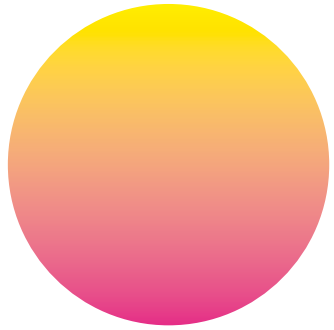


mail@manuelakind.ch **Manuela Kind Grafik**



mail@manuelakind.ch

Cambodia +855 97 892 1626

Switzerland +41 79 776 86 14

facebook.com/manuelakind.ch facebook.com/manuelakind.ch

languages **Deutsch, English, Français, Italiano, Español, Khmer**

Selected Work

projects

branding and design strategy
communication design for print and web
exhibition and wayfinding design
illustration and information design

selected clients

arts & culture

Épisodes Culturels art event series CH
MIRAGE Collective, Siem Reap KH
OpenAir St.Gallen music festival CH *
Panorama Dance Theater, dance company & productions CH

educational & social initiatives

Angkor Hospital for Children, Siem Reap KH
Customs-Museum of Appenzell, Urnäsch CH *
Department for Education, St.Gallen CH *
Department for Sports and Health at University Basel CH
Folklore-Museum of Appenzell, Stein CH *
HAVEN Training Restaurant, Siem Reap KH
OdAGS Organization of education in health and social professions, St.Gallen CH *
Peace Gallery (Centre for Peace and Conflict Studies), Battambang KH
Refill Not Landfill, initiative to reduce plastic waste, Siem Reap KH
War Remnant Museum, community & education center, Siem Reap KH
Zupferei, atelier & workshops for people with different abilities, Tobel CH

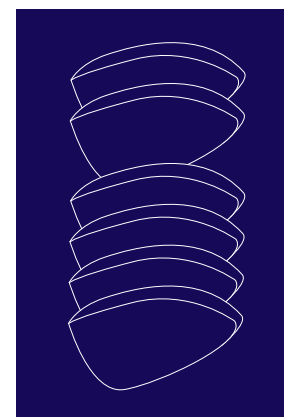
commercial & public services

The Bean Embassy, specialty coffee, roastery and training center, Siem Reap KH
Christina Kind consulting, Weinfelden CH
Grasshopper Adventures Asia, Siem Reap KH
Koulen Central Hotel & Shopping Mall, Siem Reap KH
Restaurant Lucky Elephant, Hampi IN
SAIKOU Japanese Izakaya, Siem Reap KH
Typotron AG, high-end printing house, St.Gallen CH *
Universal Postal Unions Magazine (United Nations), Bern CH *

* in collaboration with Die Gestalter AG, St.Gallen

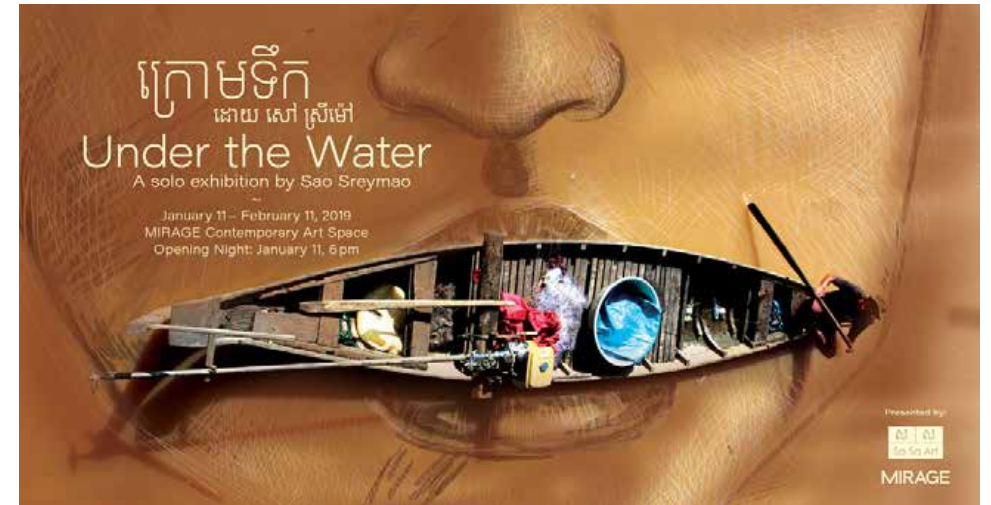
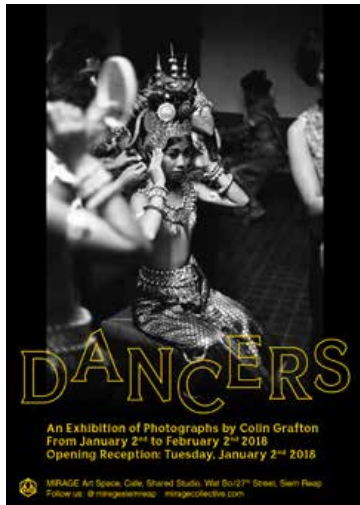
សៃគូ SAIKOU

JAPANESE IZAKAYA



client Izakaya Restaurant «Saikou», Siem Reap KH

project corporate design and illustration, typeface development (khmer), menu and set design, signage



client MIRAGE Contemporary Art Space

project Communication design for various art exhibitions and events

Refill
~~NOT LANDFILL~~
refillasia.com





<p>Struktur</p> <p>Die zeitgemässe Schule mit ihren Supportdiensten braucht für die optimale Steuerung eine übergeordnete strategische Führung. Diese kann ausschliesslich einer politisch legitimierten Behörde anvertraut werden. Folgerichtig steht diese auch der operativen Gesamtführung vor. Die operative Gesamtführung trägt die Verantwortung für die Umsetzung der Strategie, die Koordination der verschiedenen Schuleinheiten und den Einsatz der ergänzenden und unterstützenden Angebote und Leistungen (Schulgesundheits- und Schulpsychologische Dienste etc.), welche die Städte dank ihrer Grösse eigenständig allen Schuleinheiten zur Verfügung stellen können.</p> <p>Die Strukturen müssen gewährleisten, dass bei den Abstimmungen und Aktionen der Schulkonzepte beachtet wird, wie die Kompetenzen, Funktionen und Prozesse festgelegt sind. Es müssen Entscheidungsprozesse definiert werden, welche dem Prinzip der Subsidiarität genügen bei gleichzeitiger Garantie der Mitwirkung der unmittelbar Verantwortlichen. Damit wird es den Quartarschulen möglich, eigenständige Profile zu entwickeln unter gleichzeitiger Einhaltung übergeordneter städtischer Vorgaben. Das stellt hohe Anforderungen an die Führung der Schulen.</p>	<p>Konkret bedeutet das für die einzelnen Führungsebenen, dass</p> <ul style="list-style-type: none">- die strategische Schulführung einer politisch legitimierten Behörde obliegt, für welche zentralisiert ein Exekutivmitglied agiert- die operative Führung - diese führt in der Regel auch das zuständige Amt - die Verantwortung über die Schulen und den Schulbetrieb trägt- die Schulleitungen der operativen Leitung (alleinstufige oder mehrstufige) unterstellt sind und die einzelnen Schuleinheiten führen- je nach Grösse der Schulorgane zwischen der operativen Leitung und der Schulleitung eine weitere Führungsebene besteht <p>Diese Struktur gewährleistet die gemeinsame Ausrichtung und Entwicklung der Schulen. Selbstverständlich müssen Aufgaben, Kompetenzen, Verantwortungen und Mitverantwortlichkeiten der Anspruchsgruppen auf allen Stufen geklärt sein. Zu beachten ist auf jeder Stufe eine Führungsparadoxie, die eine effektive und effiziente Führung erlaubt:</p> <p>Kontraproduktiv sind</p> <ul style="list-style-type: none">- Parallelstrukturen in der Führungsverantwortung- Operative Kompetenzen auf der strategischen Ebene- Unklare Regelungen der Zuständigkeiten- Lange, ineffiziente Entscheidungswege- Mangelnde Transparenz und Kontrollmöglichkeit bei den verschiedenen Entscheidungsprozessen- Unklare Mitbestimmungsmöglichkeiten <p><small>! Die zuständige Verwaltungseinheit wird je nach Stadt unterschiedlich bezeichnet: Bereich, Division, Dienststelle, Abteilung, etc.</small></p>	<p>Strategie</p> <p>Die Städte sind für viele Entwicklungen beimographen und deshalb oft bildungspolitische Vorreiterinnen. Sie müssen Veränderungen rasch antizipieren und in eine geeignete gemeinschaftliche Strategie aufgliedern lassen. Diese Strategie hat in Übereinstimmung mit kantonalen Vorgaben zu stehen. Die Schnittstelle zum Kanton muss die oberste Führungsebene garantieren.</p> <p>Die Strategieentwicklung und ihre Überprüfung erfolgt unter Führung der politisch und operativ Verantwortlichen. Im Wissen, dass eine Strategie dann zielführend ist und am meisten Wirkung entfaltet, wenn alle Akteureinnen und Akteure ein Strategieverständnis erlangt haben, braucht es für die Strategieentwicklung und Überprüfung neben den Fachpersonen in den Schulen den Input von Elternräten, Migrationfachleuten und Vertretern von nachfolgenden Ausbildungsstellen der Sekundarstufe II.</p> <p>Als hilfreich hat sich auf städtischer Ebene die Installation eines Dreiergremiums erwiesen, welches aus kompetenten, gut vernetzten Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Bildung besteht und die Schule mit Anregungen sowie Feedbacks vorwiegend kritisch und unterstützend begleitet. Dieses Gremium wird von den politisch und operativ Verantwortlichen einberufen und trifft sich nach Bedarf.</p> <p>Kontraproduktiv sind</p> <ul style="list-style-type: none">- Kurzfristige Veränderung von Zielsetzungen- Mangelnde Überprüfung und Evaluation der Zielerreichung- Unklarheiten bei der Zustandigkeit für die Festlegung der Ziele- Veränderungen, die sich ausschliesslich durch Bedürfnisse der in der Schule aktiven Personen legitimieren- Ziele, die sich einseitig auf einzelne wenige Einflussfaktoren abstützen
--	--	---



client Union Postale Magazine (United Nations), Bern CH
project Magazine, published quarterly. Editorial design, information design
credits & image copyright Die Gestalter AG, St.Gallen CH

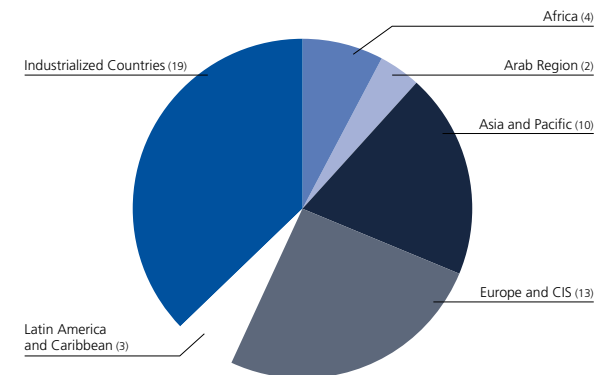
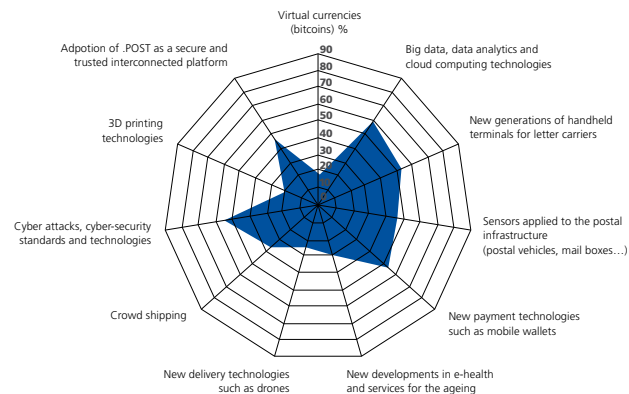


Table 8.24. Global technological trends expected to impact postal e-services: Regional analysis

"Do you expect any of the following technological trends to impact your organization's e-services offerings in the coming year?" Percentage of posts in each region expecting a trend to have a large impact on its e-postal offerings... (Responses of "yes" or "no" on a 1-5 scale)

8 Chapter III – Postal electronic services strategies **63**

As highlighted by McKinsey, "The journey to digital maturity requires a whole-hearted commitment from a company's leadership and a sustained investment in people, capabilities, technology, and cultural change". The above results show that strategy, followed by Posts are a significant step in the right direction, but also that much remains to be done.

Table 8.22. An approach to the implementation of digital transformation

First, incumbents must think carefully about the strategy available to them. The number of companies that can survive as pure-play disrupters at global scale—such as (...) Uber—are few in number (...). Nearly three to five percent of incumbent companies must choose a different path, not by "doing digital" on the margin of their established business but by wholeheartedly committing themselves to a clear strategy.

Second, success depends on the ability to invest in relevant digital capabilities that are well aligned with strategy—and to do so at scale (...).

Third, while technical capabilities—such as big data analytics, digital content management, and search-engine optimization—are crucial, a strong and adaptive culture can help make up for a lack of them.

Fourth, companies need to align their organizational structures, talent development, funding mechanisms, and key performance indicators (KPIs) with the digital strategy they've chosen.

ORGANIZATION AND TALENT
Alignment on a range of organizational factors, the right talent, the relevant digital KPIs, and a fitting organizational structure.

CUSTOMER
Mind-sets and behaviors critical to capturing digital opportunities.

TECHNOLOGY
Ability to invest at scale in digital capabilities well-aligned with strategy.

LEADERSHIP
Whole-hearted commitment to a clearly defined strategic posture that recognizes not merely an, but an ecosystem-shaper or pure disrupter.

Source: McKinsey *

7 Chapter II – Global development of postal electronic services **24**

7.3. Country level perspective

The matrix shown in Table 7.6 should be substituted by the following tables, which, for each country, indicate the surveyed services the country offers:

E-post and e-government: In many countries, the portfolio of e-post and e-government services is both around a core of three or four products: hybrid mail, postal electronic mailbox, e-card, and digital archiving. In a number of industrialized countries and the Arab region, it also includes e-administration. In industrialized countries, and in the Europe and CIS and Asia-Pacific regions, offerings also often include secure solutions – digital identity services, and less frequently digital signature and electronic postal certification mark services. The countries with the broadest portfolios in each region are:

- Switzerland, France, Portugal, Austria, Australia and Italy (industrialized countries);
- Slovenia, Poland, Czech Rep. (Europe and CIS);
- Morocco and Tunisia (Arab countries);
- Macao, China (Asia-Pacific);
- Brazil (Latin America and Caribbean);
- South Africa (Africa).

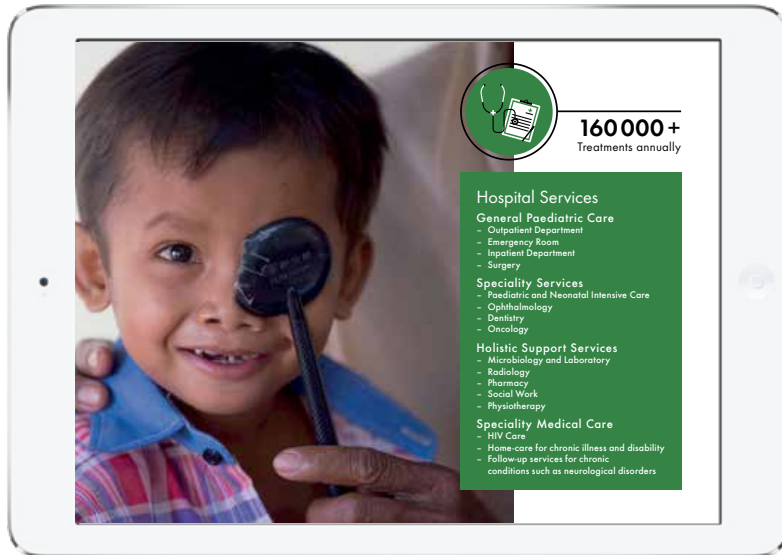
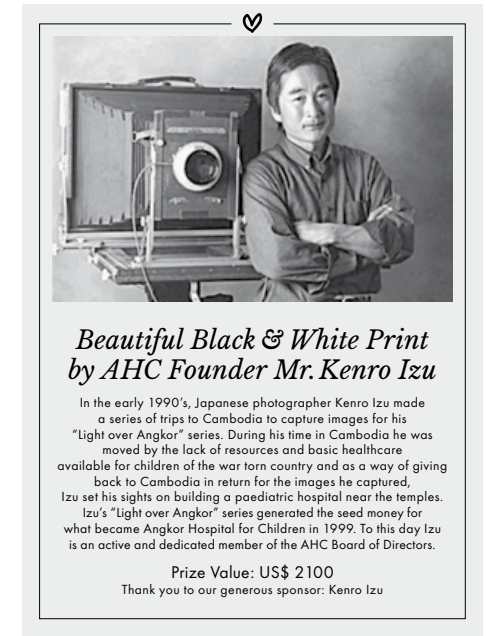
E-commerce: In addition to philatelic websites, Posts' efforts to grow their e-commerce business in all regions but Africa involve around integration with websites and shopping portals. In industrialized countries, many Posts have also introduced online customs declarations and online management of delivery options. The regional leaders in terms of the number of e-commerce services provided are Switzerland and Finland, Bosnia, Herzegovina and Slovakia, Saudi Arabia and Tunisia, Singapore, Chile, and Mauritius.

Digital financial and payment services: The electronic remittance, a service pertaining to the traditional core business of most Posts worldwide, is in each region the most developed digital financial and payment service in all regions except Latin America and Caribbean. Posts' portfolios also often include payment management solutions and online bill payment. Finally, online account management solutions are more developed in industrialized countries and in the Asia-Pacific region than in the rest of the world. The countries with the largest number of services in the region are Russia, Greece, Italy and Switzerland (industrialized countries), Belarus, Morocco and Tunisia, Indonesia, Uruguay, and Nigeria and Zimbabwe.

Support services: The Posts' offerings in the "support services" category can be divided into three tiers. The basic tier includes lookup services, and the provision to customers of data on the mail track and trace and notifications. Certain Posts also offer a second tier of services involving the management of mail by customers (digital postage, parcels, holding of mail, online change of address). Other support services are either niche products (e.g. customized digital postage, electronic postal invoicing) or have a regional dimension to them (public Internet access points).

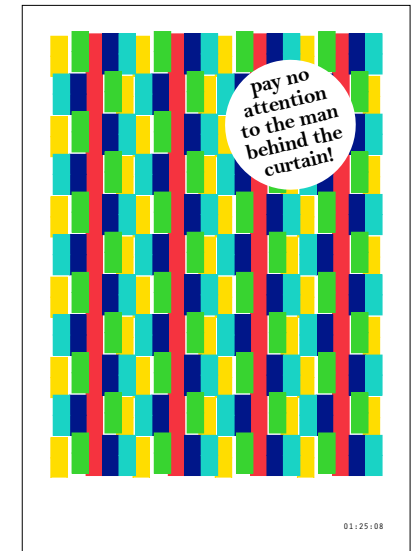
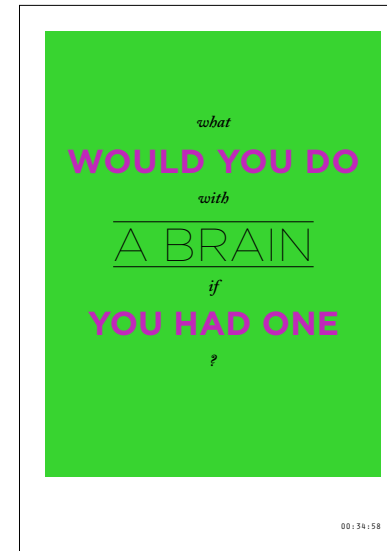
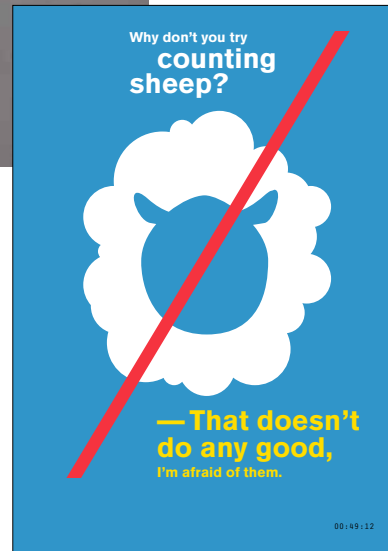
In all regions, a few countries provide services across all three tiers. Those with the widest offerings in each region are:

- United States of America, Finland, Netherlands and Switzerland (industrialized countries);
- Belarus (Europe and CIS);
- Saudi Arabia (Arab region);
- Hong Kong, China (Asia-Pacific);
- Brazil and Uruguay (Latin America and Caribbean);
- Mauritius (Africa).



client Angkor Hospital for Children Siem Reap, Cambodia

project Communication design for print and web within existing corporate design guidelines



client Typotron AG, high-end printing house in St. Gallen CH

project Corporate mailing introducing new printing process. Design strategy and illustration for a set of A5 cards

credits & image copyright Die Gestalter AG, St. Gallen CH

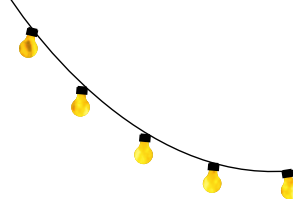


client Typotron AG, high-end printing house in St. Gallen CH
project Corporate mailing. Design strategy and editorial design.
credits & image copyright Die Gestalter AG, St. Gallen CH



<p>Schul- und familienergänzende Betreuung ist öffentliche Aufgabe</p> <p>Der Anspruch von Eltern und Kindern auf die Bereitstellung von Betreuungsangeboten sowie die Anforderungen von Wirtschaft und Gesellschaft im urbanen Raum machen schul- und familienergänzende Betreuung zur öffentlichen Aufgabe. Die öffentliche Hand kann das Angebot selbst führen oder auf der Basis einer Leistungsgewährleistung Kooperationen mit privaten Anbietern eingehen. In jedem Fall liegt die Steuerung der schul- und familienergänzenden Betreuung in der öffentlichen Hand.</p> <p>Damit ist sichergestellt, dass schul- und familienergänzende Betreuung – auf der Basis mindestens einer kommunalen gesetzlichen Grundlage – qualitative und quantitative hohen Ansprüchen genügt und die unterschiedlichen Bedürfnisse aller Beteiligten erfüllt.</p> <p>«Die öffentliche Hand steht primär in der Pflicht.»</p>  <p>6</p>	<p>Schul- und familienergänzende Betreuung</p> <p>Die Schule ist für die Kinder Lern- und Lebensraum. Bildung, Erziehung und Betreuung ergänzen sich. Gemeinsame, für alle gebende Werte und Haltungen bilden die Grundlage. Wichtiger Bestandteil dieses Lern- und Lebensraums Schule ist die schul- und familienergänzende Betreuung in Form von Mittagstischen bis hin zu Tagesstrukturen bzw. Tagesschulen mit Betreuung von 7:00 Uhr bis 18:00 Uhr an fünf Wochentagen.</p> <p>Die schul- und familienergänzende Betreuung ist nach Möglichkeit als freiwillige, bedürfnisgerechte Tagesstruktur anzubieten, welche die in Canton-Angeboten von wenigen Besuchen eines Mittagstischs bis zur Nutzung einer umfassenden Tagesstruktur an fünf Wochentagen zulässt.</p> <p>Die schul- und familienergänzende Betreuung wird mit einem Ferienangebot ergänzt, welches die Betreuung von 7:00 Uhr bis 18:00 Uhr sicherstellt. Ergänzend dazu können zusätzliche Formen der Ferienbetreuung wie Sportwochen, Ferienlager und Ferienpass angeboten werden.</p> <p>«Schul- und familienergänzende Betreuung ist Bestandteil des Lern- und Lebensraums Schule.»</p>  <p>5</p>
--	---





client Nici & Lory, Basel CH
project Wedding invites. Illustration and graphic design.



Good morning!
— BREAKFAST —

LUCKY ELEPHANT BREAKFAST orange juice, fried eggs, baked beans, fruit salad, tea or coffee	200		
FIX BREAKFAST hash brown potato, butter & jam, toast, 2 eggs any style, tea or coffee	150	Corn Flakes served with milk:	
INDIAN BREAKFAST dosa by choice, plain lassi, tea or coffee	130	PLAIN CORNFLAKES	80
ISRAELI BREAKFAST israeli salad, pita, hummus, 2 eggs any style, tea or coffee	160	BANANA CORNFLAKES	90
ITALIAN BREAKFAST cheese tomato bruschetta, fruit salad, 2 eggs any style, tea or coffee	180	MIXED FRUITS CORNFLAKES	100
ENGLISH BREAKFAST fried egg, fried mushroom & tomato, toast, butter & jam, baked beans, tea or coffee	200	Muesli served with curd:	
CONTINENTAL BREAKFAST mixed fruit muesli with curd and honey, fresh orange juice, tea or coffee	180	PLAIN MUESLI	100
FRENCH BREAKFAST spinach omelette, hash brown potato, toast, butter & jam, tea or coffee	170	BANANA MUESLI	120
RUSSIAN BREAKFAST plain porridge, fruit salad, cheese omelet, tea or coffee	200	MIXED FRUIT MUESLI	130
		FRUIT SALAD	120
		Porridge served with honey:	
		PLAIN	80
		BANANA	90
		MIXED FRUITS	100
		COCONUT & CINNAMON	90
		Eggs served with 2 plain toasts:	
		BOILED	60
		POACHED	60
		FRIED one side or both sides	60
		SCRAMBLED	60
		CHEESE OMELETTE	70
		CHEESE MUSHROOM OMELETTE	75
		MASALA OMELETTE	65
		Toast :	
		PLAIN	40
		BUTTER	50
		BUTTER & JAM	50
		CHEESE	60
		CHEESE TOMATO	60
		CHEESE MUSHROOM	80
		FRENCH TOAST	80
		NUTELLA	100
		Dosa served with curry & curd:	
		PLAIN	70
		EGG	80
		PANEER	90
		SPINACH	70
		MASALA	80

Little hunger?
— SNACKS & STARTERS —

Sandwiches		Soups served with garlic bread	
OMLETTE	120	TOMATO	70
CHEESE TOMATO	110	MIXED VEGETABLES	80
TUNA & VEGETABLES	140	VEGETABLES & NOODLE	80
VEGETABLES	110	VEGETABLES & EGG	90
AVOCADO	140	CREAMY MUSHROOM	80
		SPINACH	80
Salads		TOMATO & EGG	80
GREEN	90	VEGETABLE WANTAN	90
AVOCADO & VEGETABLES	130	VEGETABLE HOT & SOUR	90
LUCKY ELEPHANT	130	TOFU & VEGETABLES	80
cucumber, tomato, tuna, boiled egg, olive, mayonaisse		TIBETIAN THURPA	110
GREEK		with tolu, mushroom & vegetables	
cheese, olives, mixed vegetables	130	TIBETIAN TANTUR	120
ISRAELI		with tolu, mushroom & vegetables	
mixed vegetables, olives	100		
RUSSIAN			
boiled egg, potato, mayonaisse, boiled vegetables	130		
		Momo steamed or fried:	
		VEGETABLES	120
		CHEESE POTATO	130
		SPINACH-MUSHROOM, CHEESE	120
		TOFU & VEGETABLES	130
		TOFU & CHEESE	130
		TOFU & SPINACH	130
		Snacks	
		FRENCH FRIES	80
		CHEESY FRENCH FRIES	100
		CHEESE BALL	120
		CHEESE FINGERS	130
		ONION PAKODA	90
		VEGETABLE PAKODA	100
		PANEER PAKODA	110
		TOFU PAKODA	120
		VEG. SPRING ROLLS	120
		TOFU & VEG. SPRING ROLLS	120

Freshen up!
— BEVERAGES —

Fresh Juice		Cold Drinks	
LEMON MINT	50	WATER BOTTLE	20
LEMON MINT	70	LEMON SODA sweet or salty	25
PINEAPPLE	90	MAZZA	25
MANGO	90	LIMCA	25
ORANGE	90	SPRITE	25
ORANGE MINT	90	FANTA	25
PAPAYA	70	COKE	25
WATER MELON	80		
CARROT	70	Hot Drinks	
CARROT GINGER	70	MASALA TEA	30
GRAPES	90	BLACK TEA	20
MIXED FRUIT	100	LEMON TEA	25
		CINNAMON BLACK TEA	25
		GINGER LEMON HONEY	40
		MINT TEA	20
		JASMINE TEA	40
		GREEN TEA	40
		BLACK COFFEE	40
		MILK COFFEE	40
		AMERICANO	60
		CAFE LATTE	70
		CAPPUCCINO	80
		HOT CHOCOLATE	50
		Lassi & Milkshake	
		PLAIN LASSI sweet or salty	50
		BANANA LASSI	70
		MIXED FRUIT LASSI	90
		PINEAPPLE LASSI	80
		MANGO LASSI	90
		AVOCADO LASSI	90
		CHOCOLATE MILKSHAKE	80
		COFFEE MILKSHAKE	80
		MANGO MILKSHAKE	90

Enjoy your meal





Impressum Inhaltsverzeichnis

Teil I: Einleitung

6 Begrüssung

9 Sport als Zusatztherapie bei Suchterkrankungen

10 Der Patient

11 Mögliche Wirkmechanismen

12 Sport in der HeGeBe - wieso?

Teil II: Durchführung

13 Schritt 1: Ziele definieren

14 Schritt 2: Zukunftsorientierte Situationsanalyse

15 Schritt 3: Patientenrekrutierung

16 Schritt 4: Patientenerhebung und Information

17 Schritt 5: Angebote auswählen, anpassen und entwickeln

18 Schritt 6: Programmkonzeption und -start

19 Schritt 7: Evaluation

Teil III: Material

20 Interessen befragen

21 Leistungsvereinbarung

22 Rückmeldeformular

23 Beispiel Trainingsinhalte

Teil IV: Quellen

26 Literaturverzeichnis

Teil II: Durchführung

Schritt 6: Programmkonzeption und -start

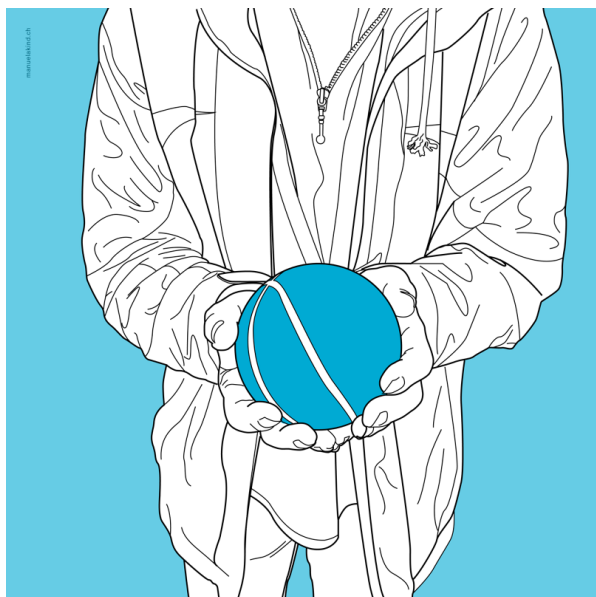
Die Bewegungsprogrammkonzeption soll in enger Zusammenarbeit der HeGeBe-Kliniker/therapeuten und einer Sport- und Gesundheitsfachperson vorgenommen werden. Beim Übergang von der Bewegungsprogrammkonzeption zur -durchführung sollen die Patienten regelmässig über das weitere Vorgehen informiert werden (Übungsplan, geplanter Programmstart, Änderungen etc.). Am besten geschieht dies sowohl mündlich durch den Trainingsleiter oder bei der Abgabe der Substitutionslösung durch das Klinikpersonal, als auch schriftlich mittels Aufträgen in der Klinik. HeGeBe weist das Bewegungsprogramm im Anschluss an den Substitutionsbeginn statt. Zwischen dem Beginn und dem Start der sportlichen Betätigung sollte aufgrund medizinischer Gründe (vorabdominantes atrophisches Wirkung des Opiats/morphin) eine Pause von mindestens 30 Minuten liegen. Wenn das Bewegungsprogramm nicht direkt an der HeGeBe-Klinik durchgeführt werden kann, ist es für einige HeGeBe-Patienten eine Hilfe, den Weg zum Durchführungsort mit ihnen gemeinsam zurückzulegen.

Organisation und Kommunikation **Klinik-Mitarbeiter**

Wichtig für eine reibende Kooperation beim Start des Bewegungsprogramms sind die richtigen Ansprechpartner, die richtigen Verantwortlichen, die richtigen Aufgaben, der richtige Zeitpunkt, die richtige Kommunikation und die richtige Dokumentation. Diese Punkte sind in der Tabelle unten zusammengefasst.

Beispiel Trainingsinhalte **Trainingsempfehlungen**

Die Trainingsinhalte und -empfehlungen sind in der Tabelle unten zusammengefasst. Diese sind als Beispiele zu verstehen und können je nach Situation angepasst werden. Die Trainingsinhalte sind in der Tabelle unten zusammengefasst. Diese sind als Beispiele zu verstehen und können je nach Situation angepasst werden.



Teil I: Einleitung

Begrüssung

Lieber Leser, liebe Leserin

Heutzutage haben Sport und Bewegung einen zentralen Platz in der Gesundheitsförderung. Dass körperliche Aktivität nicht nur leistungsfördernd, sondern auch therapeutisch wirksam ist, hat sich in verschiedenen Bereichen in den letzten Jahren bewiesen. Bewegung ist eine der wirksamsten Möglichkeiten, um die kardiovaskuläre Gesundheit zu verbessern, den Körper zu kräftigen und das Immunsystem zu stärken. Körperliche Aktivität schützt gegen eine Reihe physischer und psychischer Probleme, welche mit dem Alter beschwerlicher werden können. Sie ist aber auch eine erfolgreiche Zusatztherapie bei bereits bestehenden Erkrankungen.

Neben der körperlichen Wirkung bieten Sport und Bewegung viele soziale und verhaltensbezogene Vorteile, welche die Lebensqualität zusätzlich verbessern können. Wer sich regelmässig bewegt, lernt besser auf seinen Körper zu hören, sich während schwierigeren, energiegeladener Tagen zu motivieren und die beiden Aspekte von Bewegung zu geniessen. Diese Erfahrungen führen oft zu einer verbesserten sozialen Integration und bieten somit die Möglichkeit, ein gemeinsames Ziel mit anderen Personen anzustreben sowie Unterstützung zu geben und zu erhalten.

Vor diesem Hintergrund integrieren immer mehr Spitäler und Kliniken Sport- und Bewegungsangebote in die Therapie. Viele Sachverständigen erkennen die positiven, unterstützenden Effekte von körperlicher Aktivität und unterstützen Schritte, um Bewegungsangebote attraktiv und zugänglich für ihr Klientel zu machen. Die Entwicklung von solchen Angeboten ist allerdings nicht leicht, insbesondere im ambulanten Bereich ist man mit einer vielfältigen Patientengruppe konfrontiert, die neben ihrer Suchterkrankung häufig mit anderen Komorbiditäten zu kämpfen hat. Zudem sind Suchtpatienten oft sozial isoliert, was eine regelmässige, langfristige therapeutische Betreuung erschweren kann. Wir haben diesen Leitfaden entwickelt, da wir der Meinung sind, dass suchtkranke Personen von Bewegung und Sport profitieren können und dass die heroingestützte Behandlung (HeGeBe) eine ideale Umgebung für diese Zusatztherapie bietet. Auf Seite 7 gehen wir genauer darauf ein.

Dieser Leitfaden richtet sich an das gesamte Klinikpersonal von HeGeBe-Kliniken, an Projekts- und Trainingsleiter von Bewegungsprogrammen in HeGeBe's, sowie an tragende Stützungen und Finanzierungsinhaber, die sich an der Implementierung eines gesundheitsfördernden Sport- und Bewegungsprogramms in die HeGeBe beteiligen wollen. Die Autorinnen dieser Broschüre hoffen, dass interessierte Personen anhand der praktischen Richtlinien erfolgreich ein Bewegungsprogramm in ihre Klinik integrieren können. Bei weiteren Fragen steht Ihnen unser Team gerne unterstützend zur Seite.

Freundliche Grüsse

Flora Collège Livva Staub

Teil I: Einleitung

Der Patient

HeGeBe bietet Personen, bei denen bisherige Versuche der Abstinenz und/oder weitere Substitutionsstrategien ohne Erfolg geblieben sind, eine Möglichkeit auf ein stabileres Leben.

Körperliche Beeinträchtigungen

Personen mit Suchterkrankungen sind oft körperlich beeinträchtigt. Dies ist auf die Auswirkungen der Suchterkrankung zurückzuführen, welche zu einer Verringerung der körperlichen Leistungsfähigkeit, zu Muskelschwäche, zu einer Verringerung der kardiovaskulären Fitness und zu einer Verringerung der Ausdauer führen können. Diese körperlichen Beeinträchtigungen können die Teilnahme an Sport- und Bewegungsprogrammen erschweren. Es ist wichtig, diese Beeinträchtigungen zu identifizieren und sie zu adressieren, um die Teilnahme an Sport- und Bewegungsprogrammen zu erleichtern.

Psychiatrische Komorbiditäten

Personen mit Suchterkrankungen sind oft mit psychiatrischen Komorbiditäten konfrontiert. Diese können die Teilnahme an Sport- und Bewegungsprogrammen erschweren. Es ist wichtig, diese Komorbiditäten zu identifizieren und sie zu adressieren, um die Teilnahme an Sport- und Bewegungsprogrammen zu erleichtern.

Mögliche Wirkmechanismen

Das Bio-psychosoziale Modell besagt, dass körperliche, psychische und soziale Faktoren die Gesundheit eines Menschen beeinflussen. Sport und Bewegung können auf allen drei Ebenen positive Aspekte bewirken. Grundsätzlich gilt zu beachten, dass viele HeGeBe-Patienten sowohl physische, als auch psychische und/oder soziale Gesundheitsrisiko aufweisen. Das folgende Modell veranschaulicht die möglichen Wirkungen von Sport und Bewegung auf die HeGeBe-Patienten anhand des bio-psychosozialen Ansatzes.

Psychische Gesundheit	Körperliche Gesundheit	Soziale Gesundheit
Das regelmässige Ausüben von Sport und Bewegung hat positive Effekte auf die psychische Gesundheit. Es kann Stress reduzieren, die Stimmung verbessern und die Lebensqualität steigern.	Regelmässige körperliche Aktivität verbessert die kardiovaskuläre Fitness, die Ausdauer und die allgemeine körperliche Gesundheit. Dies kann die Teilnahme an Sport- und Bewegungsprogrammen erleichtern.	Die Teilnahme an Sport- und Bewegungsprogrammen kann die soziale Integration verbessern und die Unterstützung durch andere Personen stärken. Dies kann die soziale Gesundheit verbessern.





client Music-Festival, OpenAir St. Gallen, CH. Edition 2014.

project Print and online communication, festival decoration, merchandise.

credits & image copyright Die Gestalter AG, St.Gallen CH // Craig & Karl, New York USA, London UK // next AG, St.Gallen CH // Apps with Love, Bern CH

Presented by **MIGROS**

OPEN AIR ST. GALLEN
25. – 28. Juni 2015

REGISTRIERUNG NOTWENDIG BIS 14.12.2014 @OPENAIRSG.CH

START VORVERKAUF 20.12.2014 9 UHR

FIRST ACTS CONFIRMED!

**THE CHEMICAL BROTHERS * PLACEBO
RISE AGAINST * KRAFTKLUB
KODALINE * FARIN URLAUB RACING TEAM
MARTERIA * FRITZ KALKBRENNER
MIGHTY OAKS
FRANK TURNER & THE SLEEPING SOULS * THE WAR ON DRUGS
FINK * FUTURE ISLANDS * KADEBOSTANY
LO & LEDUC * ANTILOPEN GANG * JACK GARRATT
AND MANY MORE!**

www.openairsg.ch

OPEN AIR ST. GALLEN
25. – 28. Juni 2015

APÉRO

DEIN OPENAIR-BUDDY:

ITUNES & GOOGLE PLAY

FESTIVAL-APP!

FOLLOW US:

FACEBOOK.COM/OPENAIRSG
INSTAGRAM.COM/OPENAIRSTGALLEN
TWITTER.COM/OASG
#OPENAIRSG #OASG

TICKETING & FÜHRUNGEN

Kurzbesuch

Sie möchten mit Ihrer Firma oder Ihrem Verein das OpenAir St.Gallen aus nächster Nähe erleben? Im Vordergrund steht dabei nicht der Besuch von Konzerten, sondern das Festival als Organisation. Ihre Gruppe wird 2 Stunden durch das Gelände geführt und Sie können in unserem VIP-Zelt einen Apéro geniessen.

Kurzbesuche sind möglich am:

Donnerstag	17:00 Uhr bis 21:00 Uhr
Freitag	10:00 Uhr bis 13:00 Uhr
Sonntag	09:00 Uhr bis 13:00 Uhr

Der Kurzbesuch (Dauer: 2 Stunden) ist nur zusammen mit einem Apéro und einer Führung buchbar.

Kosten: CHF 50.- / Person

**DAS OPENAIR ST.GALLEN:
EINZIGARTIG, ERSTKLASSIG,
GLAUBWÜRDIG,
NATÜRLICH, SOLID.**

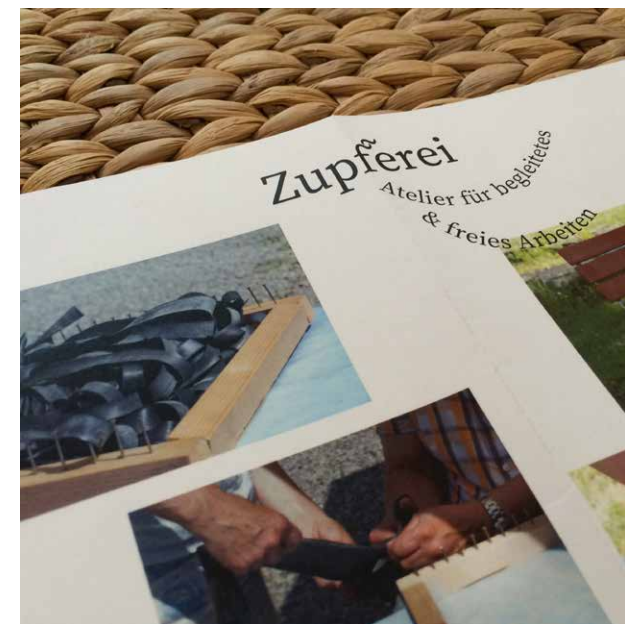
Seit 1977 ist das OpenAir St.Gallen mit seiner Lage im Sittertobel, einem Programm mit Headlinern und vielen Trendsängern und dem treuen Publikum in der wunderschönen Festivalszene einzigartig und unverwechselbar. Es ist weit über die Landesgrenzen hinaus als erstklassig organisiert und hervorragend besetztes Festival bekannt und geniesst grosse Beliebtheit beim Publikum wie auch bei den Künstlern. Seit über drei Jahrzehnten bewirbt sich das OpenAir St.Gallen seine Position als unabhängiges Festival und steht im permanenten Dialog mit dem Publikum, um Bedürfnisse und Anregungen aus erster Hand aufzunehmen und umzusetzen. Das Festival ist als temporäre KleinStadt in einer unberührten Landschaft mit konkreten Massnahmen ein Beispiel für echte Nachhaltigkeit und setzt Massstäbe in Sachen Ökologie, Transparenz und Kommunikation. Mit offener Information, soliden Planung und der Finanzierung aus eigener Kraft verfügt das OpenAir St.Gallen über ein solches, langfristig bestehendes Fundament und ist in der Region bei Partnern und Lieferanten tief verankert.

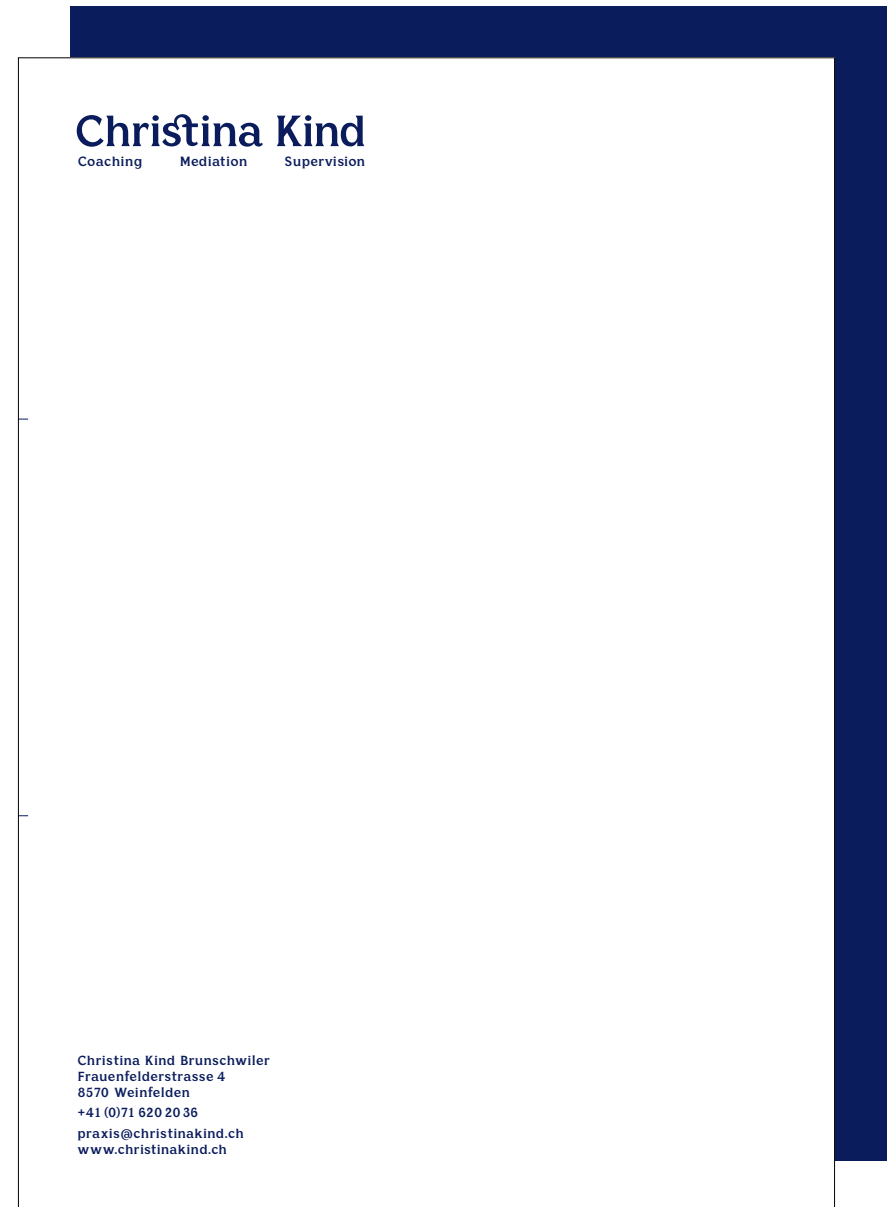
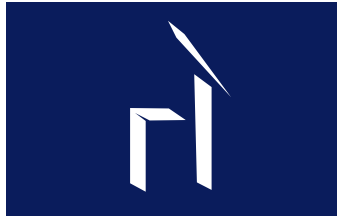


client Music-Festival, OpenAir St. Gallen, CH. Edition 2015.

project Print and online communication, festival decoration, merchandise.

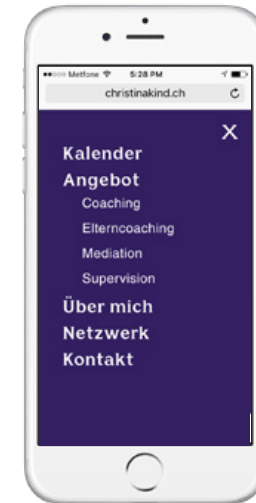
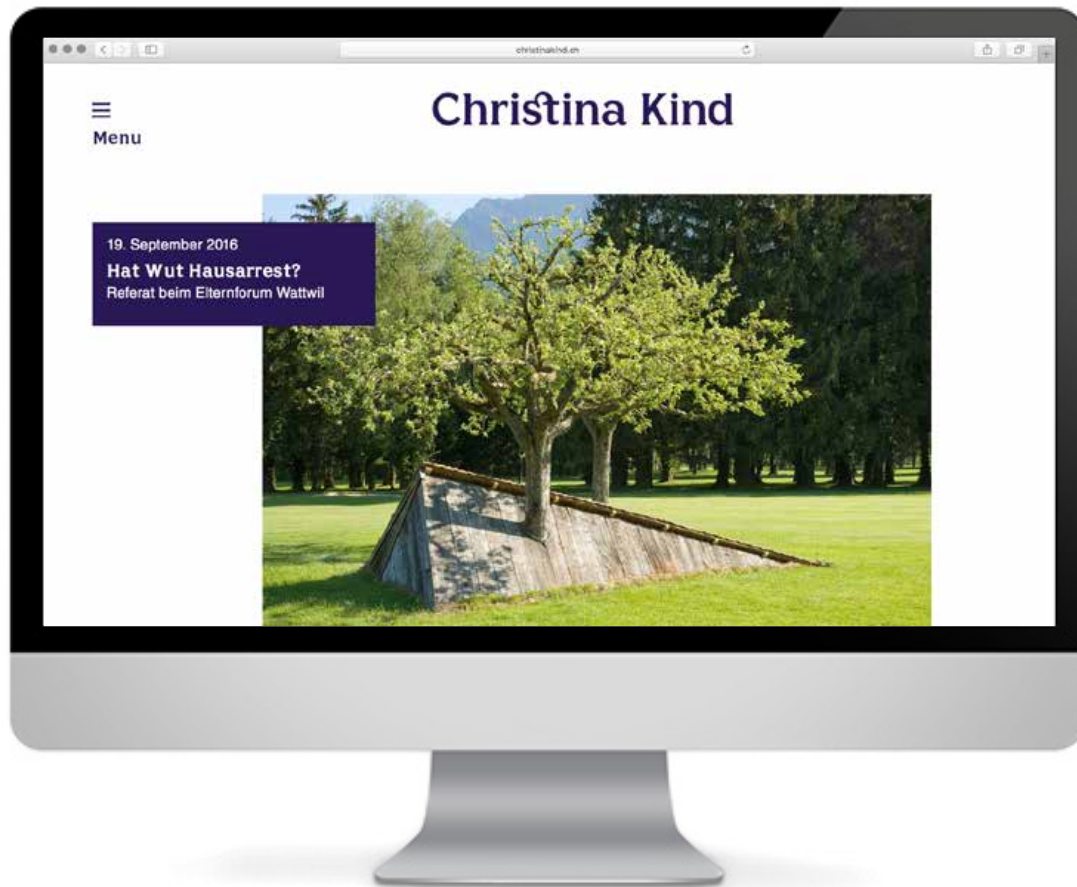
credits Die Gestalter AG, St.Gallen CH // Sam Coldy, London UK // next AG, St. Gallen CH // Apps with Love, Bern CH





client Christina Kind consulting, Weinfelden CH

project Corporate design. Design of letterhead, business cards, bookmarks





client gemischtes doppel, St. Gallen

project Ongoing series of cultural events. Graphic design for flyer and poster.

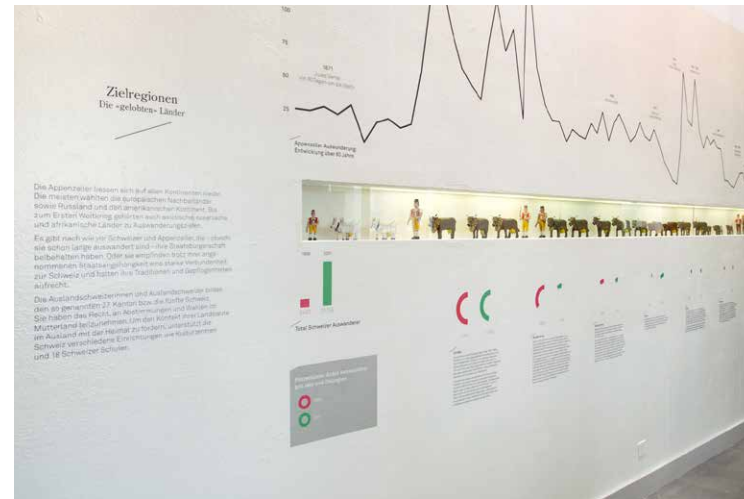
image copyright Pierre Lippuner, St.Gallen CH



client Appenzeller Volkskunde-Museum Stein, CH

project Temporary exhibition about door-to-door-vendors since the 19th century. Graphic design, exhibit design

credits & image copyright Die Gestalter AG, St.Gallen CH // Iris Blum, Zurich CH



client Appenzeller Volkskunde-Museum Stein, CH

project Temporary exhibition about emigration from Switzerland since the 19th century. Graphic design, exhibit design

credits & image copyright Die Gestalter AG, St.Gallen CH // Sabine August, St.Gallen CH // Walter Frick, Urnäsch CH