

Gute Praxis BKK



Betriebliche Gesundheitsförderung:

Wettbewerbsfähige Unternehmen durch gesunde und zufriedene Mitarbeiter: BKK machen vor, wie's geht!

Primärprävention im Betrieb:

Der beste Ort, um Menschen für Gesundheit zu gewinnen

Primärprävention für Kinder und Ältere:

Wir sind auch da, wo andere sich nicht kümmern

Früherkennung:

BKK zeigen, wie man effektiv zur Teilnahme motiviert

Selbsthilfe:

Unentbehrlich für Betroffene - von BKK besonders gefördert





Liebe Leserinnen und Leser,

seit der Einführung der Wahlfreiheit in der GKV im Jahre 1996 hat sich die Kassenart BKK mit einem aktuellen Marktanteil von rund 20 % zur drittgrößten Kassenart entwickelt. Dass sie mit ihren Ursprüngen im frühen 19. Jahrhundert auch die älteste Form der Krankenversicherung in Deutschland ist, hat ihr dabei möglicherweise geholfen. Keine andere Kassenart versichert so viele Familienmitglieder wie die BKK. Darüber hinaus weist die Mitgliederstruktur einen hohen Rentneranteil auf. So wird Solidarität auch nach innen praktiziert: Jeder Versicherte, ob alt oder jung, ist bei der BKK gut aufgehoben.

Vielfalt, Individualität, Effizienz und neue Ideen – das sind die Stärken der BKK und mit entscheidend für ihren Erfolg. Die über 200 selbstständigen Betriebskrankenkassen zeichnen sich aus durch ein jeweils eigenes Profil mit Besonderheiten und Schwerpunkten in den verschiedensten Bereichen. Mit viel beachteten Maßnahmen in der betrieblichen Gesundheits-

förderung beispielsweise engagieren sich BKK gemeinsam mit Arbeitgebern und Arbeitnehmern für gesündere Arbeitsbedingungen - und zwar so erfolgreich, dass sie heute die betriebliche Gesundheitsförderung insgesamt maßgeblich beeinflussen, sogar auf europäischer Ebene. Ob bei der Früherkennung von Krankheiten, bei der Förderung von Selbsthilfeprojekten oder wenn es um die Gesundheit von Kindern oder Älteren geht – überall engagiert sich die BKK in einzigartiger Weise.

Stellvertretend für die vielen vorbildlichen Aktivitäten von Betriebskrankenkassen zur Prävention, Gesundheitsförderung, Früherkennung und Selbsthilfe stellen wir Ihnen in dieser Broschüre Beispiele aus jedem dieser Bereiche vor. Sie sind ein Ausdruck für die Vielgestaltigkeit und die individuellen Besonderheiten des BKK-Engagements: in Zeiten, in denen positive Meldungen rund um die Krankenversicherung eher selten sind.

Essen, Juli 2004

K.-Dieter Voß

Vorstand des BKK Bundesverbandes

Betriebliche Gesundheitsförderung Seite

Bosch BKK überzeugt Führungskräfte vom Nutzen der Gesundheitsförderung	4
Duale Motivation durch Selbsterfahrung und Beschreibung der Verantwortung für die Gesundheit der Mitarbeiter	
BKK VOR ORT: Grünes Licht für Gesundheitsförderung durch Eigentümerwechsel	6
Messbare Verhaltens- und Verhältnisänderungen durch individuelle, mitarbeiterbezogene Maßnahmen	
Gothaer VuD BKK: Aktion Gesunder Rücken	8
Investition: 200 Minuten Arbeitszeit pro Mitarbeiter. Ertrag: Praktische Prävention und höhere Motivation	
BKK HypoVereinsbank macht nicht nur die Kunden fit	10
„Gut und gesund Leben“ beginnt im eigenen Haus: MOVE! bringt BKK-Mitarbeiter in Bewegung	

Primärprävention im Setting Betrieb

Salus BKK bringt Ikea-Mitarbeiter auf den Geschmack für Gesundes	12
Schritt für Schritt den Bedarf erkunden: Von Schnupperaktionen über Gesundheitswochen bis zu bedarfsgerechten Gesundheitskursen	
BKK firmus: Gezielte Ernährungsberatung im Rahmen der Gemeinschaftsverpflegung	14
Saisonale Aktionswochen machen Appetit auf gesundheitsfreundliches Kantinenangebot	
Tanus BKK: Große Resonanz für betriebsübergreifende Programme	16
Ein Projekt für 44 Betriebe: Projektmanagement und Kooperationspartner sichern die Umsetzung	

Primärprävention für Kinder und Ältere	Seite
NOVITAS Vereinigte BKK hat sozial benachteiligte Familien im Blick Preisgekröntes Projekt spricht übergewichtige Kinder in Freizeitstätte und Schule an	18
BKK Ost-Hessen initiiert Primärprävention für Kinder im ländlichen Raum Mit einfachen Mitteln und ehrenamtlichen Experten kann fehlende Infrastruktur kompensiert werden	20
BKK SPAR: Mit „Mampf & Move“ gegen Übergewicht bei Kindern Motivation als größte Hürde – doch wer einmal mitmacht, bleibt bis zum Ende im Programm	22
BKK LV Nordrhein-Westfalen fördert elektronisches Partizipationsnetz für Schulen OPUS bringt Gesundheitsthemen in die Schule: Internet sichert direkten Zugang zu Wissenschaft, Partnern und Praxisbeispielen	24
Bosch BKK entwickelt Sturzprophylaxe für Ältere Pilotprojekt zeigt großen Bedarf von Senioren an maßgeschneiderten Programmen zur Mobilitätsförderung	26
mhplus BKK: Kassen- und Gesundheitsmarketing als Einheit „achtungsmensch“: Mit integrierter Kommunikation wird für gesundheitsfördernde Lebensweisen geworben	28

Früherkennung

BKK Hoechst etabliert hohe Standards durch praxisnahe Projekte Angebote zu Prävention und Früherkennung ergänzen DMP zum Thema Brustkrebs	30
Darmkrebsvorsorge von BKK BMW und Unternehmen Einfache Botschaft, niedrige Handlungsschwelle und Kommunikation durch alle Medien als Erfolgsrezept	32

Selbsthilfe

BKK Landesverbände NRW und Hessen fördern Projekte der Selbsthilfe Organisatorischer Service und nutzerfreundliche Datenbank	34
--	----

Bosch BKK überzeugt Führungskräfte vom Nutzen der Gesundheitsförderung

Duale Motivierung durch Selbsterfahrung und Beschreibung der Verantwortung für die Gesundheit der Mitarbeiter

„Wer in den letzten Jahren bei Bosch die Führungslaufbahn eingeschlagen hat, hat auch an unseren Referaten für Führungskräfte teilgenommen.“ Diese Bausteine zu den Themen „Gesundheitsförderung als Führungsaufgabe“ und „Gesundheit und Karriere“ stellen bisher nur einen vergleichsweise kleinen Ausschnitt des umfassenden Gesundheitsförderungsprogramms der Bosch BKK dar.

Doch spielen sie nicht nur aus Sicht von Eckhard Köhler, bei der BKK verantwortlich für diesen Bereich, eine Schlüsselrolle für das Gesamtkonzept. Denn längst ist allgemein anerkannt, was das Europäische Netzwerk für Betriebliche Gesundheitsförderung (ENBGF) auf den Punkt gebracht hat: „BGF muss als Führungsaufgabe wahrgenommen und in bestehende Managementsysteme integriert werden.“

Neben der 1996 abgeschlossenen Betriebsvereinbarung zur betrieblichen Gesundheitsförderung hat Bosch sein umfangreiches Engagement auf diesem Gebiet 1999 durch den Beitritt zur „Luxemburger Deklaration“ auch öffentlich dokumentiert. Seit langem bereits spannt sich ein Netz von Aktivitäten über die Belegschaft des Unternehmens, das vom medizinischen Screening bis zum arbeitsplatzbezogenen Gesundheits-Qualifizierungsprogramm reicht.

Aber Köhler weiß, dass die Qualität der Umsetzung und die aktive Beteiligung der Mitarbeiter maßgeblich von den Einstellungen der Führungskräfte abhängt: „Solange das Thema nicht obligatorischer Bestandteil der Führungskräfteentwicklung

Dabei setzen die Gesundheitsförderer auf eine „duale“ Motivierung, indem sie einerseits über ein modular angelegtes Programm mit der Überschrift „Gesundheitsförderung als Führungsaufgabe“ den betrieblichen Nutzen von Gesundheitsförderung thematisieren. Andererseits werden Führungskräfte – in der Regel im fortge-



ist, ist es wichtig, die Zielgruppe wo immer möglich mit Informationen zu Zielen, Methoden und Potenzialen der BGF vertraut zu machen.“ Im Hause Bosch haben BKK und die zuständigen Stellen deshalb die mit Praxiselementen versehenen Informationsmodule in bestimmte Bausteine der Führungskräfte-Entwicklung integriert und damit in den vergangenen Jahren bereits mehrere Tausend Führungskräfte erreicht.

schrittenen Stadium ihrer Karriere - durch das Gesundheitsprogramm „Health and Career“ zur Auseinandersetzung mit ihren persönlichen Belastungssituationen sowie mit deren Ursachen und Folgen angeregt.

Die Module des Programms „Gesundheitsförderung als Führungsaufgabe“ behandeln die strategischen bzw. wirtschaftlichen Potenziale von BGF und verdeutlichen,

welche Rolle Führungsaufgaben in der Gesundheitsförderung für den Erfolg bei Planung und Umsetzung von Maßnahmen haben. Zugleich erleichtern sie den Zugang zu Experten und Fachwissen, indem die örtlichen Ansprechpartner und Akteure vorgestellt werden.

Aus Zeitgründen wird allerdings in diesen Veranstaltungen auf die Erarbeitung spezifischer Lösungen verzichtet und auf die bestehenden Arbeitskreise Gesundheit verwiesen. Gleichwohl wird den Führungskräften ein Überblick über Ziele und Struktur der Kernelemente der BKK-BGF bei Bosch gegeben. Dazu gehören derzeit unter anderem:

- ▶ **JUMP**, das „Junge Mitarbeiter Präventionsprogramm“ für Azubis, mit dem bereits seit Jahren über 90% aller Azubis, die bei Bosch eine Ausbildung beginnen, erreicht werden,
- ▶ **„Applaus“**, ein Vier-Stufen-Arbeitsplatzprogramm der BKK mit den Phasen Lernen, Ausprobieren, Umgewöhnen und Stabilisieren, mit dem die Beschäftigten die Qualifikation zum richtigen Umgang mit sich und ihrem Arbeitsplatz erlangen; „Applaus“ wird laufend evaluiert und erbringt außerordentlich positive Ergebnisse hinsichtlich Kompetenzsteigerung und Nachhaltigkeit – heute ist das Konzept an über 70% der Bosch-Standorte etabliert.
- ▶ **„VAMOS!“** als festem Bestandteil von mehrtägigen betrieblichen Weiterbildungsveranstaltungen, der für Vitalität, Ausgleich und zusätzliche Motivation im Seminar sorgt und bei rund

der Hälfte aller betreffenden Veranstaltungen sehr positiven Anklang bei Teilnehmern und Referenten erhält. Auch VAMOS! wird seit vielen Jahren regelmäßig evaluiert.

- ▶ **die Software BeFIT**, die allen Mitarbeitern mit Zugang zum Bosch Intranet ermöglicht, bei Bedarf wohltuende Ausgleichsübungen abzurufen und mitzumachen über kurze Videosequenzen, die von den Experten für Betriebssport und der Bosch BKK entwickelt wurden.
- ▶ An allen Standorten werden zudem monatlich wechselnde Gesundheitstipps zu aktuellen Themen veröffentlicht, die ggf. örtliche Aktivitäten ergänzen und unterstützen. Um schließlich auch die individuellen Bedürfnisse und Probleme der Betriebe oder Mitarbeiter abzudecken, werden entsprechende Projekte für die jeweiligen Standorte maßgeschneidert; und über Aktionen wie den jüngst erstmals durchgeführten Selbsthilfetag stellt Bosch auch die Verbindung zu beteiligten Stellen außerhalb des Betriebs her.
- ▶ Über ein spezielles Bonus-Finanzierungskonzept unterstützt die BKK die Betriebe nicht nur bei ihren eigenen Maßnahmen, sondern auch bei weiteren qualitätsgesicherten Aktivitäten der örtlichen Arbeitskreise, in denen die BKK flächendeckend vertreten ist.

Während so verdeutlicht wird, welche Ziele und Methoden die Gesundheitsförderung bei Bosch bestimmen, ergänzt das Programm „Health and Career“ diese betriebliche Perspektive um eine subjektive. Hier

werden typische gesundheitliche Belastungssituationen von Führungskräften aufgegriffen und Methoden und Möglichkeiten der Gesundheitsförderung erlebbar gemacht. „Wenn wir den Managern bewusst machen, wie ihr Gesundheitszustand, ihre Leistungsfähigkeit und ihr Wohlbefinden von den Belastungen der Arbeit beeinflusst werden und wie sie diese verringern oder ihre persönlichen Ressourcen steigern können, wächst die Akzeptanz für entsprechende Programme im eigenen Verantwortungsbereich,“ so die Erfahrung von Harald Mack, Verantwortlicher für das BKK-Seminarprogramm Gesundheit.

Mitentscheidend für die Erfolge der BGF bei Bosch ist nach Meinung der BKK-Experten, dass diese Programme dauerhaft angeboten werden und so letztlich fast alle relevanten Mitarbeiter erreichen. „Die Einsicht in Wirkungen und Nutzen betrieblicher Gesundheitsförderung“, so die Einschätzung Eckhard Köhlers, „wächst mit der Zahl der Führungskräfte, die an unseren Vorträgen teilgenommen haben.“ Was nicht heißt, dass Einbindung und Information der Führungskräfte nicht noch weiter verbessert werden könnten.

Während ältere Manager oft leichter zu überzeugen sind, weil sie womöglich schon eigene Erfahrungen mit belastungsbedingten Erkrankungen gemacht haben, ist Gesundheitsförderung für Nachwuchskräfte nur ein Randthema. Köhlers Schlussfolgerung: „Betriebliche Gesundheitsförderung sollte fester Bestandteil von Zielvereinbarungen mit Führungskräften sein und dabei neben Fehlzeiten auch weiche Faktoren einschließen und messbar machen.“

BKK VOR ORT:

Grünes Licht für Gesundheitsförderung nach Eigentümerwechsel

Messbare Verhaltens- und Verhältnisänderungen durch individuelle, mitarbeiterbezogene Maßnahmen

Der Erfolg betrieblicher Gesundheitsförderung spiegelt sich naturgemäß erst mit Verzögerung in Zahlen wieder. Umso höher ist es zu bewerten, wenn Mitarbeiterbefragungen ergeben, dass betriebliche Programme umgehend zu einer gesundheitsorientierten Veränderung ihres Freizeitverhaltens geführt haben.

Genau das erreichte die BKK VOR ORT in Zusammenarbeit mit dem Team Gesundheit bei der Wiederholt GmbH im westfälischen Holzwickede: 90 Prozent der Befragten erklärten nach der Teilnahme am BKK Arbeitsplatzprogramm, sie achteten auf gesunde Lebensführung (vorher 58 %), 80 Prozent wollten sich in ihrer Freizeit regelmäßig bewegen, vorher galt das nur für 45 Prozent. „Das ist zwar nur ein Indikator“, erläutert BKK Projektleiter Manfred Richter, „aber er belegt den Eindruck, den wir und die Geschäftsleitung im Verlauf des Projekts gewonnen haben.“

Dabei waren die Wiederholt-Werke ursprünglich ein schwieriger Kunde für die BKK. Obwohl die Zahl der Arbeitsunfähigkeitstage gleichermaßen über dem Bundesdurchschnitt wie über dem der Branche (Herstellung von Metallerzeugnissen) lag, öffnete erst ein Eigentümerwechsel die Türen für die Experten der damaligen BKK 2000. Hatte die frühere Geschäftsleitung – nicht untypisch für Mittelständler – nur geringes Interesse an einem umfassenden Gesundheitsförderungsprogramm gezeigt, wurde es nach der Integration der Firma in die weltweit aktive PTC-Alliance-Gruppe zügig in die Praxis umgesetzt. Manfred Richter: „Sowohl für den neuen Geschäftsführer aus den USA wie für

PTC-Alliance ist betriebliche Gesundheitsförderung ein selbstverständlicher Auftrag; die Ausfallzeiten waren ein zusätzlicher Anstoß für eine schnelle und konsequente Umsetzung.

Das Oktober 2002 begonnene und auf Dauer angelegte Programm basiert auf der bewährten Methodik betrieblicher Gesundheitsförderung. Unter Feder-

führung eines Arbeitskreises Gesundheit wurden mithilfe eines Gesundheitsberichts, von Mitarbeiterbefragungen und Gesundheitszirkeln Problem- und Interventionsfelder benannt und bearbeitet. Zugleich wurden die Maßnahmen weitestgehend auf die einzelnen Mitarbeiter bzw. Arbeitsplätze zugeschnitten und durch außerbetriebliche Angebote ergänzt.

„Uns war klar, dass die Belastungen der rund 700 gewerblichen Mitarbeiter stark variierten, so dass einheitliche Angebote für die gesamte Belegschaft nur wenig Erfolg versprochen“, skizziert Manfred

Richter die Ausgangslage. Umso wichtiger war es, die individuelle Situation der Mitarbeiter und ihre subjektiven Beschwerden möglichst genau zu erfassen. Deshalb wurden im Kontext von Informationsveranstaltungen zum Projekt intensive Mitarbeiterbefragungen durchgeführt – sogar während der Nachtschichten, um den engen Bezug zur Arbeitswirklichkeit zu dokumentieren und die Akzeptanz zu erhöhen.



Kleine Ursache - große Wirkung: Der Gesundheitszirkel brachte für diesen Arbeitsplatz eine enorme Verbesserung durch Belegen des Untergrundes mit einer dicken, elastischen Matte.

Während die Befragungsergebnisse einerseits in Gesundheitszirkeln ausgewertet wurden, um organisatorische oder technische Lösungen zur Verringerung von Belastungssituationen zu erarbeiten, dienten sie andererseits einem Sportwissenschaftler als Grundlage für ein Arbeitsplatzprogramm (APP), das auf die konkrete Situation jedes einzelnen Mitarbeiters ausgerichtet war.

Mitentscheidend für den Erfolg des APP war, dass die Belegschaft nicht einfach mit Botschaften wie z. B. „Jetzt machen wir eine Rückenschule“ konfrontiert, sondern über den Dreischritt „Information – Erleben – Verstehen“ vom Sinn der Maßnahme überzeugt wurde. In der Informationsphase wurde Basiswissen über

Die dritte Phase schließlich zielte darauf, die erlernten Arbeitstechniken in den Alltag zu integrieren und zur Gewohnheit werden zu lassen, damit sie sozusagen automatisch angewandt werden. Weil hierbei deutlich wurde, dass das eigene Verhalten direkte Auswirkungen auf Beschwerden hat, wurde der Bogen zum Thema „Eigenverantwortung“ geschlagen. Dabei ging es nicht nur um das Verhalten im Betrieb, sondern vor allem um den Nutzen von bewusster Bewegung, Ernährung und Entspannung in der Freizeit.

Damit kommt eine weitere Besonderheit des Projekts ins Spiel: Die Gesundheitsförderer beließen es nicht bei Aufklärung

„Wir haben erreicht, dass die Mitarbeiter am Ort Sportangebote finden, die sowohl inhaltlich wie zeitlich auf ihren Bedarf zugeschnitten sind.“ Besonders die Zeiten spielen dabei eine maßgeblich Rolle, denn man könne auch motivierten Mitarbeitern nicht zumuten, nach einer anstrengenden Schicht Zeitmanagement zu betreiben, um an einem hochwertigen Kurs teilzunehmen.

Die eingangs zitierten Einstellungsänderungen belegen die Stichhaltigkeit dieser Überlegungen, aber auch bei den übrigen Maßnahmen kann die BKK VOR ORT gute Ergebnisse vorweisen: Über 90 Prozent der Verbesserungsvorschläge wurden bislang umgesetzt, an den weiteren wird gearbeitet. Der Arbeitskreis Gesundheit



Beim APP wird rückengerechtes Verhalten so eingeübt....



....dass die Umsetzung in den Arbeitsalltag gelingt.

Belastungsfolgen und die Grundlagen der Rückenschule vermittelt, um Interesse zu wecken. Unter dem Motto „Bewusstsein durch Erleben“ ging es dann an die individuelle Umsetzung, das Erlernen gesundheitsfördernder Arbeitstechniken, ergänzt um Ausgleichsübungen, mit denen unvermeidbaren Belastungen entgegengewirkt werden kann.

und gut gemeinten Ratschlägen, sie senkten auch die Schwellen, die Schichtarbeiter häufig an einem entsprechendem Freizeitverhalten hindern. Einerseits durch themenbezogene Gesundheitstrainings, durch die Möglichkeiten der Selbstregulation vermittelt wurden; andererseits durch Kooperation mit örtlichen Vereinen und Sporteinrichtungen. Manfred Richter:

verfügt inzwischen über geeignete Instrumente, neu auftretende Probleme zügig zu bearbeiten. Manfred Richter sieht das Projekt jedenfalls als Referenz zur Ansprache vergleichbarer Unternehmen, die zudem durch die nun möglichen Bonusregelungen für gesundheitsfördernde Unternehmen zusätzlich vereinfacht werden könnte.

Gothaer VuD BKK: Aktion Gesunder Rücken - Messbare Verhaltens- und Verhältnis- änderungen durch individuelle, mitarbeiterbezogene Maßnahmen

Investition: 200 Minuten Arbeitszeit pro Mitarbeiter - Ertrag: Praktische Prävention und höhere Motivation

Kassel, 10. Juli 2002, 8 Uhr 30, in einer Filiale der SpardaDirekt Hessen GmbH. Bank-Mitarbeiterin Marina Garwardt beginnt ihre Arbeitswoche mit ungewöhnlichen Aufgaben: „Die Füße beiseite, die Beine etwas weiter auseinander und tief durchatmen“. Die lokale Presse ist da und fotografiert die junge Angestellte dabei, wie sie auf einem Gymnastikball sitzt und sich von Physiotherapeut Matthias Nattler von Übung zu Übung dirigieren lässt. „Legen sie sich bitte mit dem Bauch auf den Ball...“, instruiert der Therapeut mit ruhiger Stimme. Gesagt, getan. Blitzlicht, ein Schnappschuss.

Rückentraining während der Arbeitszeit - was früher undenkbar war und in den letzten Jahren zunächst in großen gewerblichen Unternehmen mit hohen körperlichen Belastungen Einzug hielt, lässt sich auch im Dienstleistungsbereich etablieren. Die Gothaer VuD BKK bietet Arbeitgebern seit Mitte 2002 die Durchführung von betrieblicher Gesundheitsförderung an. Besonders gefragt ist die Aktion „Gesunder Rücken“.

Die Gothaer VuD BKK begnügt sich dabei nicht nur mit der Vermittlung klassischer und standardisierter Rückenschulen, sondern setzt auf - vergleichsweise aufwändige - mitarbeiterindividuelle Arbeitsplatzinterventionen. Schließlich, so Carsten Kleine, Vorstand der BKK, „sind unsere Firmenkunden effizienzorientierte Unternehmen. Der Abbau von Rückenschmerzen und die Förderung von Prävention erhöht gleichermaßen Motivation und Leistungs-



fähigkeit der Mitarbeiter und soll krankheitsbedingte Ausfallzeiten verringern.“

Für Hans-Günter Franke, Geschäftsführer der SpardaDirekt und Chef von Marina Garwardt, war schon länger klar, dass „Vorbeugen das A und O“ ist. Als die Gothaer VuD BKK, bei der 45 Prozent seiner Mitarbeiter versichert sind, ihm das Programm vorstellte, brauchte es deshalb keine große Überzeugungsarbeit. Obwohl das „Stärken der Mitarbeiter-Rücken“ zur Voraussetzung hatte, dass die Geschäftsführung der Belegschaft den Rücken freihielt - indem man die Angestellten für die benötigte Arbeitszeit (insgesamt 10 mal 20 Minuten) freistellte. Keine geringe Investition, obwohl die Schulungskosten von der BKK übernommen wurden. Auch die nicht bei der BKK versicherten Mitarbeiter konnten an der Maßnahme teilnehmen,

sofern sie bereit waren, die Kosten selbst zu tragen.

Weil freiwillige Aktivitäten mehr Erfolg versprechen, als vom Unternehmen übergestülpte, steht bei der Gothaer VuD BKK Information und Teilnehmergewinnung am Beginn jeder betrieblichen Maßnahme. Dazu werden Plakate ausgehängt, Infomaterial wird an geeigneten Stellen ausgelegt usw. Sobald eine ausreichende Zahl von Mitarbeitern ihr Interesse angemeldet hat, engagiert die Gothaer VuD BKK einen für die jeweilige Maßnahme geeigneten Therapeuten, Krankengymnasten o. ä. aus der Region. Bei der SpardaDirekt war das der Kasseler Matthias Nattler.

In Kooperation mit der Personalabteilung des Unternehmens werden zunächst Termine mit den Programmteilnehmern vereinbart, um in Einzelgesprächen individuelle Beschwerden herauszuarbeiten, die Arbeitsplätze auf ihre Rückenfreundlichkeit zu überprüfen und gleich auf Veränderungsmöglichkeiten hinzuweisen. Auch für Büroangestellte gibt es weder pauschale Probleme noch pauschale Problemlösungen. Denn nicht nur die konkrete Situation am Arbeitsplatz ist für die Entstehung von Rückenschmerzen verantwortlich, auch die individuelle Konstitution, der allgemeine Gesundheitszustand, Vorerkrankungen, bisherige Belastungen und Ernährungs- und Lebensgewohnheiten spielen eine Rolle.

Deshalb erstellt der Therapeut für jeden Mitarbeiter zunächst eine individuelle Anamnese, auf deren Grundlage er dann für jeden Rückenschüler ein persönliches



Physiotherapeut Mario Wagner gibt einer Mitarbeiterin der Firma Rhöse Tipps zur richtigen Haltung am Arbeitsplatz

acht Unternehmen ganz unterschiedlichen Zuschnitts durchführen konnte.

So geschehen auch bei der Heiligenstädter Firma Rhöse Frischdiensthandel und Tiefkühlkost. Obwohl hier nur 13 Personen arbeiten, war der individuelle Ansatz von besonderer Bedeutung, denn die Belegschaft verteilt sich auf so unterschiedlich belastende Bereiche wie Küche, Lager und Büro. Geschäftsführer Harald Rhöse sieht in dem Rückenprogramm allerdings nicht nur den präventiven Nutzen; wegen der zweimal wöchentlich angebotenen Maßnahme hat es für ihn zugleich den Charakter eines Incentives: „Unser Team ist immer da, wenn man es braucht. Dafür sind gesundheitsverträgliche Arbeitsbedingungen und –abläufe unabdingbar, zugleich aber wollen wir unseren Mitarbeitern mit diesem Projekt auch für ihren Einsatz danken.“

Ob Bank oder Lebensmitteldistribution, am Ende der zehn Trainingseinheiten sollten die Lockerungs- und Dehnübungen so selbstverständlich in Fleisch und Blut übergegangen sein wie das tägliche Zähneputzen. Und natürlich ist die ergonomische Situation an den Arbeitsplätzen dann so beschaffen, dass Verspannungen oder Schmerzen durch Fehlhaltungen weitestgehend ausgeschlossen sind.

Ralph Pasternacki, Dortmunder Filialleiter der Gothaer Allgemeinen Versicherung, kann diese Erfolge aus eigener Erfahrung bestätigen: Auch er und einige seiner Mitarbeiter absolvierten das Programm gleichsam als Testkunden. Fazit: Das Programm ist nicht nur gesundheitlich erfolgreich, sondern auch problemlos auf Unternehmen unterschiedlicher Größe und mit unterschiedlichen Arbeitsbedingungen übertragbar. „Damit hat es sich als weiterer Schritt hin zu einem zeitgemäßen Gesundheitsmanagement im Betrieb bewährt.“

Rückenprogramm konzipiert. Dabei werden unter anderem folgende Maßnahmen und Techniken beschwerdegerecht eingesetzt:

- ▶ Information über Grundlagen des Haltungs- und Bewegungsapparates
- ▶ Verbesserung der Haltung durch wirbelsäulen- und gelenkfreundliche Techniken
- ▶ Aufbau der Muskulatur, die für eine aufrechte Haltung verantwortlich ist
- ▶ Förderung der Körperwahrnehmung
- ▶ Training für eine rückenfreundliche Haltung
- ▶ Vermeidung von Schmerzen im Rücken - und Nackenbereich

- ▶ Dehnung verkürzter Muskulatur zur Entlastung beanspruchter Muskelpartien
- ▶ Entspannungstechniken am Arbeitsplatz

Besonders der Punkt, während der Arbeitszeit etwas Gutes für seinen Körper zu tun, war offenbar mitverantwortlich für die enorme Medienresonanz, die die „Aktion Gesunder Rücken“ seit ihrem Beginn erhielt - und die Nachfrage seitens der Betriebe förderte. „Ganz locker bleiben... Entspannung am Arbeitsplatz... Die Füße leicht nach außen...“, lauteten die Schlagzeilen. Kein Wunder, dass die Gothaer VuD BKK das Programm mittlerweile bei

HypoVereinsbank BKK macht nicht nur die Kunden fit

„Gut und gesund Leben“ beginnt im eigenen Haus: MOVE! bringt BKK-Mitarbeiter in Bewegung



Gewußt wie - fit im Büroalltag!

Trägt der Schuster tatsächlich die schlechtesten Schuhe? Wer sich den Alltag in Unternehmen anschaut, wird leicht Beispiele dafür finden, dass Fachleute ihren Kunden zwar hervorragende Produkte und Dienstleistungen anbieten, in eigener Sache aber eher nachlässig sind, wenn es um die Umsetzung ihrer Kompetenz geht. Bei der HypoVereinsbank BKK hat man dieses Problem schon vor gut zwei Jahren erkannt – und reagiert. Die BKK bietet Ihren Mitarbeitern ein arbeitsplatzbezogenes Gesundheitsförderungsprogramm an, das für die Kunden der BKK schon lange selbstverständlich ist.

Entstanden ist die Idee, die Gesundheit der BKK-Mitarbeiter in der Kasse zu fördern, nicht aus der Not heraus. Denn offensicht-

lich betreuen die 37 Mitarbeiter der HypoVereinsbank BKK ihre rund 40.000 Versicherten sehr gut: Laut Kundenbefragung 2003 sind ca. 95% jener Kunden sehr zufrieden mit ihrer BKK bzw. würden sie weiterempfehlen. Und das, obwohl ein Mitarbeiter immerhin rund 1.100 Versicherte betreut. Weil das naturgemäß hohe Ansprüche an die Leistungsfähigkeit, aber auch hohe Belastungen mit sich bringt, unterstützt die BKK ihre Mitarbeiter dabei, sich für die täglichen Herausforderungen ihres Arbeitsalltags fit zu machen und zu halten, in diesem Fall mit Hilfe des Projekts „MOVE!“ (Miteinander Optimale Veränderungen Erzielen).

„Bewegung, insbesondere für den Rücken, sowie Stressabbau beziehungsweise Entspannung gehören zu den zentralen Ge-

sundheitsthemen, die für Mitarbeiter eines Dienstleistungsunternehmens immer wieder interessant und wichtig sind“, so Yvonne Lips, stellvertretender Vorstand der HypoVereinsbank BKK. Als geschäftsführende Leiterin des HVB-eigenen Gesundheitsforums organisiert sie normalerweise Gesundheitsaktionen für die Mitarbeiter der Bank. Allerdings weiß sie, dass auch ihre Kollegen als Mitarbeiter des Dienstleisters BKK vor ähnlichen arbeitsbezogenen Problemen stehen wie die Kunden der Kasse.

Die logische Konsequenz: Der Slogan der HypoVereinsbank BKK („Gut und gesund leben“) soll nicht mehr nur für Kunden gelten, sondern auch für die eigenen Mitarbeiter. So entstand die Idee für das Projekt MOVE!, einem insgesamt 10-wöchigen

Gesundheitsprogramm. MOVE! wurde speziell auf die Bedürfnisse der BKKler am Arbeitsplatz zugeschnitten und vom externen Anbieter Motio durchgeführt, der ähnliche Programme auch bei den Bäckern der HVB und bei anderen Dienstleistern umsetzt.

Das Angebot einer kostenlosen gesundheitsfördernden Maßnahme während der Arbeitszeit kam für die BKK-Belegschaft offenbar wie gerufen, selbst die meisten Teilzeitbeschäftigten erklärten ihr Interesse an der Weiterbildung in eigener Sache. Das Programm begann mit einer ersten „Visite“ der Trainerin der Firma Motio, die zusammen mit dem Betriebsarzt und Fachkräften für Arbeitssicherheit der HypoVer-einsbank sämtliche Arbeitsplätze aufsuchte, um sich mit den spezifischen Tätigkeiten wie mit den individuellen Arbeitsbedingungen vertraut zu machen.

Als erstes wurden die Arbeitsplätze darauf hin (einrichtungs-) technisch optimiert, wobei vor allem grundlegende ergonomische Erkenntnisse umgesetzt wurden. Dabei wurden Bildschirme ebenso umgestellt wie Telefone und Bücher, Stühle wurden fachmännisch auf die individuelle Statur eingestellt, größere Menschen erhielten erhöhte Schreibtische, eine kleine Frau bekam eine Fußstütze unter ihren Stuhl, einer anderen Dame mit schwerwiegenden Rückenproblemen wurde ein komplett neuer Bürostuhl verordnet. „In der Regel fehlt einfach nur das Wissen, was richtig und gut für einen ist. Wenn man das einmal weiß, ist es einfach, bestimmte Regeln zu befolgen“, resümiert Yvonne Lips.

Nachdem so die Rahmenbedingungen für gesundes Arbeiten geschaffen waren, begann das eigentliche Trainingsprogramm. Eine Diplomsporthlehrerin kam wöchentlich

in die BKK, um Wissen und Bewusstsein für den eigenen Körper zu vermitteln oder zu vertiefen. Jeder Mitarbeiter wurde dafür zweimal wöchentlich für ca. 20 Minuten von seiner Arbeit freigestellt. Der vorbereitende Theorie-Teil des Programms (Wie messe ich meinen Puls? Wie funktioniert die Wirbelsäule? Was passiert mit den Bandscheiben?) war bei den Mitarbeitern der Krankenkasse erwartungsgemäß schnell erledigt. Der Praxisteil dagegen brachte auch den Büroarbeitern der BKK neue Erkenntnisse und lehrte sie individuell hilfreiche Übungen und Verhaltensweisen: Unter der Experten-Anleitung lernten die Teilnehmer spielerisch, häufig belastete Körperpartien und das Herz-Kreislaufsystem in routinartigen Übungen zu trainieren. Im Mittelpunkt standen dabei einfache, auch im Büro zu wiederholende, Übungen, angefangen bei Katzenbuckel und Fingerhakeln über Schulterkreisen, Kopf im Nacken rollen, Rumpfbeugen oder Übungen mit dem „Thera-Band“ bis hin zu speziellen Augen-Übungen zur Entlastung des bildschirmmüden Sehorgans.

Ein wichtiges Ziel aller Übungen war es, dass die Teilnehmer das Prinzip „Vormachen lassen, mitmachen, selber machen“ verinnerlichten. Selbstredend, dass deshalb auch individuelle Fragen und Probleme Gehör fanden und entsprechende Lösungen erarbeitet wurden. Zugleich wurden natürlich auch Belastungsfaktoren sowohl auf der psycho-sozialen wie der organisatorischen Ebene auf den Prüfstand gestellt und, soweit möglich, optimiert. Im Rahmen halbtägiger MOVE!-Orientierungsworkshops wurde dazu in homogenen Gruppen unter Moderation der Motio-Trainerin eine Ist-Analyse vorgenommen und bestehender Optimierungsbedarf mit konkreten Lösungsvorschlägen herausgearbeitet. Den Vorständen und Abteilungs-

leitern wurden die Workshop-Ergebnisse nachfolgend präsentiert und gemeinsam Vereinbarungen hinsichtlich der weiteren Vorgehensweise und Umsetzung getroffen.

Schließlich sollten alle „Miteinander-Optimale-Veränderungen-Erzielen“, wenn sie nur wollten. Offenbar wollten die meisten, denn das Projekt stieß bei den Mitarbeitern auf äußerst positive Resonanz: „Finde ich super, dass die HVB BKK das für ihre Mitarbeiter macht“, so eine begeisterte Teilnehmerin im Originalton. Dass das Gesamtprojekt auf sehr fruchtbaren Boden fiel, zeigte sich dann auch daran, dass mehr als die Hälfte der Mitarbeiter das Folgeangebot der Teilnahme an „Stresskursen Intensiv“ annahm und hierfür sogar ihre Freizeit einbrachte.

So scheint MOVE! tatsächlich die gewünschten gesundheitlichen Erfolge zu zeigen: 90 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gaben an, dass ihnen die Aktion Impulse gegeben hat, sich aktiv für ihre Gesundheit einzusetzen. Bei fast allen hat sich durch das Programm das allgemeine Befinden gebessert, so das Fazit aus nachbereitenden Besprechungen. Organisatorin Yvonne Lips, die ihre Nackenprobleme mittlerweile selbst bearbeitet, sieht noch heute, rund anderthalb Jahre nach Ablauf von MOVE!, positive „Spätfolgen“ des Programms: „Viele Mitarbeiter machen auch jetzt noch regelmäßig ihre Übungen. Zum Beispiel: Eine Gruppe von sieben Frauen trifft sich täglich vor der Mittagspause, um 15 Minuten gemeinsam zu trainieren“. Dennoch hält sie regelmäßige Kontrollen bzw. Nachschulungen durch Experten zumindest einmal im Jahr für sinnvoll, um eventuelle Fehler zu korrigieren und immer wieder in Erinnerung zu rufen, wie es richtig geht, gut und gesund zu leben - auch und gerade bei der Arbeit.

Salus BKK bringt Ikea-Mitarbeiter auf den Geschmack für Gesundes

Schritt für Schritt den Bedarf erkunden: Von Schnupperaktionen über Gesundheitswochen bis zu bedarfsgerechten Gesundheitskursen

„Nur wenn sich die Mitarbeiter am Arbeitsplatz wohl fühlen, ein gutes Betriebsklima herrscht und das Miteinander am Arbeitsplatz gefördert wird, kann auch die Produktivität gefördert werden“. Was klingt wie aus dem Lehrbuch für mitarbeiterfreundliche Unternehmensführung, stammt im Originalton von Barbara Löhnhardt, Personalleiterin der IKEA GmbH & Co. KG in Günthersdorf.

Konsequenterweise entschied sich die Führung des Möbelhauses, in Zusammenarbeit mit der Salus BKK gezielt Maßnahmen für das gesundheitliche Wohlbefinden der Mitarbeiter zu entwickeln. Allerdings, und hierin liegt eine Besonderheit des Projekts: BKK und Betrieb haben darauf verzichtet, ein umfassendes Paket bewährter Maßnahmen von heute auf morgen einzuführen. Stattdessen ging man in Günthersdorf Schritt für Schritt vor, bot einfache, niederschwellige Maßnahmen an, um auf Grundlage der dabei gewonnenen Erkenntnisse bedarfs- und unternehmensgerecht den nächsten Schritt zu planen.

Damit das Projekt bestmöglich auf die konkrete Situation und die Bedürfnisse der Mitarbeiter abgestimmt werden konnte, wurde als erste Maßnahme eine eintägige Schnupper-Aktion im Betrieb umgesetzt. Durch grundlegende Informationen sowie die Vorstellung von Ideen und möglichen Maßnahmen der Gesundheitsförderung wurden die rund 250 Mitarbeiter der Ikea-Filiale vorsichtig an das Thema herangeführt; zugleich wurden im Rahmen der Schnupper-Aktion gezielt Erkenntnisse über den Informationsstand, über gesundheitliche Probleme und Erwartungen der Mitarbeiter gesammelt, um den Handlungs-



Für eine ausführliche Ernährungsberatung wurden auch Blutzucker- und Cholesterinwerte überprüft

bedarf und die Erwartungen der Mitarbeiter einschätzen zu können.

Als Ergebnis der Schnupperaktion wurde ein so genannter „Gutfühltag“ konzipiert, der im März 2003 erstmals realisiert wurde. Dafür hatte die Salus BKK einen großen Stand in der Nähe der Kantine aufgebaut, der für die Ikea-Mitarbeiter auf dem Weg zur Mittagspause buchstäblich unübersehbar war. Saisongerecht stand der Tag unter dem Motto „Fit in den Frühling“; die BKK servierte neben „zeitlosen“ gesunden Häppchen auch Fitnessdrinks und „Frühlingsrezepte“, natürlich alles kostenlos. Sich gut fühlen, so die Botschaft, ist eben nicht mit Verzicht gleichzusetzen, sondern kann durchaus genussvoll gefördert werden.

Um den Mitarbeitern die Gelegenheit zu geben, ihr subjektives Befinden mit objektiven Daten zu vergleichen, wurden zudem Messungen der Blutzucker- und

Cholesterinwerte angeboten, die von einem Apotheker durchgeführt wurden. Eine Ernährungsberaterin gab nicht nur allgemeine Tipps zur gesunden Ernährung und zur Vorbeugung von Krankheiten, sondern konnte auch Mitarbeitern mit auffälligen, aber noch nicht Besorgnis erregenden Werten maßgeschneiderte Ernährungstipps geben. Abgerundet wurde das Angebot durch umfangreiches Informationsmaterial und nicht zuletzt durch ein „Gesundheitsquiz“ mit, natürlich, gesundheitsbezogenen Preisen.

Die Resonanz der Mitarbeiter auf die Aktion war derart positiv, dass sich die Verantwortlichen des Möbelhauses schon kurz darauf erneut mit den BKKlern an einen Tisch setzten und noch im gleichen Monat eine Folgeaktion konzipierten. Ergebnis: Die „Gesundheitswoche“.

Zur Vorbereitung entwickelte eine Ernährungswissenschaftlerin der BKK gemeinsam mit dem Küchenchef der IKEA-Betriebskantine einen einwöchigen Ernährungsplan, um den Kantinenbesuchern Tag für Tag die Bedeutung verschiedener Nährstoffe schmackhaft näher zu bringen.

Montag:	Kohlenhydrate - Treibstoffe deines Lebens
Dienstag:	Flüssigkeit - Ursprung allen Lebens
Mittwoch:	Der Tritt ins Fettnäpfchen
Donnerstag:	Sauer macht lustig
Freitag:	Quark macht stark

Um „Essen als abwechslungsreiches und gesundes Erlebnis anzubieten“, stand jeder Tag unter einem anderen Motto: Die Kantinen-Mitarbeiter verteilten zum jeweiligen Tages-Motto passende Flyer mit Tipps und Rezepten, so dass die Belegschaft das tägliche Mahl auch theoretisch aufarbeiten konnte. Wer lieber das persönliche Gespräch suchte, fand dazu Mitarbeiter der Salus BKK, die während der Gesundheitswoche vor Ort präsent waren. Die BKK ergänzte das Kantinenangebot durch Kostproben und Fitnessgetränke, vor allem aber informierte sie

zugleich über geplante „Gesundheits-Workshops“, in denen das durch die Gesundheitswoche geschärfte Bewusstsein direkt in konkretes Handeln umgesetzt werden konnte. Die BKK bot dabei allerdings kein fertiges Kurspaket an, sondern legte während der Woche Anmeldelisten für die möglichen Kurse aus. Denn auch beim Kursangebot verfolgten Unternehmen und BKK das Prinzip: Angeboten wird nur das, wofür eine Nachfrage der Belegschaft erkennbar ist.

Die Nachfrage war tatsächlich groß, so dass die BKK gleich mit drei je 10wöchigen Kursen starten konnte, wofür qualifizierte Kursleiter aus der Region zu folgenden Themen engagiert wurden:

1. klassische Rückenschule
2. Walking-Kurs (zur Kreislaufstärkung)
3. ein modernes Pilates-Training (Yoga-ähnliches Entspannungsprogramm inkl. Training der Rückenmuskulatur)

Das aus Sicht der Teilnehmer wie der Gesundheitsförderer erfolgreiche Kursangebot war für Salus BKK und IKEA Grund genug, es - genau wie die Gesundheitstage - den Mitarbeitern des Günthersdorfer

IKEA-Hauses nun regelmäßig anzubieten. Zugleich werden mehrmals im Jahr Gesundheitsaktionen zu saisonalen Themen gestartet; einerseits, um durch diese kleinen Höhepunkte erneut zu motivieren, andererseits um das eingangs erwähnte Credo durch Taten zu untermauern – zuletzt beim Gutgefühl-Tag im Herbst 2003: „Fit durch den Winter“. Für Frühling oder Sommer steht bereits der nächste Gutgefühltag auf der Agenda der Gesundheitsförderer.

Personalleiterin Löhnhardt ist begeistert vom Erfolg der bisherigen Aktivitäten und weiß vor allem die Unterstützung der Salus BKK zu schätzen: „Durch die kompetente Betreuung durch die BKK konnten wir dieses für uns neue Aufgabenfeld professionell und effektiv bearbeiten, und die BKK beschränkte sich nicht darauf, die definierten Aufgaben zu erledigen, sondern zeigte uns immer wieder neue Ideen und Alternativen auf.“

Kein Wunder also, dass nun nach den eher erlebnisorientierten Angeboten die systematische Arbeit im Betrieb auf der Tagesordnung steht. Derzeit wird die Einrichtung von Gesundheitszirkeln vorbereitet, um so die individuellen Arbeitsbelastungen der Mitarbeiter zu verringern. „Das Beispiel IKEA hat uns gezeigt“, so Anke Obst von der Salus BKK, „dass Gesundheitsförderung nicht zwangsläufig mit großen Projekten starten muss, um erfolgreich zu sein. Das schrittweise, eng an Bedarf und Reaktionen der Mitarbeiter gekoppelte Vorgehen führt letztlich genauso zum Ziel“.



Erlebbar Maßnahmen: Die Igelballmassage lockerte Nacken- und Lachmuskulatur der Mitarbeiterinnen

BKK firmus: Gezielte Ernährungsberatung im Rahmen der Gemeinschaftsverpflegung

Saisonale Aktionswochen machen Appetit auf gesundheitsfreundliches Kantinenangebot

Aktionen in Kantinen spielen bei Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung häufig nur eine ergänzende, punktuelle Rolle. Während eines beschränkten Zeitraums werden besondere Menüs mit aktionsbezogenen Informationen serviert, danach gibt es wieder die übliche Kantinenkost.

Für die rund 2.000 Mitarbeiter boten zwei Kantinen früher das „klassische“ Kantinenprogramm an: Preiswert, durchaus abwechslungsreich, aber weder auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet noch konsequent unter ernährungswissenschaftlichen Kriterien zusammengestellt. Dies wollte die BKK firmus in Abstimmung

vom AK Gesundheit intensiv vor- und nachbereitet, um ernährungsbezogene Defizite und Bedürfnisse der Belegschaft zu erkennen und diese in entsprechende Maßnahmen zu übertragen.

Bislang wurden so vier Aktionswochen mit jeweils neuem Schwerpunkt geplant und durchgeführt: „Weg mit dem Speck“ (16.-19.4.2002), „Trink dich fit - zwei Liter und mehr,“ (25.-29.11.2002), „Fit in den Frühling“ (24.-28.3.2003) und „Diabetes? Nein danke!“ (Herbst 2003). „Obwohl wir jedes Mal neue Themen aufgreifen, nimmt der Planungsaufwand immer mehr ab“, erläutert Marc Pohlmann von der BKK, weil alle Aktionswochen nach einer einheitlichen Organisationsstruktur realisiert werden. Diese umfasst folgende Punkte:

Information und Werbung machen Appetit

Durch intensive und systematische betriebsinterne Werbung (Ankündigungen in der Werkszeitung, Aushänge, Flyer etc.) wird jede Aktionswoche im Vorfeld bekannt gemacht.

Die BKK ist immer präsent

In Sichtweite der Kantine baut die BKK firmus einen „Gesundheits-Stand“ auf, der – neben ergänzenden Maßnahmen – interessierten Mitarbeitern die Gelegenheit bietet, sich mit der Ernährungsberaterin oder mit einem BKK-Berater über weitergehende Angebote auch für die Ernährung im privaten Bereich zu unterhalten.



Ernährungs- und Diabetesberatung der BKK firmus

Ein Grund: Umstellungen des Kantinenkonzepts sind aufwändig oder, bei externen Betreibern mit mehreren Standorten, kaum zu organisieren. Die BKK firmus ließ sich von dieser Ausgangslage nicht schrecken: Weil sie die Werkskantine als idealen Vertriebsort für eine dauerhafte und praxisorientierte Ernährungsberatung erkannte, startete sie in einem ihrer Trägerunternehmen ein Projekt, das zwar mit punktuellen Maßnahmen begann, mittelfristig aber für eine nachhaltige Verbesserung der Qualität der Gemeinschaftsverpflegung sorgte - und weiter sorgen soll.

mit dem betrieblichen Arbeitskreis Gesundheit, der Unternehmensleitung und dem Kantinenbetreiber ändern. Grundlage dafür war ein auf die betriebliche Situation zugeschnittenes Konzept einer damit beauftragten Ernährungswissenschaftlerin.

Im Mittelpunkt stehen dabei die seit der erfolgreichen Premiere im Frühjahr 2002 regelmäßig zwei mal pro Jahr durchgeführten „Aktionswochen“ in Sachen gesunder Ernährung. Dabei begnügen sich BKK und Arbeitskreis Gesundheit nicht mit dem Angebot zusätzlicher oder veränderter Gerichte. Vielmehr wird jede Aktion

Nur gesund Essen ist nicht genug - Aktion

Es gibt am Gesundheitstand der BKK immer etwas zu tun und zu erleben; unter anderem die Ermittlung des Körperfettanteils, die Messung von Lungenvolumen oder Muskelmasse oder die Analyse des Trinkverhaltens über einen „Trink-dich-fit“ - Fragebogen.

Intensive Beratung und Information zur Vertiefung

Neben der individuellen Beratung durch die Ökotrophologin bietet die BKK natürlich Broschüren und Infomaterial zum Nachlesen an. Zusätzlich luden der Betrieb und die BKK firmus – erstmals im Rahmen der Frühlings-Aktionswoche 2003 – zu einem „Info-Nachmittag“ ein. Hier wurden unter anderem Themen wie das Verhältnis von Ernährung zu Umwelteinflüssen, Abwehrkräften, körperlicher Fitness usw. betrachtet; zusätzlich wurde erläutert, welche Symptome welche ernährungsbedingten Ursachen haben oder wie Lebens-

mittel ausgewählt und zubereitet werden können. Belohnt werden die Teilnehmer schließlich durch einen anschließenden „Augen- und Gaumenschmaus“.

Kostproben in der Kantine

Die Kantine als Mittelpunkt der Aktion bietet an jedem Tag der Aktionswochen etwas Neues. So wurde während einer Speck-Weg-Woche neben den zwei üblichen Menus täglich ein kalorienarmes, fettreduziertes, ballaststoffreiches Menu unter Angabe der Nährwerte aufgetischt. Und während der Trink-dich-fit-Woche war jeder Tag einem für Ernährung wichtigen Getränk gewidmet (Tee, Säfte, Mineralwasser und Fitnessgetränke); neben den Kostproben gab es Informationen über Herkunft, Wirkung und Rezepturen diverser Tees und Tipps für gesunde und leckere Mixgetränke. Tatsächlich stieg zu Aktionszeiten nicht nur die Zahl der Kantinenkunden um über 10 Prozent an, rund die Hälfte der Tischgäste wählte auch das neue gesunde Menu.

Kundenbindung über Gewinnspiele

Zur Motivation wurden Gewinnspiele angeboten, an denen nur teilnehmen konnte, wer z. B. in seinem „Speck-weg-Pass“ drei oder mehr Stempel aufweisen konnte oder einen Fragebogen zum Getränkekonsum ausfüllte.

Übertragung der Einzelaktion in die alltägliche (Kantinen-) Praxis

Der „AK Gesundheit“ überprüft nach jeder Aktionswoche, wie die Ergebnisse dauerhaft in das Angebot der Kantine eingebaut werden können - mit Erfolg: Ein fettreduziertes „Speck-Weg“-Menu steht mittlerweile täglich auf der Speisekarte, auch die Nährwertangaben für jedes Gericht werden in Zukunft zu allen Speisen beigelegt. Da die Analyse des Trinkverhaltens deutlich machte, dass ein Großteil der Belegschaft während der Arbeit zu wenig Flüssigkeit zu sich nimmt, ist die Aufstellung von Getränke Spendern im Betrieb organisiert worden.

TAUNUS BKK: Große Resonanz für betriebsübergreifende Programme

Ein Projekt für 44 Betriebe: Projektmanagement und Kooperationspartner sichern die Umsetzung

Als bundesweit geöffnete Kasse mit fusionsbedingter Verwurzelung sowohl im industriellen wie im Dienstleistungsbereich kann die TAUNUS BKK ihre Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung (BGF) auf zahlreiche Betriebe ausrichten. Aus diesem Grund stellte die BKK ihre Aktivitäten schon 2001 unter das Motto „Vital am Arbeitsplatz“ und erarbeitete Projekte zu beruflich bedingten Belastungen, die weitgehend branchenunabhängig auftreten.

Als erstes Projekt der Reihe wurde von 2001 bis 2002 „Gesunde Venen am Arbeitsplatz“ erfolgreich umgesetzt, seit 2003 läuft das Folgeprojekt „Gesunde Ernährung im Betrieb“, in das Gesundheitsvorsorge bei Stoffwechselerkrankungen – wie Diabetes mellitus – als Schwerpunktthema integriert wurde. Schon heute ist erkennbar, dass auch die dezentralen Projekte eine vergleichsweise große Reichweite haben: Rund 1.200 Männer und Frauen aus 44 Betrieben beteiligten sich an der Venenaktion, ca. 1.100 Versicherte aus 35 Betrieben sind schon in der ersten Phase des Ernährungsprojekts erreicht worden.

„Wir sehen bei beiden Projekten, dass BGF auch mit betriebsübergreifenden Aktivitäten erfolgreich sein kann. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass der Initiator – in diesen Fällen wir als TAUNUS BKK – es schafft, verschiedene Kooperationspartner zu gewinnen, und vor allem die Projektarbeit organisiert und koordiniert“, erläutert Sandra Rulinski aus dem Gesundheitsberatungszentrum der TAUNUS BKK. Schließlich gelte es, die Maßnahmen mit den unterschiedlichen Partnern wie Unternehmen, Medizinern, Berufsgenossenschaften, Kliniken und Hochschulen abzustimmen und



Ärztliche Beratung im MEDmobil der TAUNUS BKK

realistische „Einsatzpläne“, zum Beispiel für das in beiden Projekten eingesetzte MEDmobil – eine mobile Untersuchungsstation – zu erarbeiten. Diese Managementleistung verspricht aber nur Erfolg, wenn die Themen den Bedarf der Zielgruppe treffen. Das ist der Kasse offenbar gelungen.

„Gesunde Venen am Arbeitsplatz“ (2001-2002)

Venenleiden, insbesondere Krampfadern (Varikosis), werden trotz ihrer weiten Verbreitung oft unterschätzt. Rund die Hälfte aller Deutschen hat zu einem bestimmten Zeitpunkt im Leben eine krankhafte Veränderung an den Beinvenen. Nicht selten wird das Auftreten von Venenleiden durch berufsbedingte Belastungen gefördert. Den Betroffenen wollte die TAUNUS BKK „Schritt für Schritt“ helfen, erfolgreich gegen ihr Leiden vorzugehen.

Zunächst definierten die BKK-Mitarbeiter deshalb die Zielgruppen für das Projekt. Nach einer Analyse der Standorte und der versicherten Berufsgruppen wurden „Stehberufe und Berufe mit überwiegend sitzender Tätigkeit“ in den Focus gerückt. Auf dieser Grundlage wurden dann qualifizierte Kooperationspartner angesprochen und in das Projekt einbezogen, in diesem Fall die Berufsgenossenschaft für den Einzelhandel, die REWE-Handelsgruppe, der Verein für Vorsorge und Selbsthilfe, die Seiterklinik in Stuttgart (spezialisiert auf Venenerkrankungen), die Silberbergklinik in Bodenmais und das Institut für Sport und Sportwissenschaft der Universität Karlsruhe.

Die eigentliche Aktion begann mit einem Besuch des MEDmobils an den ausgewählten Standorten. Das MEDmobil blieb jeweils eine Woche am Ort, um möglichst viele Mitarbeiter zum Thema Venenleiden zu informieren.

Zu den durchgeführten Maßnahmen gehörten u.a. Untersuchungen des Zustands der Venen bzw. des Venensystems (Venenfunktionstest), fachärztliche Beratungen zu Prävention, Rehabilitation und Selbsthilfe, ausführliche und individuell zusammengestellte Informationspakete. Auf Wunsch gab es spezielle Einlegesohlen gratis dazu.

Der Besuch des MEDmobils sollte natürlich auch dauerhafte Verhaltensänderungen anstoßen. Deshalb wurde mit Unterstützung betrieblicher Multiplikatoren auch der Bogen zu problembezogenen betrieblichen Gesundheitsförderungskursen geschlagen. Dabei recherchierte der Ansprechpartner im Betrieb, wie groß der Bedarf an Kursangeboten war. Dann wurden von der Kasse entsprechend qualifizierte Trainer engagiert, die z.B. venenstärkende „Walking-Gruppen“ betreuten.

Das Konzept, über eine organisierte Maßnahme zur Eigeninitiative anzuregen, funktionierte. TAUNUS BKK-Verehrerin Sandra Rulinski ist stolz, dass einige Gruppen sich mittlerweile auch ohne Trainer regelmäßig treffen. Rückmeldungen wie „Das Kribbeln in meinen Beinen, das ich schon seit längerer Zeit hatte, hat seitdem nachgelassen. Meine Kondition und mein Körperbewusstsein haben sich stark gesteigert und ich habe sogar abgenommen“ sieht sie als Bestätigung für das Konzept.

Auch die wissenschaftliche Auswertung des Projekts unterstreicht den Erfolg: Wiederholungsuntersuchungen ergaben, dass das Projekt durchweg positive Auswirkungen auf das allgemeine gesundheitliche Befinden hatte. Grund genug für die TAUNUS BKK und die Berufsgenossenschaft, das Thema weiter zu verfolgen: Unter der Anleitung Karlsruher Sportwissenschaftler entwickelten BKK und Berufsgenossenschaft zusammen Venengymnastik-Plakate für den Arbeitsplatz, die derzeit den Betrieben kostenlos angeboten werden. Zudem hat die Berufsgenossenschaft das Thema Venen mittlerweile fest in ihre Aus- und Fortbildungspläne integriert.

„Vital am Arbeitsplatz - gesunde Ernährung im Betrieb“

Nach dem gleichen Prinzip wird seit 2003 das Projekt „Gesunde Ernährung im Betrieb“ umgesetzt. Kooperationspartner sind diesmal unter anderem die Universität Karlsruhe und die Bundesforschungsanstalt für Ernährung. Zentrales Ziel ist - neben der Sensibilisierung und der Integration von Aufklärung und Gesundheitsförderung - die Untersuchung der Frage, wie sich das „Ernährungsverhalten in der Arbeitswelt“ auf die Gesundheit auswirkt. Noch läuft das Projekt. Bislang haben rund 1.100 Personen Fragebögen ausgefüllt und an den anschließenden Reihenuntersuchun-

gen (Blutzucker- und Cholesterin-Test, Puls- und Blutdruckmessung, Berechnung des BMI (Body-Mass-Index) teilgenommen. Im Gegenzug bekamen sie Informationen über Veranlagungen, individuelle Risiken und Ernährungsfehler- natürlich mit einem persönlich zugeschnittenen Beratungsangebot.

Die für dieses Jahr geplanten Wiederholungsuntersuchungen werden auch Abschluss darüber geben, wie erfolgreich betriebsinterne Unterstützungsmaßnahmen sind. Zu den flankierenden Maßnahmen gehören unter anderem:

- ▶ Ernährungsaktionen: In Kooperation mit Betriebsrestaurants gibt es Vitalmenüs /Vitalwochen, die „Aktion gesundes Frühstück“, regelmäßige Ausstellungen und Infostände,
- ▶ kostenlose Ernährungsberatung in den Betrieben,
- ▶ eine Service-Telefon-Hotline, die Interessenten kostenlos Ernährungs- und Bewegungsberatung sowie Informationen über die verbesserten Behandlungsprogramme (BKK MedPlus) bietet, die Diabetikern zur Verfügung stehen.

NOVITAS Vereinigte BKK hat sozial benachteiligte Familien im Blick

Preisgekröntes Projekt spricht übergewichtige Kinder in Freizeitstätte und Schule an

Dass die wachsende Zahl übergewichtiger und schlecht ernährter Kinder ein ernsthaftes Problem darstellt, ist längst unstrittig. Besonders betroffen von Fehl-, Über- und Unterernährung sind Kinder aus sozial benachteiligten Familien. Doch obwohl Ernährung und Bewegung zu den Kernthemen der Gesundheitsförderung zählen, sind erfolgreiche Projekte für diese Zielgruppe noch eher selten. Die häufig zu hörende Begründung lautet, die Betroffenen seien schlicht „nicht zu erreichen“, geschweige denn „zu überzeugen“.

Mit einem auf fünf Jahre angelegten Projekt im einst von Kohle und Stahl geprägten Duisburg-Neumühl beweist die NOVITAS Vereinigte BKK das Gegenteil: Zusammen mit der Stadt Duisburg und begleitet von der Sporthochschule Köln hat die Kasse im Jahr 2000 begonnen, Kindern und deren Eltern ein gesundheitsfreundliches Ernährungs- und Bewegungsverhalten nahe zu bringen.

Der bisherige Erfolg des Projekts wird nicht nur dokumentiert durch Förderung und Auszeichnung im Rahmen des Projektverbunds „Gesundes Land Nordrhein-Westfalen“, sondern vor allem durch die durchweg positiven Reaktionen und das Engagement der Zielgruppe. Auch wenn seitens der Kasse betont wird, dass man aufgrund verschiedener Aktivitäten des zuständigen Bezirksamts Duisburg Hamborn eine „hervorragende Ausgangsposition“ vorgefunden habe - der Schlüssel zur positiven (Zwischen-) Bilanz liegt in dem Setting-Ansatz des Projekts. Statt durch Boni oder Zuschüsse lediglich den Konsum von standardisierten Kursen zu fördern, wurde von der BKK ein Maßnahmenpaket geschmürt, das Kinder und deren Eltern in deren All-



Die Ernährungskette hautnah erleben: Kinder des Duisburger Stadtteils Neumühl auf einem Erlebnissbauernhof

tag erreicht, Multiplikatoren einbindet und gleichermaßen zielgruppengerecht aufbereitete Informationen wie praktische Hilfen beinhaltet.

„Uns war von vornherein klar, dass wir hier mit den üblichen Kursangeboten kaum erfolgreich sein würden“, beschreibt Annette Schuckardt von der BKK die Situation zu Projektbeginn. Als Konsequenz daraus wurde ein Setting-Ansatz gewählt, in den die städtische Freizeiteinrichtung „Spielhaus“ und die benachbarte Grundschule Usedomstraße einbezogen wurden. „In beiden Einrichtungen erreichen wir die gleiche, für Duisburg-Neumühl durchaus typische Zielgruppe: Kinder und Jugendliche aus sozial schwachen Familien, darunter ein hoher Anteil an Spätaussiedler-Familien“. Diese Kinder, so die Überlegung der Gesundheitsförderer, werden wie ihre Eltern durch die üblichen Methoden der Primärprävention nicht

angesprochen, geschweige denn zu nachhaltigen Verhaltensänderungen bewegt.

Schon die Bestandsaufnahme zu Beginn des Projekts zeigte auf drastische Weise, dass der Handlungsbedarf in Duisburg-Neumühl tatsächlich sehr groß ist. So wurde deutlich, dass die meisten der im Spielhaus betreuten Kinder unter ausgeprägt defizitären Ernährungsbedingungen litten. Dabei war der überwiegende Teil übergewichtig, zugleich aber gab es auch Kinder, die als unterernährt und unter ständigem Hunger leidend eingestuft werden mussten. Ein grundsätzlich ähnliches Bild zeigte sich in der Grundschule Usedomstraße.

Angesichts dieser Ausgangslage war es das Ziel der Gesundheitsförderer, schnell zu helfen und zugleich Grundlagen für nachhaltige Verhaltensänderungen zu legen. Deshalb

sollte durch praktische Maßnahmen Hilfe zur Selbsthilfe geboten werden, andererseits ging es darum, die fachliche Qualifikation der Multiplikatoren zu erhöhen.

Also wurde zunächst im Spielhaus unter Einbeziehung der Eltern für einen gesunden Mittagstisch gesorgt, daneben entwickelte die NOVITAS Vereinigte BKK mit der Grundschule eine Reihe von Bausteinen, über die die Gesundheitsziele in den Schulalltag integriert werden konnten. Dazu gehörten Projektwochen „Gesundheit in der Schule“, ein erweiterter bzw. veränderter Sportunterricht oder Bewegungskonzepte für Pausen und einzelne Unterrichtseinheiten.

Der gesunde Mittagstisch im Spielhaus zeigt beispielhaft, wie die Ernährungssituation von Kindern mit vergleichsweise geringem Aufwand verbessert werden kann. Zunächst wurden zwei Mütter von dort betreuten Kindern gesucht, die bereit waren, für die Gruppe zu kochen. Diese Frauen erhielten Stellen über das Programm „Arbeit statt Sozialhilfe“ und wurden eine Woche intensiv von einer diplomierten Ökotrophologin geschult. Das Ergebnis: Bei Kosten von rund 1,50 Euro (drei DM bei Projektbeginn) pro Kind und Tag kochten die Frauen nun Mahlzeiten, die ernährungsphysiologischen Ansprüchen genauso genügen wie den geschmacklichen Ansprüchen des Nachwuchses. Zwei Drittel dieses Betrags übernimmt die NOVITAS Vereinigte BKK als „Gesundheitszuschuss“.

Weil Ernährung immer nur eine Seite der Medaille ist, wurden zugleich neue Bewegungsmöglichkeiten für die Kinder und Jugendlichen geschaffen. Die Jüngsten erhielten einen neuen, von der zuständigen Wohnungsbaugesellschaft eingerichteten

Spielplatz, den Jugendlichen wurden - entweder von Honorarkräften oder durch die örtlichen Sportvereine – speziell zugeschnittene Bewegungsangebote gemacht.

Die Verbesserung der konkreten Ernährungssituation und der Bewegungsmöglichkeiten der Spielhaus-Besucher hatte vor dem Hintergrund der Ausgangslage die Funktion einer „Akutversorgung“. Für die gewünschte nachhaltige Verbesserung der Situation war das alleine naturgemäß nicht ausreichend. Deshalb legte die BKK einen zweiten Schwerpunkt auf die Motivierung der Eltern. „Wir haben versucht, das Vertrauen der Eltern durch Informationsveranstaltungen und Einbindung in die Planungen zu gewinnen; vor allem aber haben wir die Eltern buchstäblich am eigenen Leib erfahren lassen, dass eine bewusste und gesunde Ernährung ohne großen Aufwand möglich ist und messbare Erfolge bringt.“ erläutert Annette Schuckardt.

Tatsächlich hatten sich 16 Mütter und Väter der vermeintlich kaum zu erreichenden Zielgruppe 2002 zu einer Abnehmergruppe angemeldet, die nicht nur Disziplin erforderte, sondern auch noch 15 DM Teilnahmegebühr pro Monat kostete. Dabei, so die BKK, diente diese Gebühr nicht der Finanzierung der Maßnahme. Vielmehr wurde sie angesichts der weit verbreiteten Haltung „was nichts kostet, kann auch nicht gut sein“ eingeführt - am Ende des Kurses konnten die bis dahin nichts ahnenden Teilnehmer selbst über die Verwendung der Gelder entscheiden.

Die Teilnehmer hatten sich einmal wöchentlich getroffen, um unter Anleitung einer Ernährungsberaterin Gewichtskontrolle und Verhaltensänderungen einzuüben, und die

meisten kamen regelmäßig. Zugleich wurden wöchentliche Turn- und Gymnastikstunden unter professioneller Leitung angeboten. Besonders erfreulich aus Sicht der BKK: Nur eine Person verließ die Gruppe und man beschloss nach Ende des Kurses, sich weiterhin und ohne Begleitung von Experten regelmäßig zu treffen.

Erfolgreich war die Gruppenarbeit letztlich für Eltern wie Kinder: Während die Eltern ihr „Startgewicht“ durchschnittlich um 5,4 kg verringern konnten und sich im Einzelfall schon während des Kurses über verbesserte Blutwerte freuen konnten, profitierten zugleich die Kinder von den Verhaltensänderungen ihrer Mütter und Väter. Denn die verzichteten nicht nur selbst zunehmend auf den Konsum von Süßigkeiten, Chips und Fastfood, sie änderten auch ihr Einkaufsverhalten und gaben an, verstärkt darauf zu achten, dass auch ihre Kinder weniger von den süßen und salzigen Verführern naschen – ein erster Hinweis darauf, dass die gewünschte Nachhaltigkeit auch tatsächlich erreicht wird.

Obwohl das Ergebnis der wissenschaftlichen Auswertung des bis 2005 laufenden Projekts noch nicht absehbar ist, sind die NOVITAS-Experten schon heute von der Funktionalität ihres Ansatzes überzeugt. „Entscheidend für den dauerhaften Erfolg ist, dass wir auf verschiedenen Ebenen ansetzen: Einerseits durch die konkrete Verbesserung der Ernährungssituation über den gesunden Mittagstisch, zweitens durch Einbindung und Motivierung der Eltern, drittens schließlich durch die Integration unterstützender Maßnahmen in den Schulalltag“, fasst Annette Schuckardt das Konzept zusammen.

BKK Ost-Hessen initiiert Primärprävention für Kinder

Ehrenamtliche Experten übernehmen Aufklärungsarbeit für Kids



Informationsveranstaltung für die Kinder in punkto Sicherheit im Straßenverkehr durch ein ausgebildetes Expertenteam

Breitenwirksame Angebote der Primärprävention für Kinder sind in kleinstädtischen und ländlichen Regionen noch immer selten zu finden. Das mag zum Teil an dem (Vor-) Urteil liegen, dass es dort ein im Vergleich zu Großstädten geringeres Gefährdungspotenzial bei gleichzeitig übersichtlichen und besser funktionierenden Sozialstrukturen gibt.

Gewichtiger scheint jedoch die Tatsache, dass es in solchen Regionen an Protagonisten fehlt, die über Ideen, Organisationskraft und Mittel verfügen, um für diese kleinen Märkte maßgeschneiderte Aktionen zu entwickeln.

Das galt bislang auch für das osthessische Wächtersbach mit seinen über 12.000 Einwohnern. Doch mit den im Januar 2004

erstmals durchgeführten „BKK Kindertagen“ startete das Pilotprojekt „Kinder-BKK“, das die BKK Ost-Hessen in Kooperation mit der Werbeagentur Prima Promotion aus Bobingen durchführte. Hier wurde ein effektiver Weg gefunden, Kindergarten- und Vorschulkindern Themen rund um Gesundheitsvorsorge und Unfallverhütung nahe zu bringen. Das Besondere an der Veranstaltung: Die Kasse übernahm sowohl Planung

als auch Organisation und stellte Räumlichkeiten und verschiedene Materialien, doch Aktionen und Beratung zu den einzelnen Themen wurden ehrenamtlich von ortsansässigen Fachleuten übernommen.

„Mit den Kindertagen, zu denen die BKK Ost-Hessen alle Jungen und Mädchen aus Kindergärten und Vorschuleinrichtungen des Raums Wächtersbach eingeladen hatte, betreten wir für unsere Region Neuland“, erläutert Lars Wendt, Vorstand der BKK Ost-Hessen. Bisher haben weder andere Krankenversicherungsträger noch sonstige Institutionen das Thema zum Wohle der Kinder aufgegriffen. „Wir haben uns deshalb bewusst für eine zentrale, thematisch eher breit angelegte, Veranstaltung entschieden.“

Auf Grundlage der nun bei der zweitägigen Veranstaltung im Wächtersbacher Schloss gesammelten Erfahrungen und Rückmeldungen können in einem näch-

sten Schritt Einzelmaßnahmen entwickelt werden, um sie bei Bedarf den regionalen Einrichtungen individuell anzubieten.

„Die Sorge für Gesundheit und Sicherheit unserer Kinder ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Wir haben als einzige Kasse mit Sitz am Ort sicher besondere Verantwortung. Aber wir wollten durch die Einbeziehung der regionalen Partner auch dokumentieren, dass Primärprävention nicht nur die Aufgabe von Institutionen wie Krankenkassen ist, sondern gerade in kleineren Gemeinden auf viele Schultern verteilt werden kann“, so der Vorstand.

Die BKK Ost-Hessen fand in Wächtersbach viel Unterstützung, um ein unterhaltsames, vielseitiges und nicht zuletzt kostengünstiges Programm auf die Beine zu stellen. Dazu gehörten unter anderem neben der Zahnvorsorge eine kindgerechte Ernährungsberatung, praktische Informationen zur Verkehrssicherheit, die oft vernachlässigte

Beratung über Art und Bedeutung des richtigen Schuhwerks für Kinder und nicht zuletzt spielerisch vermittelte Informationen über den sicheren Umgang mit Steckdosen und häuslichen Elektrogeräten. Darüber hinaus wurde durch den Themenschwerpunkt Ernährung in Form von Müsli-Waffeln und Kinder-Punsch für das leibliche Wohl der kleinen Besucher gesorgt.

„Zum Einen hatte die Veranstaltung eine Signalwirkung und so die Möglichkeiten der Prävention für Vorschulkinder erstmals erlebbar gemacht. Zweitens, und das ist wichtig für unsere zukünftige Arbeit, wissen wir nun, was Eltern und Kinder zum Thema Gesundheitsförderung erwarten und wie groß der Bedarf in der Region ist. Drittens schließlich war es erfreulich zu sehen, dass und wie Engagement und Fachwissen der Region durch ehrenamtliche Aktivitäten von Experten zu Gunsten der Kinder verfügbar gemacht werden können,“ so der Vorstand.

BKK SPAR: Mit „Mampf & Move“ gegen Übergewicht bei Kindern

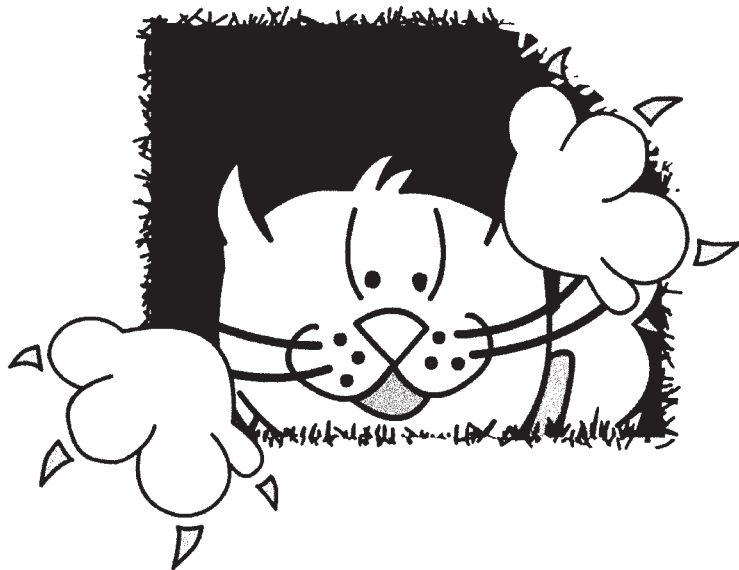
Motivation als größte Hürde – doch wer einmal mitmacht, bleibt bis zum Ende im Programm

Worauf Ärzte und Erzieher schon seit längerer Zeit warnend hinweisen, ist spätestens durch das Engagement der Verbraucherministerin Renate Künast zum öffentlichen Thema geworden: das Problem der wachsenden Zahl übergewichtiger und adipöser Kinder. Für Gesundheitsförderer steht es außer Frage, dass mit gut gemeinten Rat-schlägen und bunten Broschüren kein wirksames Gegengewicht gesetzt werden kann zu lang eingeübten und durch intensive Produktwerbung für Süßes und Fastfood geförderten Verhaltensweisen von Kindern und deren Eltern.

Die BKK SPAR hat deshalb ein Schulungsprogramm für übergewichtige Kinder und Jugendliche mit dem Titel „Mampf & Move“ entwickelt, das im Westen von Hamburg erfolgreich durchgeführt wurde und nach den bisherigen Erfahrungen der BKK gut auf andere Regionen übertragbar ist.

Die das Projekt betreuende Diplom-Psychologin Andrea Bahnsen weist allerdings darauf hin, dass die Umsetzung des Projekts trotz der bisherigen Erfolge kein Selbstläufer ist. „Die Kinder und Eltern, die wir für eine Teilnahme gewinnen konnten, blieben (fast) ohne Ausnahme während der gesamten neunmonatigen Laufzeit bei der Stange und waren sogar bereit, rund 40 Euro im Monat beizusteuern. Die erste und größte Hürde besteht jedoch darin, die Familien übergewichtiger Kinder zu erreichen und zur Teilnahme zu motivieren“, skizziert die Gesundheitsfördererin die Problematik.

„Wir haben natürlich nicht nur unsere BKK-eigenen Medien eingesetzt, sondern auch z.B. Krankenhäuser, Kinderärzte und Schulen in Hamburgs Westen angespro-



Mampf & Move: Ich bin dabei!

chen und über unser Angebot informiert; also alle Institutionen und Personen, die mit der Zielgruppe der 10- bis 13jährigen Jungen und Mädchen arbeiten.“ so Bahnsen weiter. Erreicht wurden die Teilnehmer dann vor allem über die Kinderärzte, die für interessierte Kinder dann auch gleich die notwendige Indikation feststellten. Erkennbar war aber zugleich: Es ist immer noch schwierig, auch die entsprechenden Eltern zu motivieren, obwohl alle Multiplikatoren den enormen Bedarf bestätigen.

Das Konzept von Mampf & Move gründet auf der Überlegung, dass einerseits nur realistische Ziele definiert werden durften – es ging nicht um die Erreichung eines idealen Body-Mass-Index sondern, zunächst, um eine Gewichtsstabilisierung und vor allem um eine langfristige Verhaltensänderung der gesamten Familie - und dass andererseits das praktische Erleben von alternativen Bewegungs- und Ernährungs-

weisen wichtiger ist, als die Vermittlung von theoretischen Grundlagen.

Letzteres wurde zum Thema Bewegung z. B. gewährleistet durch die Kooperation mit einem Verein, der ein gut ausgestattetes Fitnessstudio mit vielfältigen Angeboten betreibt. Hier – wie bei Exkursionen an der frischen Luft – konnten die Teilnehmer nach Neigung und Fähigkeiten spielerisch Freude an Bewegung erleben. „Das Angebot reichte von Schwimmen und Skaten bis zu Übungen an Geräten und Mannschaftsspielen“, fasst Andrea Bahnsen zusammen. Auch buchstäblich schwerfällige Kinder fanden so Angebote, die sie nicht überforderten.

Neben den wöchentlichen Treffen zum Thema Bewegung standen alle 14 Tage Ernährungs- und psychologische Fragen auf dem Programm, natürlich ebenfalls konsequent praxisnah und an den Alltagssituationen der Jungen und Mädchen

ausgerichtet. Das begann beim gemeinsamen Einkauf, der aufzeigte, wie vielfältig und preiswert das Angebot schmackhafter und gesunder Produkte ist und reichte bis zum gemeinsamen Kochen.

Denn die Kinder – wie auch viele Eltern – kennen auch einfache Zubereitungsarten nicht, weil ihre Ernährung oft auf einfachen und nur vermeintlich preiswerten Fertiggerichten oder dem allgegenwärtigen Fast-Food-Angebot basiert. Deshalb wurden auch die Eltern über die gesamte Projektlaufzeit in die Maßnahme einbezogen. Mit ihnen wurde an Elternabenden einerseits das individuelle Konsumverhalten z.B. bei Getränken und Süßigkeiten beleuchtet, andererseits wurde den Vätern und Müttern gezeigt, wie einfach der erste Schritt zu mehr Gesundheit und – aus Sicht der Zielgruppe wichtiger – Gewichtskontrolle ist.

Die BKK SPAR verlässt sich bei der Bewertung selbstverständlich nicht auf die durchweg positiven Rückmeldungen der Teilnehmer und die Eindrücke der Kursleiter. Deshalb wurde zugleich mit Prof. Westenhöfer von der Fachhochschule Bergedorf ein Evaluierungskonzept entwickelt, das über Teilnehmerbefragungen objektivierbare Erkenntnisse zum Programmserfolg liefern soll. Bis zu fünf Jahre nach Kursende sollen so Verhaltensänderungen erfasst werden.

Allerdings wissen die Gesundheitsförderer der BKK SPAR, dass die durch ihre Angebote in Hamburg erfassten Teilnehmerzahlen auch über einen Zeitraum von fünf Jahren zu gering sind, um valide Daten zu erhalten – ein Grund für die BKK, Mampf & Move anderen BKK anzubieten – nicht zuletzt, weil die BKK

bei der Betreuung von lokalen und regionalen Märkten besonders stark sind“.

„Mit einem Einsatz von 50 bis 80 Euro pro Monat und Teilnehmer können BKK einerseits eine oft vernachlässigte Zielgruppe zu einem bewussten Umgang mit den Bedürfnissen ihres Körpers anregen und so helfen, die Volkskrankheit Übergewicht zu bekämpfen. Das soll und kann auch die riesige Kostenwelle abflachen lassen, die den Kassen aufgrund der durch Übergewicht entstehenden Erkrankungen in den nächsten Jahren droht. Zugleich haben wir die Gelegenheit, ein neuartiges und preiswertes Instrument der Gesundheitsförderung auf breiter Ebene in der Praxis zu überprüfen und als exklusives Angebot für das BKK-System nutzbar zu machen“, kommentiert Andrea Bahnsen.

BKK LV Nordrhein-Westfalen fördert elektronisches Partizipationsnetz für Schulen

OPUS bringt Gesundheitsthemen in die Schule: Internet sichert direkten Zugang zu Wissenschaft, Partnern und Praxisbeispielen

Primärprävention für Kinder und Jugendliche soll einen bewussten und selbst bestimmten Umgang mit den Verlockungen einer Konsumwelt ermöglichen, die der Zielgruppe mit ausgefeilten Marketingtechniken nahe gebracht wird. Der Erfolg primärpräventiver Maßnahmen hängt deshalb maßgeblich davon ab, dass sie die Jungen und Mädchen in ihrem Alltag erreicht und glaubwürdige und nachvollziehbare Botschaften vermittelt.

Im Idealfall werden diese Botschaften von den Eltern, in Freizeiteinrichtungen, in Jugendmedien und nicht zuletzt in der Schule vermittelt. Weil Schulen – und Lehrer – in der Regel nicht über das Wissen und die Instrumente der Gesundheitsförderung verfügen, sind entsprechende Maßnahmen meist das Ergebnis der Eigeninitiative von einzelnen Lehrern oder Schulen. Das „offene Partizipationsnetz und Schulgesundheit“ (OPUS) schafft in Nordrhein Westfalen nun erstmals eine Grundlage, die alle Schulen des Landes in die Lage versetzt, alters- und schultypgerechte Maßnahmen ohne großen Aufwand zu planen und zu realisieren und sich in einem Netzwerk mit anderen Schulen und mit Experten zu Gesundheitsthemen auszutauschen.

Das Landesprogramm „OPUS“ basiert auf einer Kooperation zwischen dem NRW-Ministerium für Schule, Jugend, Kinder (MSJK) und den Gemeindeunfallversicherungsverbänden (Rheinischer GUV und GUV Westfalen-Lippe), der sich der BKK LV NRW im Februar 2003 als weiterer Träger angeschlossen hat. Durch Netzwerkstrukturen und die Einbeziehung von

Multiplikatoren sollen die Schulen für Impulse und Unterstützungsangebote von außen geöffnet werden, um so Maßnahmen der Primärprävention in den Schulalltag zu integrieren.

Um dabei tatsächlich Schüler aller Klassen vom ersten bis zum 13. Schuljahr zu erreichen und das Verhalten und die Verhältnisse in Sachen Gesundheit und Sicherheit nachhaltig verbessern zu können, hat OPUS eine Vielzahl von Instrumenten, Maßnahmen und möglichen Kooperationspartnern „im Angebot“, die über die Homepage www.opus-nrw.de bereit gestellt werden. Die Inhalte auf diesem „Bildungs-server“ sind einerseits aufgefächert nach klassischen Themenbereichen (z.B. Bewegung, gesunde Ernährung, Suchtprävention, Gestaltung von Arbeitsplätzen, Unterricht und Schulumfeld...), andererseits unterteilt nach Informationen zu wissenschaftlichen Erkenntnissen, verfügbaren Experten, Arbeits- bzw. Unterrichtsmaterialien, unterstützenden Institutionen und Praxisbeispielen.

Für interessierte Schulen ist OPUS damit eine elektronische „Toolbox“, mit der sie individuelle Programme und Projekte zu sicherheits- und gesundheitsförderlichen Aktivitäten entwickeln können. Zudem vergibt OPUS - bedarfsorientiert nach bestimmten festgelegten Förderrichtlinien - auch finanzielle Mittel für die jeweiligen Projekte. Bisher nutzen schon 430 Schulen in 54 Schulamtsbezirken in NRW OPUS bzw. sind Teil des OPUS-Netzwerks. Das verbindet nicht nur Schulen und Wissenschaftler, sondern z. B. auch Gesundheits- und Jugendämter, Wohlfahrtsverbände, Krankenkassen und Arbeitsgemeinschaften

niedergelassener Ärzte. Für die Gesamtkoordination und die stetige Fortentwicklung des OPUS-Programms wurde ein Projektbeirat eingerichtet, der unter anderem die Zusammenarbeit mit bestehenden anderen Initiativen und Netzwerken (Sportbereich, Gewalt-, Sucht- und Aidsprävention) organisiert.

Dass OPUS die angestrebten Ziele erreicht, wird schon heute belegt durch die wachsende Zahl von Praxisbeispielen, die auf der OPUS-Homepage vorgestellt werden sowie durch erste Auswertungen des OPUS-Programms durch die Universität Düsseldorf. Um auch die weitere Entwicklung nach wissenschaftlichen Kriterien planen und begleiten zu können, ist ein Beirat mit Experten aus den Bereichen Gesundheitswissenschaften und Schulforschung / -entwicklung eingerichtet worden.

Mittlerweile sind die Initiatoren und Träger von OPUS von Breitenwirkung, inhaltlicher Qualität und vor allem Funktionalität des Projekts dermaßen überzeugt, dass in naher Zukunft auch Kindertagesstätten in das Netzwerk einbezogen werden sollen. Dass bei den dort betreuten jüngeren Kindern Bedarf für Präventionsmaßnahmen besteht, lässt sich allein aus den regelmäßig veröffentlichten Ergebnissen von Schuleingangsuntersuchungen entnehmen, die von einer wachsenden Zahl übergewichtiger und motorisch gestörter Jungen und Mädchen berichten. Selbstverständlich werden die Instrumente von OPUS dann auf die spezifischen Belange der jüngeren Zielgruppe angepasst bzw. um altersgerechte Ideen und Maßnahmen ergänzt.



Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung zum Landesprogramm OPUS NRW.

Von links: Josef Micha, Direktor des GUVV WL; Ute Schäfer, Ministerin für Schule, Jugend und Kinder NRW; Jörg Hoffmann, Vorstandsvorsitzender BKK Landesverband NRW; Peter Zech, Abteilungsleiter/Prävention Rheinischer GUVV

Für den BKK Landesverband ist die Förderung von OPUS zentrales Element einer „Präventionskette“, die letztlich allen Bevölkerungsteilen in unterschiedlichen Lebenssituationen den Weg zur gesundheitsverträglichen und krankheitsvermeidenden Alltagsgestaltung aufzeigt. Thomas Wagemann, beim BKK LV NRW für die Betreuung von OPUS zuständig: „Das BKK System hat traditionell Stärken

in der betrieblichen Gesundheitsförderung, maßgeschneiderte Angebote für Erwachsene aller Altersstufen existieren ebenfalls und werden durch die neuen Bonus-Programme eher noch ausgebaut. Bei Kindern und Jugendlichen existierte aber trotz vieler Einzelmaßnahmen bislang – und nicht nur im BKK System – eine „Versorgungslücke“. OPUS bietet nun erstmals die Gelegenheit, gesundheitsre-

levante Themen systematisch und didaktisch sauber aufbereitet in den Schulalltag zu integrieren. Da in jungen Jahren gelernte Verhaltensweisen häufig auch das Erwachsenenleben prägen, schaffen wir mit OPUS eine tragfähige Basis, die die Voraussetzungen für eine langfristige Bekämpfung zivilisationsbedingter Volkskrankheiten verbessert.“

Bosch BKK entwickelt Sturzprophylaxe für Ältere

Pilotprojekt zeigt großen Bedarf von Senioren an maßgeschneiderten Programmen zur Mobilitäts-erhaltung

Ältere Menschen sind vergleichsweise selten Zielgruppe für Maßnahmen der Primärprävention, nicht zuletzt, weil sie für viele Krankenkassen zunächst einmal keine besonders attraktive Klientel darstellen. Dabei wird nicht nur übersehen, dass gerade ältere Menschen Rat und Unterstützung zur Erhaltung ihrer Gesundheit brauchen; vernachlässigt wird auch, dass Senioren oft überdurchschnittliche Kosten erzeugen und gezielte Präventionsmaßnahmen helfen können, diese zu senken. Kurz: Altersgerechte Primärprävention kann die Lebensqualität der Zielgruppe bessern oder sichern und zugleich vermeidbare Ausgaben verhindern.

Vor diesem Hintergrund hat die Bosch BKK sich die Risiken älterer Männer und Frauen angeschaut und festgestellt, dass die Krankengeschichten oft mit Stürzen beginnen und z.T. aufwändige Behandlungen nach sich ziehen. Grund genug für die in einem Krankenkassentest (Focus, 04.2002) für ihre „außergewöhnlichen Leistungen“ gelobte Bosch BKK, Senioren maßgeschneiderte Kurse zur Sturzprophylaxe anzubieten.

Unstrittig ist: Ein Sturz kann bei älteren Menschen neben den unmittelbaren Schmerzen auch längerfristige Folgen haben. Und Stürze nehmen im Alter aus verschiedenen Gründen zu: Fortschreitende Muskelschwäche, verringerte Reaktionsfähigkeit, ungenügende Balance oder eine Vielzahl von „Stolperfallen“ im häuslichen Umfeld und auf Wegen. Aufgrund des im Alter – häufig durch Multimorbidität beeinflussten – langsameren Heilungsverlaufs und der geringeren Belastungsfähigkeit bei Reha-Maßnahmen können



Teilnehmer beim spielerischen Training von Koordination, Gleichgewicht und Stabilität

auch scheinbar leichte Stürze zu langwierigen Behandlungen und sozialen Beeinträchtigungen führen – mit entsprechenden Konsequenzen für die Ausgaben von Kranken- und Pflegekassen.

Mit der von den Gesundheitsförderern der Bosch BKK entwickelten „Sturzprophylaxe für Ältere“ bietet die Kasse deshalb eine Maßnahme an, die auf die alltäglichen Lebens- und Risikosituationen der Zielgruppe ausgerichtet ist und praktische Übungen mit theoretischen Informationen kombiniert. Als optimalen Kooperationspartner hierfür gewann die BKK die Klinik für geriatrische Rehabilitation am Robert-Bosch-Krankenhaus (RBK, Stuttgart). Von einem interdisziplinären Team aus den Bereichen Physio- und Ergotherapie, Sportpädagogik und Geriatrie wurde das Kurskonzept gemeinsam entwickelt und umgesetzt.

Für den ersten Kurs im Frühjahr 2002 schrieb die Bosch BKK zunächst gezielt Versicherte im Alter von 65 bis 80 Jahren an, die im Einzugsgebiet des RBK wohnen, da das Programm in dessen Räumen stattfindet. Die Resonanz war aus Sicht der Kasse sehr erfreulich, über 180 Senioren bekundeten ihr Interesse. Mittels eines Fragebogens sowie durch ausführliche Einzelgespräche der Oberärztin der Geriatrie wurden die Interessenten auf ihre Eignung hin geprüft: Grundsätzlich sollte keine akute medizinische Vorbekanntung vorliegen.

Neun Personen wurden schließlich für den Pilotkurs ausgewählt. In zehn mal 90 Minuten Kursprogramm lernten diese älteren Damen und Herren, das Bewusstsein für ihren Körper zu schärfen und die Kontrolle zu verbessern. Unter der Leitung einer entsprechend qualifizierten Physiotherapeutin des RBK wurde z.B. über auf dem

Boden liegende Seile balanciert oder vorsichtig über Hindernisse gestiegen; ein Fahrsimulator machte den Teilnehmern ihre Reaktionsgeschwindigkeit bewusst, kontrollierte Ballspiele oder z.B. Folklore-Tänze sorgten auf unterhaltsame Art für bessere Körperbeherrschung und Koordination.

Die Vielseitigkeit des Trainings stellt sicher, dass der Kurs für jeden Teilnehmer reizvolle und nachahmenswerte Übungen bietet. Denn obwohl die Maßnahme das Erkennen von Gefahrensituationen und deren Bewältigung zum Gegenstand hat, war es doch auch ein Ziel, die Senioren zur eigenständigen Fortsetzung des Trainings zu motivieren, z.B. in Seniorengruppen oder Gymnastikkursen bei Vereinen oder öffentlichen Anbietern.

Da der Pilotkurs schnell zeigte, dass das Konzept von der Zielgruppe sehr gut angenommen wird, hat die Bosch BKK mittlerweile vier weitere Kurse mit je 12-15 Teil-

nehmern durchgeführt. Lediglich die Altersgrenze wurde nachfragegerecht auf 60 Jahre herabgesetzt. Physiotherapeutin und Kursleiterin Anita Gebhardt zieht jedenfalls eine rundum positive Bilanz, sowohl hinsichtlich des Verlaufs wie der Ergebnisse des Angebots: „Die Stimmung in den Kursen ist immer sehr locker und dennoch konzentriert. Die zehn Unterrichtseinheiten führten zu merklich gesteigerter Bewegungssicherheit und einem erhöhten Gesundheitsbewusstsein bei den Teilnehmern“.

Eckhard Köhler, bei der Bosch BKK verantwortlich für die Gesundheitsförderung: „Abschließende Befragungen bestätigten einen hohen Bedarf in der Zielgruppe. Zwar stellt sich bei derartigen Maßnahmen stets die Frage nach personellen und finanziellen Ressourcen; für uns sind die getätigten Investitionen im Rahmen der Primärprävention jedoch auf jeden Fall gut angelegt.“

Und - das legen bisherige Evaluationen nahe - es besteht offensichtlich ein großer Bedarf an solchen Maßnahmen. Bei Menschen, die in ihrer eigenen Wohnung leben genauso wie in Alters- und Pflegeheimen. So entwickelte Dr. Clemens Becker, Chefarzt an der Geriatrischen Rehaklinik unseres Kooperationspartners RBK, parallel zu unserer Initiative ein wissenschaftlich fundiertes Konzept für dieses Umfeld.

Für Krankenkassen sollte es selbstverständlich sein, auf diesen Bedarf mit geeigneten Angeboten zu reagieren. Und die Nachfrage wird angesichts der demographischen Entwicklung eher noch zunehmen. Es liegt daher auf der Hand, dass Sturzprophylaxe, Mobilitätsverbesserungsmaßnahmen und ggf. andere Vorbeugungsangebote für Senioren an Bedeutung gewinnen und gleichzeitig Einsparungen für das Gesundheitssystem ermöglichen.“

mhplus BKK: Kassen- und Gesundheitsmarketing als Einheit

„achtungmensch“: Mit integrierter Kommunikation wird für gesundheitsfördernde Lebensweisen geworben



Das umfassende Broschürenkonzept der Kampagne „achtungmensch“

Wenn Telefonkonzerne oder Energieversorger ihren (neuen) Namen bekannt machen wollen, wird ein Millionen teures Spektakel in allen Medien veranstaltet, das sich auf die Vermittlung dieses Namens beschränkt. Krankenkassen verbietet sich ein solches Vorgehen nicht nur wegen der beschränkten finanziellen Möglichkeiten, es widerspricht auch ihrem gesetzlichen Auftrag.

Die mhplus BKK, als BKK MANN+HUMMEL groß geworden, hat gezeigt, wie man diesem Problem auf intelligente Weise und mit konkretem Nutzen (nicht

nur) für Versicherte begegnen kann: Weil die Kasse nicht nur ihren Bekanntheitsgrad erhöhen, sondern sich zugleich als Kasse mit dem Plus an Leistung positionieren wollte, startete sie eine zunächst auf 18 Monate angelegte Kampagne, die über Emotionalität für gesundheitsfördernde Lebensweisen wirbt und so ein integriertes Informations- und Kursangebot vermarktet. Der Erfolg – gut besuchte Kurse, zufriedene Teilnehmer und zigtausende von Broschürenbestellungen – war so groß, dass schon heute über eine Verlängerung der Kampagne nachgedacht wird.

Abgesehen von dem konkreten Nutzen für die Menschen wie für die BKK hat die Aktion für Andrea Neid, zuständig für die inhaltliche Konzeption, eine allgemeingültige Erkenntnis gebracht: „Es stimmt offensichtlich nicht, dass gesundheitliche Aufklärung von den Menschen nicht wahr- und angenommen wird. Man muss nur darauf achten, dass nachvollziehbare Aussagen vermittelt werden, die Wünsche und Probleme der Zielgruppen aufgreifen und Handlungsmöglichkeiten aufzeigen. Zudem muss gewährleistet werden, dass die Zielgruppen ohne besonderen organisatorischen und finanziellen Aufwand an

verlässliche Informationen kommen und vor allem qualitativ hochwertige Gesundheitskurse nutzen können.“

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, waren bei mhplus neben den Gesundheitsförderern auch die Marketingspezialisten gefordert. Die Ersteren waren zuständig für das „Was tun wir?“, der Bereich Kommunikation kümmerte sich um die Frage: „Wie bringen wir unsere Ideen unter die Leute?“ Das Ergebnis dieser Zusammenarbeit war das alle Bereiche der Primärprävention abdeckende Projekt „achtungmensch“, das (nicht nur) die BKK-Versicherten auf drei eng miteinander verbundenen Ebenen anspricht.

Die Aufmerksamkeit für achtungmensch wurde zunächst durch eine kombinierte Werbe- und PR-Kampagne geschaffen. Mithilfe eines regional ausgerichteten Mediaplans wurde die Zielgruppe der 28- bis 45jährigen - mit besonderem Schwerpunkt auf die 30- bis 40jährigen - buchstäblich multimedial mit achtungmensch bekannt gemacht: Die BKK schaltet Kinospots, Großflächenplakate, Tageszeitungsbeileger und Füllanzeigen und präsentiert das gesamte Projekt unter einer eigenen Internetadresse (www.achtungmensch.de), die natürlich auch über die BKK-Leitseite aufgerufen werden kann. Die Kernbotschaft lautet: „Spaß an aktiver und einfacher Vorsorge durch unbeschwerte und menschliche Ansprache“ so Matthias Radtke, verantwortlich für die Kommunikation der Kampagne.

Das wird auf der zweiten Ebene durch ein umfassendes Broschürenkonzept erläutert. Neben einer Basisbroschüre, die durch eine einfühlbare und emotionsstarke Sprache zur Auseinandersetzung mit körperlichen und geistigen Bedürfnissen anregt und die Sensibilität für den eigenen Körper (wieder) weckt, entwickelte die BKK insgesamt 11 Broschüren, die Präventionsthemen von Aktivwochen über Essstörungen und Mobbing bis hin zu Rücken und Stress aufgreifen. Bis Ende letzten Jahres konnte die BKK deutlich über 45.000 dieser Broschüren absetzen, obwohl die Broschüren nicht breit gestreut, sondern nur auf persönliche Anfrage verschickt wurden.

Die dritte Ebene (nach Sensibilisierung und Information) zielte auf die Operationalisierung, also auf die Umsetzung der Präventionsbotschaften. Bei der Zusammenstellung eines entsprechenden – durch Pressearbeit bekannt gemachten – Kursangebots waren aufwändige Angebotsprüfungen nötig, um die gewünschte Qualität garantieren zu können. Andrea Neid: „Der Markt für Gesundheitsförderung wirkt wie ein Magnet auf alle möglichen Dienstleister mit oft fragwürdigen Qualifikationen oder Angeboten. Weil wir Gesundheitsförderung nicht durch „Sonderangebote“ für Marketingzwecke instrumentalisieren wollen, sondern nachhaltige Verhaltensänderungen erreichen wollen, haben wir jeden einzelnen Anbieter, jedes Kursangebot nach strengen Qualitätsrichtlinien überprüft.“

Dazu gehört die Untersuchung, ob die Kurse sich mit den Botschaften der BKK-Broschüren decken, genauso wie die Qualifikation des Personals oder Ausstattung und Einrichtung der Kursräume.

Weil aber selbst aufwändige Analysen nur zeigen können, ob die Voraussetzungen stimmen, wurde parallel der Erfolg der einzelnen Maßnahmen erfasst: „Jeder Kursteilnehmer wird zu Beginn nach seinen Problemen und Erwartungen befragt. Nach Kursende wird erfasst, ob das Angebot die Erwartungen erfüllt und die Ziele erreicht hat. Und um herauszufinden, ob die Teilnehmer ihr Verhalten tatsächlich nachhaltig verändert haben, haken wir einige Monate später noch einmal nach“, beschreibt Andrea Neid das Konzept.

Die bisherigen Ergebnisse stellen die BKK zufrieden. Die Aktion hat mehr Menschen zum Mitmachen motiviert, als zuvor erwartet wurde. Erfreulich sei vor allem, dass die Zielgruppe der 30- bis 40jährigen, die wegen der Belastungen durch Arbeit und Familie gemeinhin als schwer erreichbar gilt, sich überproportional beteiligt hat. Einziger Wermutstropfen bislang: Während achtungmensch in südlichen und südwestlichen „Stammländern“ der BKK als voller Erfolg zu werten ist, blieb die Resonanz in den neuen Bundesländern bescheiden. Herauszufinden, warum das so ist, ist eine der nächsten Aufgaben der achtungmensch-Erfinder.

BKK Hoechst etabliert hohe Standards durch praxisnahe Projekte

Angebote zu Prävention und Früherkennung ergänzen DMP zum Thema Brustkrebs



Selbstuntersuchung - eine der wirksamsten Methoden der Früherkennung.
 Gut 1000 Frauen wurden bereits von der BKK Hoechst geschult.

Mit der Aufnahme in die Liste der ersten Disease Management Programme (DMP) ist das Thema Brustkrebs auch verstärkt in den Blickpunkt der Gesundheitsförderer geraten. Denn während die strukturierten Behandlungsprogramme die bestmögliche Versorgung und Nachsorge für Erkrankte gewährleisten sollen, gilt es zugleich, Frauen verstärkt für das Thema zu sensibilisieren und Früherkennung wie Prävention zu intensivieren.

Durch zwei einander ergänzende Projekte hat die BKK Hoechst diese Aufgabe vorbildlich aufgegriffen: Einerseits durch die Beteiligung an einem Modellprojekt „Mammographie-Screening“, bei dem erstmals in Deutschland europäische Leitlinien des Mammographie-Screenings uneingeschränkt umgesetzt wurden; andererseits durch praktische Schulungen zur Selbstuntersuchungen der Brust. „Diese Verbindung“, so Georg Zangl, Vorstand der BKK Hoechst, „hat einerseits dazu geführt, dass buchstäblich tausende Frauen durch das qualitätsgesicherte Screening größtmögliche Gewissheit erhalten und zudem hunderte durch unsere Schulungen alles über die Möglichkeiten der Selbstuntersuchung gelernt haben; zugleich aber haben wir erreicht, dass eine größere Öffentlichkeit mit der Bedeutung des Themas konfrontiert wurde und deshalb weitere Maßnahmen auf eine noch höhere Akzeptanz stoßen dürften.“

Aus Sicht der Gesundheitsexperten der BKK hatten beide Projekte nicht zuletzt die Funktion, möglichst hohe Standards bei der Früherkennung zu etablieren. Denn Ärzte halten die Selbstuntersuchung der Brust immer noch für die wichtigste

Maßnahme zur Früherkennung von Brustkrebs, aber ohne grundlegende medizinische Anleitung können Selbstuntersuchungen Frauen genauso leicht verunsichern wie in falscher Sicherheit wöhnen. Ein grundsätzlich ähnliches Problem gibt es auch bei der Mammographie, die zwar durchaus häufig durchgeführt wird, aber längst nicht immer von entsprechend erfahrenen und ausgerüsteten Ärzten und – bislang – nur selten nach anerkannten Leitlinien.

Letztere Situation sollte durch das „Modellprojekt Mammographie-Screening“ verbessert werden. Es wird außer in Hessen in zwei weiteren Regionen zeitgleich durchgeführt (Raum Bremen und Weser-Ems-Kreis), und ist ein gemeinsames Projekt der niedergelassenen Ärzte, beteiligter Frauenkliniken, der Kassenärztlichen Vereinigungen, der GKV und der deutschen Krebshilfe. In dieses Projekt konnte sich die BKK ohne großen eigenen Aufwand einklinken, angesichts der positiven Erfahrungen in europäischen Nachbarstaaten wie Schweden, Großbritannien, Holland und Finnland ein schnell gefasster Beschluss der Kasse. Und obwohl noch keine abschließenden Zahlen vorliegen, trägt das Modellprojekt nach Meinung aller Beteiligten maßgeblich dazu bei, Mammographie-Screenings nach EU-Normen flächendeckend in die Früherkennungsuntersuchung der gesetzlichen Krankenversicherung zu implementieren.

Da sich das Screening-Angebot allerdings auf 50- bis 59jährige Frauen konzentriert (für die die BKK alle zwei Jahre die Mammographie bezahlt), Brustkrebsvorsorge aber auch für deutlich jüngere Frauen ein

Thema sein sollte, entwickelte die BKK Hoechst für ihre weiblichen Versicherten ein Schulungskonzept zu Selbstuntersuchungen, das seit Mai 2002 erfolgreich umgesetzt wird.

Bei diesem Projekt mit dem Namen „Selbstuntersuchungen der Brust (SUB)“, konnte die BKK ebenfalls auf Unterstützung und Vorarbeiten zurückgreifen: Es wurde gestartet im Rahmen der „Landesinitiative Frauengesundheit“ des hessischen Sozialministeriums. Bei der landesweiten Durchführung kooperierten der hessische Landfrauenverband, der Ärztinnenbund sowie Aventis Pharma Deutschland, die aus der Hoechst AG entstanden ist und deren Mitarbeiter zu einem erheblichen Teil bei der BKK Hoechst versichert sind.

Wichtigste Aufgabe der BKK war es, die in Frage kommenden Frauen zu informieren und zu motivieren, wobei vorteilhaft war, dass das Thema durch die DMP-Einführung und überregionale Aktivitäten wie das Mammographie-Screening in der öffentlichen Diskussion war. Die BKK baute darauf auf, indem sie einerseits die internen Medien von Unternehmen und BKK nutzte, andererseits auch die regionale Tagespresse einbezog, und so vor allem die familienversicherten Ehefrauen der BKK Mitglieder zusätzlich ansprach.

Diese Strategie ging auf: Offenbar kam das Angebot der Zielgruppe gerade recht, denn in knapp 18 Monaten konnte die BKK bislang gut 50 Kurse à 20 Teilnehmerinnen durchführen. Dabei wurden übrigens nicht nur Versicherte der BKK Hoechst geschult, anderweitig versicherte Interessentinnen konnten gegen einen Unkosten-

beitrag von 20 Euro teilnehmen – und machten davon reichlich Gebrauch.

Die eigentliche Schulung lag dann natürlich in den Händen einer besonders qualifizierten Ärztin. Sie brachte den Frauen das korrekte Selbstabtasten systematisch und mit den notwendigen theoretischen Informationen bei. Geübt wurde zunächst an Silikonmodellen, erst dann an der eigenen Brust. Medizinisches Grund- und Hintergrundwissen wurde in leicht verständlicher Sprache vermittelt und in lockeren Fragerunden konnten die Frauen all das anbringen, was bis dahin nicht angesprochen wurde.

Georg Zangl, Vorstand der BKK Hoechst, sieht einen doppelten Nutzen in dem Projekt: „An erster Stelle steht natürlich die Verbesserung der Früherkennung für eine wachsende Anzahl unserer Versicherten. Zugleich sehen wir uns aber in der Überlegung bestätigt, dass es durchaus sinnvoll ist, wenn Krankenkassen versuchen, Maßnahmen der Früherkennung und der Gesundheitsförderung mit breit angelegten und öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten und Projekten Dritter abzustimmen.“

Der Grund hierfür ist offensichtlich, wenn auch häufig vernachlässigt: Wird ein Thema wie Brustkrebs über das Mammographie-Screening durch Medien und Multiplikatoren aus dem Gesundheitssystem an die Öffentlichkeit gebracht, kann man bei der Vermarktung kasseneigener Aktionen auf diese Vorinformation aufbauen. Entscheidet sich eine BKK dagegen für ein „exklusives“ Thema, fehlt den Versicherten dieser Kontext und die Sensibilisierung ist erheblich aufwändiger.

Darmkrebsvorsorge von BKK BMW und Unternehmen

Einfache Botschaft, niedrige Handlungsschwelle und Kommunikation durch alle Medien als Erfolgsrezept

Die Ansprüche der BKK BMW hinsichtlich des Erfolgs ihrer Gesundheitsförderung sind so hoch wie die des Trägerunternehmens hinsichtlich der Qualität seiner Fahrzeuge. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, führte die BKK BMW im Winter 2002/2003 eine Aktion zur Darmkrebs-Früherkennung durch. Über 15 Prozent der BMW Mitarbeiter haben sich an dieser bundesweiten Aktion beteiligt. Bei deutlich über einem Prozent der Teilnehmer wurden weitere, womöglich lebensrettende, Untersuchungen veranlasst. „Die Resonanz im gesamten Unternehmen war so positiv, dass wir schon bald danach eine Aktion zur Brustkrebs-Früherkennung durchgeführt haben“, erklärt Marina Djuric, Gesundheitsförderung der BKK BMW.

Das Thema Darmkrebs-Früherkennung wurde insbesondere durch die Initiative der Burda-Stiftung, die sich diesem Thema seit einiger Zeit verschrieben hat, aktuell. „Die betriebliche Gesundheitsförderung ist für ein weltweit erfolgreiches Unternehmen wie BMW schon immer ein wichtiges Thema. Gemeinsam mit den betrieblichen Ansprechpartnern entwickeln wir neue Ideen und Strategien zur betrieblichen Gesundheitsförderung und stoßen damit auf großes Interesse. Zudem sprachen Vermarktungsaspekte für eine zielführende und erfolgreiche Umsetzung, denn durch die öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten der Stiftung und die im Jahr 2002 intensivierte Berichterstattung der Medien konnten wir davon ausgehen, dass unsere Mitarbeiter sich für das durchaus sensible Thema besonders interessierten“ erläutert Marina Djuric die Ausgangslage.



Jedes Auto muss regelmäßig zum TÜV! Und Sie?

Darmkrebs ...
ist oft tödlich,
bei Früherkennung heilbar.

Eine Aktion im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung der BMW Group und der BKK BMW

Der Steuerkreis Gesundheit: Zentrales Personal- und Sozialwesen – Gesundheitsdienst – Leistungszentrum Training – Arbeitssicherheit – Sport- und Freizeitreferat – Gesamtbetriebsrat – Gesamtschwerbehindertenvertretung
BMW Group Gastronomie – BKK BMW



Vor diesem Hintergrund stieß die BKK von vornherein auf uneingeschränkte Unterstützung aller relevanten Entscheider und

Meinungsbildner innerhalb des Unternehmens. Der Personalvorstand der BMW AG, Ernst Baumann, und der Vorsitzende

des Gesamtbetriebsrats, Manfred Schoch, übernahmen die Schirmherrschaft, der Steuerkreis Gesundheit, in dem alle mit Gesundheit und Arbeitsschutz befassten Fachleute und Abteilungen des Unternehmens vertreten sind, trat als Träger auf. Die BKK BMW setzte die Aktion gemeinsam mit dem Gesundheitsdienst um, angefangen bei Ankündigung und Bewerbung über die Beschaffung der Testkits bis hin zur Organisation der Auswertung, die einem medizinischen Fachlabor übertragen wurde. Bei einem auffälligen Ergebnis konnten sich die Teilnehmer dann auf Wunsch von ihrem Hausarzt oder dem BMW Gesundheitsdienst beraten lassen.

Trotz der breit angelegten öffentlichen Information zum Thema Darmkrebsvorsorge in Medien und auf Plakatwänden kam der BMW-internen Kommunikation bei Ansprache der Mitarbeiter eine Schlüsselrolle zu. Marina Djuric: „Voraussetzungen für den Erfolg einer solchen Aktion sind erstens eine einfache und nachvollziehbare Botschaft, zweitens eine Umsetzung, die den Mitarbeitern wenig zeitlichen und finanziellen Aufwand abfordert, drittens schließlich eine gezielte Informationsoffensive, in die alle verfügbaren Medien und Multiplikatoren einbezogen werden.“

Bei der internen Vermarktung konnte die BKK BMW das gesamte Instrumentarium der BMW- und BKK-eigenen Medien nut-

zen. Ob in der Mitarbeiterzeitung des Unternehmens oder im Intranet, ob über Aushänge und Plakate, die Hauspost oder das BMW-eigene TV-Programm, ob in der BKK BMW-Versichererzeitschrift oder im Internetangebot der BKK BMW - in allen Medien wurde das Thema aufgegriffen, um mit einer Mischung von Information und Motivation eine größtmögliche Beteiligung zu erreichen.

Weil hierfür, wie bei allen Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung, die Einstellung von Führungskräften und Multiplikatoren - wie Werksärzten, Personalabteilungen und Betriebsräten - mitentscheidend für den Erfolg ist, wurde beim Einsatz der Medien konsequent das „Top-Down“ - Prinzip eingehalten. „Wir haben über persönliche Gespräche, aber auch über's Intranet und einen Email-Service zunächst die Führungskräfte angesprochen und ausführlich informiert.

Dadurch haben wir erreicht, dass die Mitarbeiter nicht mit den Informationen allein gelassen wurden. Vielmehr wurde das Thema parallel durch die Führungskräfte und Betriebsräte angesprochen, vertieft und so der Nutzen der Früherkennung erläutert - ganz gemäß der Erkenntnis, dass die Wirksamkeit einer Botschaft wächst mit der Zahl der „Kanäle“, über die sie zum Adressaten gebracht wird“, beschreibt Marina Djuric die Kommunikationsstrategie.

Bei der Auswahl der eigentlichen Botschaft entschied sich die BKK BMW für eine Formulierung, die jeden Mitarbeiter des Automobilherstellers überzeugt: „Jedes Auto muss regelmäßig zum TÜV – und Sie?“ Die 75 000 Testkits samt Erläuterungen erreichten die Mitarbeiter an allen deutschen Standorten per Hauspost, gleich, ob sie in der Verwaltung oder in der Produktion arbeiteten. Die Aktion war für alle Teilnehmer kostenlos.

Und sie wurde ein voller Erfolg für Mitarbeiter, Unternehmen und die BKK BMW. Durch die Aktion zur Darmkrebs-Früherkennung erhielten tausende von BMW Mitarbeitern die Gewissheit, dass Darmkrebs für sie keine akute Bedrohung darstellt und erlebten, wie einfach und sinnvoll Früherkennung ist; zugleich konnte bei vielen Mitarbeitern eine in letzter Konsequenz lebensbedrohliche Erkrankung verhindert bzw. frühzeitig behandelt werden.

Drittens schließlich konnten das Unternehmen BMW und die BKK BMW nicht nur den rund 80 Prozent der bei ihr versicherten BMW Mitarbeitern zeigen: Die BKK BMW kümmert sich ganz praktisch um die Gesundheit der Belegschaft. Marina Djuric: „Dieser Erfolg ist für uns ein wichtiger Auftrag, vergleichbare Aktivitäten folgen zu lassen. Unsere Aktion zur Brustkrebs-Früherkennung war dabei nur der nächste Schritt.“

BKK Landesverbände Hessen und NRW fördern Projekte der Selbsthilfe

Nutzerfreundliche Datenbank und organisatorischer Service verbessern die Möglichkeiten von Selbsthilfeeinrichtungen

Die Bedeutung von Selbsthilfe als komplementärem Element des Gesundheitssystems ist erklärtes Ziel von Gesundheitspolitik und GKV. Selbsthilfegruppen können eine wichtige Rolle spielen beim Erfahrungs- und Informationsaustausch der Betroffenen, sie dienen der Verbesserung der Patientensouveränität gegenüber Medizinerinnen und sie bieten Patienten nicht zuletzt psychische und soziale Unterstützung beim Leben mit oder der Bekämpfung von Krankheiten.

Doch obwohl es tausende von Selbsthilfegruppen gibt, die sich zum großen Teil in Verbänden auf Landes- und Bundesebene zusammengeschlossen haben, sind diese Organisationen - vor allem die Gruppen, die sich mit eher seltenen Krankheitsbildern befassen - in der Öffentlichkeit und bei potenziellen Mitgliedern kaum bekannt.

Zwei unterschiedliche, von den BKK Landesverbänden Hessen und NRW geförderte, Projekte tragen nun einerseits dazu bei, dass Betroffene ohne großen Rechercheaufwand Gruppen und Ansprechpartner in ihrer Region finden (Hessen), andererseits werden die kleineren Verbände bei Planung, Organisation und „Vermarktung“ ihrer Arbeit konkret unterstützt (NRW).

Aufgrund des meist großen Leidensdrucks der Betroffenen stehen bei der praktischen Arbeit von Selbsthilfegruppen naturgemäß die Themen rund um die Krankheit im Mittelpunkt der Arbeit. Weil es gerade kleineren Gruppen bzw. deren Verbänden an organisatorischen und finanziellen Mitteln für klassische Verbands- und patientenorientierte Öffentlichkeitsarbeit fehlt, ist die Suche nach Anlaufstellen für

Patienten oft mühselig. Vor allem im ländlichen Raum oder in Kleinstädten werden an Selbsthilfe interessierte Patienten nur in Ausnahmefällen eine ihre Krankheit betreffende Gruppe finden. Für die Einwohner Hessens ist dies dank einer vom BKK Landesverband und dem Hessischen Sozialministerium geförderten Initiative der Arbeitsgemeinschaft hessischer Selbsthilfekontaktstellen ein Problem von gestern, wenn sie Zugang zum Internet haben.

Denn mit der Internet-Seite www.selbsthilfe-hessen.net wurde im Rahmen des Projekts ein Informationsportal eingerichtet, das Hilfesuchenden über eine besondere Suchmaschine Kontaktstellen und Ansprechpartner in ihrer Region vermittelt. Dabei ist der Internetauftritt so angelegt, das er es auch weniger versierten Internet-Nutzern erlaubt, schnell Ergebnisse zu erzielen: Die Seite ist klar strukturiert, verzichtet auf unnötige Grafiken und technische Spielereien und erfordert nur zwei Klicks und eine Postleitzahl, um die gewünschte Information zu erhalten.

Sucht zum Beispiel jemand Leidensgenossen zu seltenen und weithin unbekanntem Erkrankungen wie Aphten, EDS-Syndrom oder Aphasie, klickt er in einer Liste die entsprechende Krankheit an, gibt die Postleitzahl seines Wohnortes ein und bestimmt, in welchem Umkreis ein Ansprechpartner gesucht werden soll. Nach einem weiteren Klick erhält er dann die existierenden Adressen. Weil nicht immer eine entsprechende lokale oder regionale Gruppe existiert, sind auf der Seite zugleich alle hessischen Selbsthilfekontaktstellen mit Adressen und Links (so vorhanden) eingetragen; dazu gibt es einen Kalender mit Veranstaltungen, Hintergrundinformationen zu Selbsthilfeaktivi-

täten und Links zu überregionalen Organisationen.

Dabei ist das Internet-Angebot nicht statisch, sondern wächst mit der Zahl und den Aktivitäten der Selbsthilfegruppen: Die Seite ist so angelegt, dass sich die Gruppen und Organisationen selbst eintragen, dabei ihr eigenes Passwort festlegen und damit jederzeit neue Adressen und Termine eingeben können. Die Seriosität aller Eintragungen wird vom Webmaster der Arbeitsgemeinschaft hessischer Selbsthilfekontaktstellen geprüft. „Mit dem Internetauftritt fördern wir die oft beschriebene ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ in idealer Weise“, so Michael Pufahl vom BKK Landesverband Hessen. „Denn www.selbsthilfe-hessen.net ermöglicht den direkten Kontakt zwischen Hilfe suchenden Personen und den passenden Ansprechpartnern. Wir mischen uns weder in die Konzepte noch in die Beratungspraxis ein, sondern stellen ein Instrument zur Verfügung, das die Betroffenen unabhängig und selbständig nutzen können“.

„Hilfe zur Selbsthilfe“ bietet auch die vom BKK Landesverband Nordrhein-Westfalen geförderte „Unterstützungsstelle für Landesverbände der Gesundheitsselbsthilfe NRW“, die Mitte 2003 in Witten ihre Arbeit aufgenommen hat. Diese Hilfe zielt allerdings nicht in erster Linie auf die Verbreitung von Informationen zu Selbsthilfeangeboten, sondern bietet praktische Unterstützung um die tägliche Arbeit zu optimieren. Das Beratungs- und Serviceangebot der Unterstützungsstelle richtet sich deshalb ausschließlich an kleine und gering organisierte Landesverbände bzw. an neue Selbsthilfegruppen, die eine Landesorganisation erst aufbauen wollen. Anders als beim hessischen Projekt erhal-



Wegweiser der durch den BKK LV NW geförderten Unterstützungsstelle des Wittener Kreises - Gesundheitselfhilfe NRW

ten diese Selbsthilfeorganisationen keine finanzielle Unterstützung, sondern bedarfsgerechte Beratungsleistungen durch Bernd Janota, Leiter der in Witten angesiedelten Unterstützungsstelle.

Die Gründung der Unterstützungsstelle geht zurück auf eine Initiative der „Gesundheitsselfhilfe NRW - Wittener Kreis“. Dies ist ein Zusammenschluss von über 70 Selbsthilfelandesverbänden in NRW. Diese Verbände haben sich gemeinsam für ihre kleinen Organisationen stark gemacht und so das Projekt auf den Weg gebracht. Die enge Verknüpfung zum „Wittener Kreis“ schafft eine hohe Akzeptanz für das Angebot der Unterstützungsstelle – es kommt aus den „eigenen Reihen“ und wirkt nicht

aufgesetzt. Die Unterstützungsstelle arbeitet daher in Räumlichkeiten, die auch die Geschäftsstellen zweier Landesverbände und eine Selbsthilfekontaktstelle beherbergen und wo sich viele örtliche Selbsthilfegruppen regelmäßig treffen. „Diese Vernetzung und die damit verbundenen kurzen Kommunikationswege sind uns ein wichtiges Prinzip“, so Bernd Janota, denn gerade die kleinen Verbände benötigen zum Start flexible und schnelle Unterstützung.

„Bei einer seltenen Krankheit wie beispielsweise der Epidermis Bullosa, bei der es, genetisch bedingt, zu blasenförmigen Hautablösungen kommt, sind bundesweit gerade 400 Personen in der Selbsthilfe aktiv. Medizinische Versorgungsangebote

sind bei so geringen Fallzahlen aber in der Regel bei wenigen Einrichtungen zentralisiert. Da zugleich das Wissen um die therapeutischen Möglichkeiten und Anlaufstellen auch bei Ärzten oft gering oder nicht vorhanden ist, ist der Aufwand für die wenigen aktiven Selbsthilfemitglieder entsprechend hoch“, beschreibt Janota einen typischen Fall. Weil im erwähnten Beispiel selbst der Vorsitzende des Landesverbands bei der praktischen Einzelfallberatung und –begleitung gefordert ist, bleibt kaum Zeit und Organisationskraft für die klassischen Aufgaben einer Landesorganisation. Diese Defizite hilft die Unterstützungsstelle zu beheben.

Das Beratungsangebot der Unterstützungsstelle – für die teilweise von „Wohnzimmerbüros“ aus arbeitenden Landesorganisationen – beginnt mit der praktischen Hilfe bei Büroorganisation und Haushaltsplanung, reicht über begleitende Beratungen bei Kooperationen mit Krankenhäusern, Reha-Einrichtungen oder Hochschulen und umfasst schließlich die Unterstützung beim Aufbau landesweiter Selbsthilfestrukturen, die Beratung bei Förderanträgen und bei Planung und Realisierung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit.

„Wir müssen unsere Beratungsangebote konsequent auf den konkreten Bedarf zuschneiden“, so Janota, „denn die Ausgangssituation ist oft sehr unterschiedlich.

Dabei ist es nicht nur unser Ziel, bei der Bewältigung aktueller Aufgaben zu helfen, mittelfristig möchten wir unsere „Kunden“ in die Lage versetzen, landesweit funktionierende Strukturen aufzubauen, die sie in die Lage versetzen, Rahmenbedingungen und Organisation ihrer wertvollen Arbeit mit „Bordmitteln“ selbst zu gewährleisten.

Für den BKK Landesverband NRW, der die Unterstützungsstelle gemeinsam mit dem Paritätischen Wohlfahrtsverband finanziert, ist die Wittener Einrichtung ein überzeugendes Beispiel dafür, wie Aktivitäten der Selbsthilfe gefördert werden können, wenn die entsprechenden Organisationen sich auf die konkrete Hilfe für Kranke konzentrieren, deshalb wegen fehlender Verbandsaktivitäten auch für Experten aus

den Krankenkassen regelrecht unsichtbar bleiben und ihre Möglichkeiten deshalb nicht nutzen können.

Heiko Ulbrich, beim BKK Landesverband zuständig für das Projekt: „Die Selbsthilfeförderung steht bei den BKK in NRW oben auf der Agenda. Aber wir können nur diejenigen fördern, die neben dem erforderlichen Antrag zugleich die notwendigen Formalitäten einhalten, wenn es um konkrete Förderungen geht. Durch die Einrichtung der Unterstützungsstelle wird nun erstmals sicher gestellt, dass auch kleine und neue Selbsthilfeorganisationen eine Struktur erhalten können, die es dem BKK-System erlaubt, Kooperationen einzugehen und Fördermittel frei zu geben.“

Herausgeber

BKK Bundesverband, Essen (2004)

Redaktion

Barbara Orfeld, BKK Bundesverband
Jörg Meyer, Gruppe M, Düsseldorf

Layout

Lutz Köbele-Lipp, Berlin

Druck

Woeste Druck, Essen

Stand: Juli 2004

