Kernprinzip des SGM, da sie als Expert:innen ihrer Lebenswelt die Interventionen am besten gestalten sowie als Multiplikator:innen gesundheitsfördernder Hochschulen fungieren können.



[Vgl. ausführlicher zum SGM](#)



Hochschulforum
Digitalisierung



enhance

Schritt 1: Analyse & Bestandsaufnahme

Die eigene Hochschule kennenlernen

Zielführende Fragen

Welche Angebote sind bisher bei den Studierenden bekannt?

Welche Anlaufstellen und Ansprechpersonen zum Thema Mental Health gibt es?

Welche Angebote gibt es zum Thema Mental Health für Studierende?

Wie sind diese Informationen aufbereitet? (Website-Präsenz, Aushänge am Campus, mehrsprachig)?



Liegen Ergebnisse aus Befragungen und Studie zur eigenen Hochschule bereits vor?



Eigene Recherche und Analyse zu den Fragen

Information Gap:

Studierende sind nicht ausreichend über bestehende Möglichkeiten, Ressourcen, Rechte und Beratungsstellen informiert. Weder im Web noch auf dem Campus werden diese Informationen adäquat sichtbar gemacht.



Schritt 2: Entwicklung Formate

Welche Lösungsfelder leiten sich aus den Analyseergebnissen ab?

Informations- und Wissensvermittlung

Sichtbare Platzierung vorhandener Ressourcen, Angebote, Anlaufstellen und Ansprechpersonen; Einblick in allgemeine Studienlage über psychische Gesundheit von Studierenden

Empowerment und Support

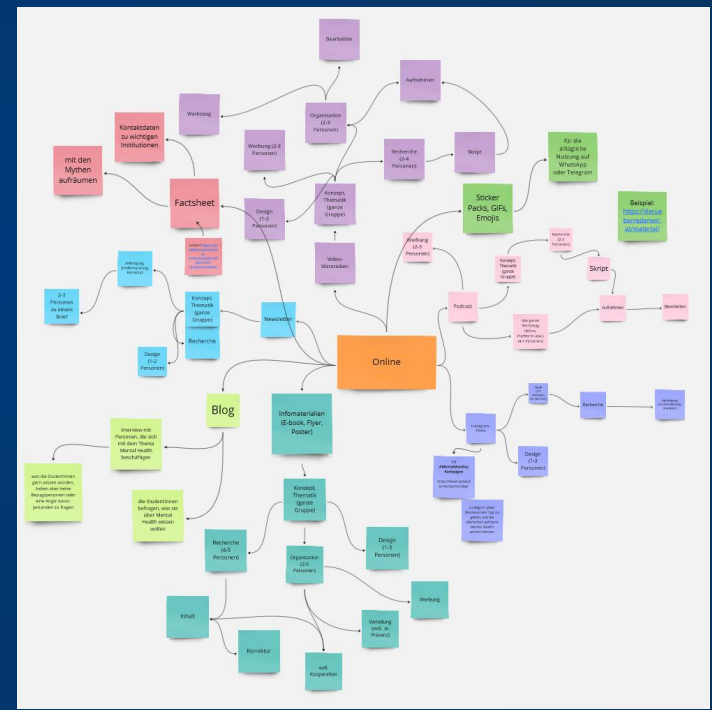
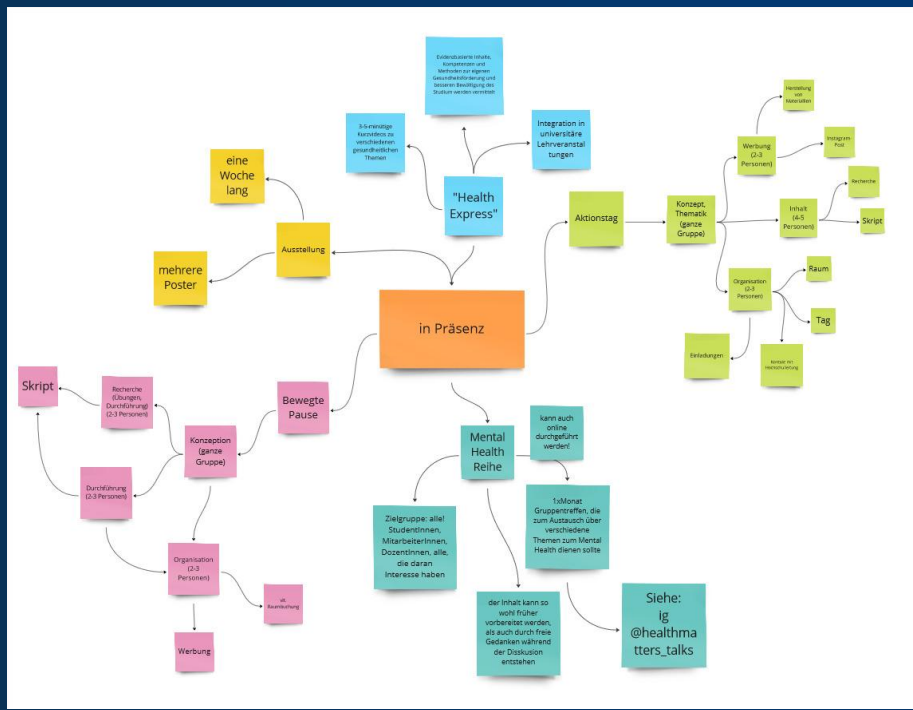
Motivierende und positive Ansprache der Studierenden und Einladung zur Partizipation am Diskurs über Mental Health; Wertschätzende Kommunikation und Honorierung der alltäglichen Studienleistung

Sensibilisierung und Entstigmatisierung

Enttabuisierung psychischer Krankheiten; Entstigmatisierung der Inanspruchnahme von Hilfe; Sensibilisierung sämtlicher Hochschulakteur:innen für Mental Health



Schritt 2: Entwicklung Formate



Ausschnitt aus dem Miro Board über mögliche Formate

Schritt 2: Entwicklung Formate

Kollaboratives Arbeiten

Im Zentrum der Entwicklung der Formate stand das kollaborative Arbeiten. Es wurde gemeinsam über konkrete Formate, das Design und die Inhalte abgestimmt. Bei der asynchronen Arbeit an den Formaten kamen digitale Anwendungen wie Stud.IP (Wiki, Fragebogen-Tool zur Abstimmung) und Canva (Gestaltung, Designentwürfe) zum Einsatz.



Hochschulforum
Digitalisierung



enhance

Schritt 2: Entwicklung Formate



Format 1: Poster-Ausstellung

Insgesamt elf A1 Poster informieren über Ansprechpersonen und Anlaufstellen an der Hochschule und der Stadt und geben einen Einblick in die Studienlage zur psychischen Gesundheit Studierender. Außerdem wurden drei Sprüche ausgewählt, die für das Thema Mental Health sensibilisieren.

Format 2: Motivierende Postkarten

Auf dem gesamten Campus sollen Postkarten mit motivierenden Sprüchen verteilt werden. Auf der Rückseite befindet sich ein QR-Code, der zu einer Übersicht mit sämtlichen Hilfe- und Anlaufstellen führt.

Format 3: Interaktive Selbstlobmaschine

Eine sichtbar platzierte Installation auf dem Campus lädt dazu ein, sich eine Portion Selbstlob abzuholen.



Schritt 3: Vorbereitung & Durchführung

Vorbereitung

Checkliste Vorbereitung

- ✓ Haben wir einen günstigen Termin und Raum für den Aufbau der Kampagne?
- ✓ Haben wir alle wichtigen Akteur:innen informiert?
- ✓ Ist die Kampagne im Einklang mit der Brandschutzverordnung der Hochschule?
- ✓ Haben wir ein realistisches Zeitmanagement und Verantwortungen geklärt?
- ✓ Für welche Dauer haben wir die Kampagne geplant?
- ✓ Soll die Kampagne in nachhaltige Strukturen implementiert werden?
- ✓ Anfertigung Materialliste
- ✓ Erteilung Druckauftrag

Schritt 3: Vorbereitung & Durchführung

Durchführung

Checkliste Durchführung

- ✓ Haben wir genügend Zeit für den Aufbau eingeplant?
- ✓ Ist der haustechnische Dienst informiert und kann uns beim Aufbau unterstützen?
- ✓ Haben wir notwendiges Werkzeug parat (z.B. Lineal, Schere, Seile für Aufhängung, Leiter usw.)?



Der Aufbau als Event



Der Aufbau der Kampagne sollte gemäß ihrer Zielführung sicht- und hörbar sein. So können Gespräche mit neugierigen Studierenden und Hochschulmitarbeitenden initiiert werden.



Die Kampagne

Eindrücke (Poster-Ausstellung)

Wie geht's?
Eine Sichtbarkeitskampagne zum Thema Mental Health.

Das **SG Mental Health Mitgedacht & Mitgemacht - Eine Aufgabe von Allen für Alle** hat es sich zur Aufgabe gemacht, das Thema psychische Gesundheit von Studierenden auf dem Campus sichtbar zu machen.

MH

Informationen zu Hilfsangeboten, wichtigen Anlaufstellen, aktuellen Studienergebnissen

(De-)motivierenden Sprücheboxen im Hauptgebäude

Interaktiver Selbstlob-Maschine im Hof

Initiiert durch das Sächsische Studentinnenforum für Wissenschaft, Kultur und Tourismus

Hilfe-Hürden

An **19%** der 1041 ratsuchenden Studierenden konnte die psychosoziale Beratung des Studentenwerkes Dresden 2022 **aus Kapazitätsgründen keinen Termin vergeben**. (1)

Durchschnittliche **Wartezeit auf einen ersten Termin** in der Richtlinienpsychotherapie in Sachsen: **5 Monate + 3 Wochen** (2)

Gründe für Hilfevermeidung: (3)

- Geringe Gesundheitskompetenz
- (Angst vor) Stigmatisierung
- Fehlende Überwindungskraft
- Keine Zeit

Personen dieser Sozialkategorien vermeiden eher Hilfe: (4)

- Männlich,
- Persons of Color,
- Studierende in der ersten Generation,
- Menschen mit niedrigem sozioökonomischen Status

Kenntnis sächsischer Studierender (n=5510) über psychosoziale Beratung an ihrer Hochschule: (3)

37% "nein/weiß nicht" | 63% "Ja"

Nachweise:
(1) Studentenwerk Dresden (2022) Tätigkeitsbericht Psychosoziale Beratungsstelle, (2) BundesPsychologinnenkammer (2018) Ein Jahr nach der Reform der Psychotherapie-Richtlinie, (3) Günthner et al. (2022) Differences in Help-Seeking Behavior among University Students during the COVID-19 Pandemic: Depending on Mental Health Status: Results from a Cross-Sectional Survey, (4) Osborn et al. (2022) University students' use of mental health services: A systematic review and meta-analysis. Int. J. Ment. Health Syst. 2022; 16, 97

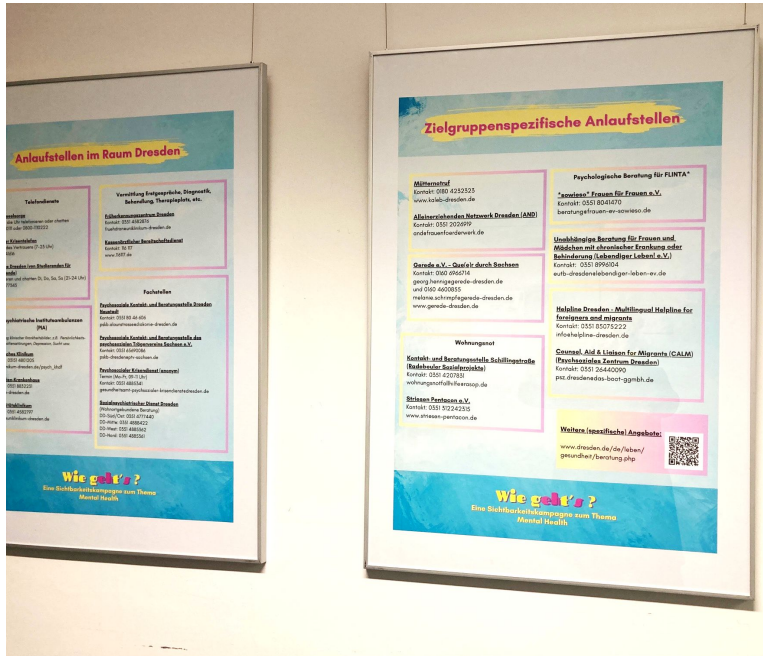
Wie geht's?
Eine Sichtbarkeitskampagne zum Thema Mental Health

Make your mental health a priority

Wie geht's?
Eine Sichtbarkeitskampagne zum Thema Mental Health

Die Kampagne

Eindrücke (Poster-Ausstellung und Postkarten)



Die Kampagne

Eindrücke (Interaktive Selbstlobmaschine)



**Selbstlob-
maschine**

**Liebe Studierende,
Dozierende und
Angestellte,**

Sie leisten Großes!

**Hiermit sind Sie herzlich
eingeladen sich auch mal
selbst zu loben.**

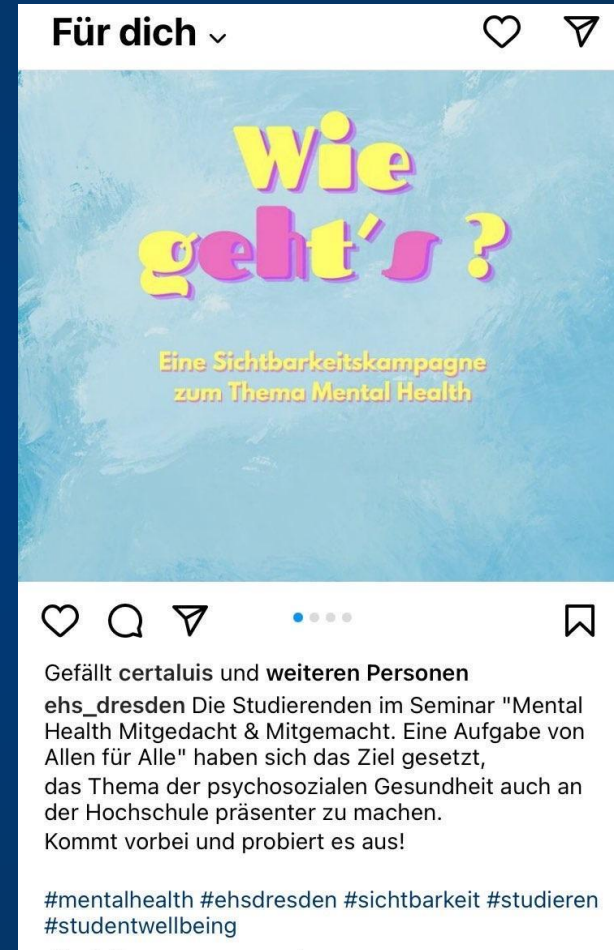
Wie geht's ?
Eine Sichtbarkeitskampagne zum Thema
Mental Health



Schritt 4: Bewerbung

„Was ist das denn?“

- Bewerbung über den E-Mail-Studierenden- und Dozierenden-Verteiler der Hochschule.
- Bewerbung über den hochschuleigenen Instagram-Account (ausreichend Vorlauf einplanen, damit der Post zeitgünstig in den Redaktionsplan aufgenommen werden kann).
- Zu Beginn des Semesters erneute Verteilung von Postkarten auf dem Campus.



Schritt 5: Bilanz

Feedback – Wie wurde die Kampagne aufgenommen?

- Postkarten waren schnell vergriffen.
- Viel positives Feedback über E-Mails von Kolleg:innen.
- Interaktive Selbstlobmaschine versammelte eine Gruppe Neugieriger vor sich.
- Kolleg:innen vervielfältigten die Poster, um beispielsweise an ihrer Bürotür auf Ansprechpersonen und Anlaufstellen aufmerksam zu machen.



Schritt 5: Bilanz

Learnings – Was könnte man besser machen?

Der besondere Rahmen des Studium Generale brachte einige Limitationen (vor allem knappe Zeitressourcen) mit sich, die in langfristig angelegten Projekten umgangen werden können. Folgende Punkte haben wir aus unserer Erfahrung mitgenommen:

- **Ausbau digitaler Formate:** Die Bestandsaufnahme hat u. a. gezeigt, dass die Sichtbarkeit von Gesundheitsangeboten sowie wichtigen Ansprechpersonen gerade im Web ausbaufähig ist. Hier ist eine Umstrukturierung der Webseite mit dem Ziel einer besseren inhaltlichen Übersicht über sämtliche Angebote geboten.
- **Inklusion:** Die Angebote sollten natürlich alle Studierenden ansprechen. Insofern sind vor allem Übersichten über Hilfestellen und Ansprechpersonen mehrsprachig zu gestalten.
- **Nachhaltigkeit:** Die Sichtbarkeit sollte über die Kampagne hinaus wirken. Hier empfiehlt es sich, bereits früh relevante Hochschulakteur:innen (z.B. Hochschulleitung, Gesundheitsmanagement) mit einzubeziehen um über eine nachhaltige Verankerung der entwickelten Formate bzw. eine langfristige Weiterentwicklung nachzudenken.

Literatur

Guenther, L et al. (2023) Differences in Help-Seeking Behavior among University Students during the COVID-19 Pandemic Depending on Mental Health Status: Results from a Cross-Sectional Survey. Behavioral Sciences. 2023; 13(11):885. <https://doi.org/10.3390/bs13110885>

Die Techniker (Hrsg.) (2019) SGM - Studentisches Gesundheitsmanagement. Handlungsempfehlung zu Theorie und Praxis. [Online Dokument](#)

Diese Handlungsempfehlungen wurden im Rahmen des Forschungs- und Praxisentwicklungsprojekts enhance (Mental Health im Kontext von Digitalisierungsprozessen an Hochschulen) entwickelt. Das Projekt wird gefördert durch das Sächsische Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus.

Unser Dank gilt den engagierten Studierenden der Evangelischen Hochschule Dresden, die maßgeblich zur Sichtbarkeitskampagne beigetragen haben. Außerdem danken wir dem Hochschulforum Digitalisierung, insbesondere Tina Basner für die tolle Kooperation und die Möglichkeit der Publikation.

Weitere Informationen zum Thema “Wellbeing und Mental Health im digitalen Zeitalter an Hochschulen” finden Sie auf der Website des HFD: <https://hochschulforumdigitalisierung.de/wellbeing-digital/>



Dieses Werk ist unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>. Von dieser Lizenz ausgenommen sind Organisationslogos sowie falls gekennzeichnet einzelne Bilder und Visualisierungen.

Zitierhinweis:

Brock, Schuhr, Einig (2024): Schritt für Schritt zur Sichtbarkeitskampagne an Ihrer Hochschule. Hochschulforum Digitalisierung.