

Ein Herz für Sachsen-Anhalt

Modellprojekt der Gesundheitsziele des Landes Sachsen-Anhalt



Wir danken der Pfizer Deutschland GmbH, die mit ihrer Spende die Herzkampagne erst ermöglicht hat. Unser besonderer Dank gilt auch Dr. Manfred Herrmann von der Universitätsklinik für Herz- und Thoraxchirurgie Halle (Saale), Prof. Dr. Huth vom Universitätsklinikum Magdeburg und Dr. Simone Heinemann vom Kardiologenverband Sachsen-Anhalt, die uns fachlich berieten.



Vorwort

Die Gesundheitskampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ war ein Erfolg. Rund 140 Veranstaltungen, Aktionstage, Fortbildungen und Projekte haben dazu beigetragen, die Bevölkerung für mehr Herzgesundheit zu sensibilisieren. Es wurde aufgeklärt über die Risiken von Herz-Kreislauf-Erkrankungen und zur Nutzung von Vorsorgeuntersuchungen motiviert. Es gab Anregungen, was man selber tun kann um herzgesund zu leben, es wurden Projekte initiiert, die unterschiedliche Zielgruppen ansprachen und erreichten. Mehr als 70 Partner waren während der drei Jahre dauernden Herzkampagne mit im Boot. Allen Beteiligten mein herzlicher Dank.

Die Kampagne stellte Risikofaktoren wie Rauchen, Bluthochdruck, zu viel Blutfett, Bewegungsmangel und Übergewicht in den Mittelpunkt einer Informationsoffensive. Spezielle Veranstaltungen gab es in Berufsschulen, Sportvereinen und kommunalen Einrichtungen ebenso wie in Unternehmen. Der Ansatz, mit der Kampagne zu den Menschen in deren Arbeits- und Lebensumfeld zu gehen, ist richtig. So gab es 54 Aktionstage in Schulen, bei denen rund 3.000 Azubis anschaulich erlebten, was ihre jungen Herzen höher schlagen lässt. In Krankenhäusern, Pflegeheimen sowie Gesundheitsämtern der Landkreise und kreisfreien Städte konnten sich Interessenten und Interessentinnen bei insgesamt 34 Veranstaltungen gezielt zur Herzgesundheit informieren. Jeder Mensch hat es im wahrsten Sinne

des Wortes selbst in der Hand, durch eine bedachte Verhaltensweise das Herz zu schonen sowie bei ersten Beschwerdeanzeichen gegen zu steuern – und das 365 Tage im Jahr. Schon eine halbe Stunde schnelleres Gehen pro Tag hilft, dazu eine abwechslungsreiche gesunde Kost, Alkohol gar nicht, beziehungsweise bei Erwachsenen nur in Maßen und wenn möglich gar keine Zigarette sowie Ruhephasen.

Herz-Kreislauf-Erkrankungen sind in Sachsen-Anhalt wie in ganz Deutschland nach wie vor die häufigste Todesursache. Dennoch ist in den vergangenen Jahren ein leicht positiver Trend erkennbar gewesen. Lag die Zahl der Herz-Kreislauf-Toten je 100.000 Einwohner und Einwohnerinnen im Jahr 2005 bei 567, waren es im Jahr 2007 etwa 551 Todesfälle, die durch Herz- oder Kreislaufversagen verursacht wurden. Die Tendenz ist erfreulich. Aber die Zahlen geben noch keinen Anlass zur Entwarnung.

Auch in Zukunft werden wir im Rahmen unserer Gesundheitsziele und mit den Modellprojekten weiter daran arbeiten, die Herzgesundheit der Bevölkerung landesweit zu verbessern. Jung wie alt, Mann wie Frau sollte bewusst werden, dass eine gesunde Lebensweise im wahrsten Sinne des Wortes Herzenssache ist.

Dr. Gerlinde Kuppe
Ministerin für Gesundheit und Soziales
des Landes Sachsen-Anhalt



Vorwort

Laut eines Bundesländervergleichs des infas Instituts aus dem Jahr 2008 sind die Menschen in Sachsen-Anhalt am unzufriedensten mit ihrer Figur, rauchen am meisten dauerhaft und sind am ehesten Sportverweigerer. Diese Ergebnisse und die Tatsache, dass Herz-Kreislauf-Erkrankungen noch immer die Todesursache Nummer 1 in Deutschland sind, zeigen ganz deutlich, dass hier nach wie vor Handlungsbedarf besteht.

Mit vielen Aktivitäten für Kinder, Jugendliche, Risikogruppen und ältere Menschen konnte die Kampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ erste Anstöße liefern, um das Bewusstsein für Herz-Kreislauf-Erkrankungen und deren Risikofaktoren zu erhöhen und die Neuerkrankungen und Sterblichkeitsraten in Sachsen-Anhalt zu verringern.

Die Akteure im Land Sachsen-Anhalt haben gezeigt, dass sie in Gesundheitsfragen neue Wege gehen möchten, um das Gesundheitsbewusstsein zu erhöhen – solche Wege gehen wir gerne mit! Die Herzkampagne stellte eine neue Form der partnerschaftlichen Zusammenarbeit dar. Ohne das große Engagement der über 70 Kooperationspartner wäre eine Umsetzung nicht möglich gewesen.

Die verschiedenen Maßnahmen und Aktivitäten der Kampagne zielten auf eine regelmäßige Vorsorge, eine Änderung

der Ernährungsgewohnheiten sowie des Lebensstils durch mehr Bewegung und eine Reduzierung des Alkohol- und Tabakkonsums in Sachsen-Anhalt. Wie wichtig Vorsorge ist, zeigte sich bei Gesundheits-Checks im Rahmen eines Krankenhaus-Aktionstages in Halberstadt. Aufgrund akuter Risiken wurde ein Mann sofort stationär aufgenommen und damit Schlimmeres verhindert.

Genau das liegt uns am Herzen. Pfizer setzt sich für eine bessere Gesundheit der Menschen ein und zwar über die Entwicklung von innovativen Arzneimitteln hinaus. Wir entwickeln Projekte zur Verbesserung der Versorgung aktiv mit. Denn Herz-Kreislauf-Erkrankungen lassen sich vermeiden. Hier spielen Aufklärung und eine umfassende Gesundheitsvorsorge eine entscheidende Rolle.

Es hat sich eine Struktur von Partnern herausgebildet, die weitere Aktivitäten nach sich ziehen wird. Für uns ist klar: erfolgreiche Prävention muss Spaß machen und Menschen von jung bis alt erreichen. Die Herausforderung besteht nun darin, die Anstöße der Kampagne nachhaltig zu nutzen und flächendeckend umzusetzen.

Pamela Reng
Senior Manager Governmental
Relations & Policy Affairs
Pfizer Deutschland GmbH



Inhalt

1.	Einführung	5
2.	Das Projekt	5
2.1	Vorüberlegungen	5
2.2	Ausgangslage	6
2.3	Ziele	8
2.4	Zielgruppen	9
2.5	Projektträger	9
2.6	Kooperationspartner	9
2.7	Laufzeit	9
2.8	Finanzierung	9
2.9	Projektverlauf	10
2.9.1	Vorbereitungsphase	10
2.9.2	Durchführung	12
2.9.3	Nachbereitung	17
2.9.4	Begleitende Öffentlichkeitsarbeit	17
2.10	Ergebnisse	18
3.	Projektbewertung	22
3.1	Betrachtung der Zielstellungen und ihrer Operationalisierung	22
3.2	Betrachtung des Projektverlaufs	22
3.3	Betrachtung der Nachnutzbarkeit	22
4.	Handlungsempfehlungen	23
5.	Literatur	24
6.	Anlagen	25





1. Einführung

Herz-Kreislauf-Erkrankungen stellen eines der größten Risiken für die Gesundheit und das Leben der Weltbevölkerung dar. Auf globaler und europäischer Ebene gleichsam wie auf Bundes- und Landesebene. So sterben pro Jahr 17,5 Millionen Menschen weltweit (Deutsche Herzstiftung 2005) an den Krankheitsbildern des Herz-Kreislaufsystems. Im westeuropäischen Vergleich verzeichnen Großbritannien und Deutschland die höchsten Sterberaten (WHO 2005).

367.361 Todesfälle gab es in Deutschland 2005 aufgrund von Herz-Kreislauf-Erkrankungen – der damit häufigsten Todesursache. Mit 148.641 Gestorbenen (76.638 Frauen, 72.003 Männer) waren ischämische Herzkrankheiten die Spitzenreiter unter den Herzerkrankungen (Statistisches Bundesamt). An einem Myokardinfarkt starben 61.056 Personen (28.083 Frauen, 32.973 Männer (Deutsche Herzstiftung 2005).

Allein 14.093 Personen verstarben 2005 in Sachsen-Anhalt an einer Herz-Kreislauf-Erkrankung. Die Zahl der Sterbefälle in Sachsen-Anhalt war bis zum Jahr 2000 rückläufig. Im Vergleich der Jahre 2000 bis 2005 blieb diese Zahl jedoch relativ konstant bei ca. 14.000, lag damit aber weiterhin über dem Bundesdurchschnitt (Statistisches Bundesamt).

2. Das Projekt

2.1 Vorüberlegungen

Rund 35 Milliarden Euro wurden in Deutschland allein 2005 für die Behandlung von Herz-Kreislauf-Erkrankungen ausgegeben (Statistisches Bundesamt). Die Kosten für ischämische Herzkrankheiten konnten gesenkt werden, dafür stiegen die Kosten für die Behandlung von Herzinsuffizienzen, die durch die erfolgreiche Behandlung von Herzinfarkten häufiger auftreten. Schätzungsweise 6.500 Herz-Kreislauf-Todesfälle könnten pro Jahr vermieden werden, wenn lediglich die Hälfte der inaktiven Männer im Alter von 40-69 Jahren gemäßigten körperlichen Aktivitäten nachgingen (Robert-Koch-Institut 2003).

Der Blick auf die Prognosen der künftigen Entwicklung von Herz-Kreislauf-Erkrankungen, verdeutlicht den dringenden Handlungsbedarf in diesem Bereich. Auf lokaler Ebene reagierte das Land Sachsen-Anhalt auf diese Tendenzen und auf die Dramatik der Landesstatistiken durch die Formulierung von Gesundheitszielen. Drei der fünf Ziele beinhalten die wichtigsten Einflussfaktoren auf die Gesundheit des Herzens: „Entwicklung eines gesunden Bewegungsverhaltens und Verbesserung von Bewegungsangeboten für die Bevölkerung“, „Förderung eines gesunden Ernährungsverhaltens und gesunder Ernährungsangebote für die Bevölkerung“ und „Senkung des



Anteils an Rauchern in der Bevölkerung und der alkoholbedingten Gesundheitsschäden auf Bundesdurchschnitt“.

Ungesunde Ernährung, unzureichende körperliche Aktivität sowie Zigarettenkonsum sind die wichtigsten Parameter, unter deren Einflussnahme sich gegenseitig bedingende Krankheiten mit Auswirkungen auf die Herzgesundheit ausbilden. Der gravierend hohe Anteil Übergewichtiger und der damit verbundene Zusammenhang zur kardiovaskulären Gesundheit lassen dem Handlungsbereich „Ernährung“ eine besondere Bedeutung zukommen, denn die meisten Erkrankungsbilder stehen im Zusammenhang mit mangelnder Durchblutung des Herzens. Ursächlich dafür ist in den häufigsten Fällen die Arteriosklerose – ein Erkrankungsbild, bei dem ein zu hoher Anteil an Blutfetten für Plaqueablagerungen sorgt und den Blutdruck erhöht. Infolge dessen entstehen als häufigste Erkrankungen mit Todesfolge die chronisch ischämische Herzkrankheit, darunter der Myokardinfarkt. Die dritte der häufigsten Krankheiten ist die Herzinsuffizienz, eine Herzmuskelschwäche, die eine unzureichende Blutversorgung der Körpergewebe zur Folge hat.

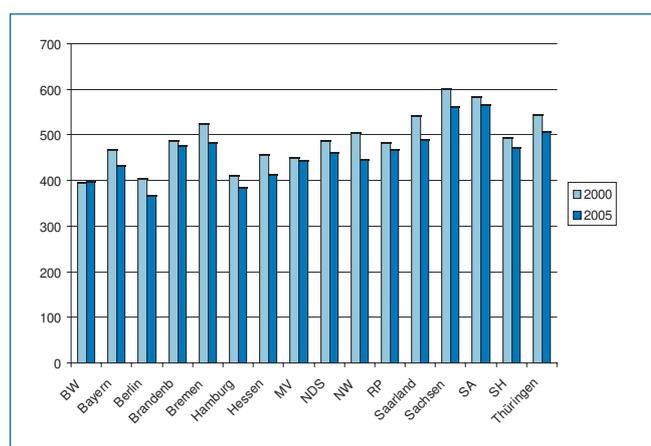
Frauen sind auf Grund ihrer hohen Sterberate an Herz-Kreislauf-Erkrankungen als Zielgruppe verstärkt zu fokussieren.

Aus den vorliegenden Fakten ergaben sich unterschiedliche Interventionsbereiche zur Information und Aufklärung sowie zur Vorbeugung von Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Mit einer landesweiten Kampagne unter dem Titel „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ sollten möglichst viele Bevölkerungsgruppen auf möglichst unterschiedlichen Ebenen angesprochen werden.

2.2 Ausgangslage

Die Ausgangslage in Sachsen-Anhalt in Bezug auf Herz-Kreislauf-Erkrankungen sah vor der Herzkampagne wie folgt aus:

2005 starben 14.093 Sachsen-Anhalter an Herz-Kreislauf-Erkrankungen (Statistisches Landesamt). Besonders auffällig war die höhere Sterberate bei Frauen mit 58,8 % gegenüber 41,2 % bei den Männern, ein Trend, der auch bundesweit zu verzeichnen war.



Sterbefälle Herz-Kreislauf-Erkrankungen Deutschland je 100.000 Einwohner (Quelle: Statistisches Bundesamt)



Die Gesundheitsberichterstattung des Bundes belegt: Sachsen-Anhalt lag sowohl 2005 als auch 2006 auf dem 1. Rang bei den Todesfällen durch Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Dabei ist die Zahl der Todesfälle von 2005 (567,4/100.000 Einwohner) zu 2006 sogar – entgegen dem Bundestrend mit sinkenden Zahlen an Herz-Kreislauf-Toten – auf 572,1 Todesfälle je 100.000 Einwohner angestiegen (Statistisches Bundesamt).

Herz-Kreislauf-Erkrankungen im Jahr 2005 in Sachsen-Anhalt (pro 100.000 Einwohner)

- Ischämische Herzkrankheiten
282,7 Frauen, 252,5 Männer
- davon Myokardinfarkt
101,7 Frauen, 133,1 Männer
- Hypertonie
78,3 Frauen, 39,9 Männer

Quelle: Statistisches Bundesamt

Einer Auswertung des Statistischen Landesamtes zufolge, hätten sich 2005 allein bei den ischämischen Herzkrankheiten insgesamt 698 Sterbefälle in Sachsen-Anhalt vermeiden lassen, davon 575 bei den Männern (35-64 Jahre).

Bei Diabeteserkrankungen, die gleichzeitig einen Risikofaktor für Herz-Kreislauf-Erkrankungen darstellen, sind im Jahr 2005 256,9 Frauen und 341,6 Männer je 100.000 Einwohner in Sachsen-Anhalt erkrankt (Landesamt für Verbraucherschutz Sachsen-Anhalt).

Darüber hinaus gab es in Sachsen-Anhalt 92.789 Fälle von Herz-Kreislauf-Erkrankungen, die im Krankenhaus behandelt wurden. Herz-Kreislauf-Erkrankungen, wie akuter Myokardinfarkt, Angina pectoris und Herzinsuffizienz standen an erster Stelle bei den häufigsten Diagnosen für einen stationären Krankenhausaufenthalt.

Nach den Krankenhausbehandlungen wurden im Jahr 2005 2.663 Personen (711 Frauen, 1.952 Männer) zur Wiedereingliederung in das Berufsleben mit medizinischen Rehabilitationsleistungen unterstützt. Trotzdem gab es 901 Personen (229 Frauen, 672 Männer), die wegen verminderter Erwerbsfähigkeit in Folge von Krankheiten des Herz-Kreislaufsystems verrentet wurden (Landesamt für Verbraucherschutz Sachsen-Anhalt).

Für die Bevölkerung standen 8.073 Ärztinnen und Ärzte zur Verfügung, das entsprach einer Versorgungsrate von ca. 305 Ärzten je 100.000 Einwohner. Sachsen-Anhalt war damit unter Bundesdurchschnitt (358/100.000) mit Ärzten versorgt. (Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt 2003).

Neben den reinen Krankheitsdaten schnitt Sachsen-Anhalt auch bei einer Erhebung des Statistischen Bundesamtes zum Übergewicht der Deutschen (BMI über 25) nicht gut ab. 2005 waren 51,2 % aller Personen in Sach-



sen-Anhalt übergewichtig. Damit lag das Bundesland auf Rang 2 hinter Mecklenburg-Vorpommern (53,2 %). Die steigende Tendenz beim BMI läßt sich schon bei den Kindern beobachten. Vergleiche im Rahmen der Schulanfängerstudien zeigen, dass im Jahr 2000 6,2 % der Kinder adipös waren, im Jahr 2005 waren es 9,6 %.

Rund 368.318 Bürgerinnen und Bürger waren 2005 in den Sportvereinen des Bundeslandes organisiert. Das entspricht einer Quote von rund 15 % (LandesSportBund Sachsen-Anhalt e.V. 2005).

Ca. 36 % der Bürgerinnen und Bürger ließen regelmäßig den Blutdruck und 30 % die Blutwerte kontrollieren. (Ministerium für Gesundheit und Soziales Sachsen-Anhalt 2005). Über 30 % der Sachsen-Anhalter griffen täglich zur Zigarette. Es rauchen mehr Männer als Frauen und eher junge Menschen (Mikrozensus 2005).

Insbesondere das Suchtverhalten Jugendlicher war besorgniserregend. Griffen 1998 20 % der Jugendlichen in Sachsen-Anhalt zur Zigarette, waren es 2003 bereits 37 %. Das Einstiegsalter der Raucherinnen und Raucher lag bei durchschnittlich 11,3 Jahren (Modrus-Studien Sachsen-Anhalt I - III, Fokus-Institut). Nach einer Untersuchung im Jahr 2000 bei Kindern und Jugendlichen in Sachsen-Anhalt konsumierten 18 % der Heranwach-

senden regelmäßig oder öfter Bier bzw. Wein, 7 % tranken hochprozentige Alkoholika. Das Einstiegsalter lag im Mittel bei 13 Jahren (Ministerium für Gesundheit und Soziales Sachsen-Anhalt 2003).

2.3 Ziele

Die Herzkampagne wurde auf drei der fünf Gesundheitsziele ausgerichtet:

- Förderung eines gesunden Bewegungsverhaltens und Verbesserung von Bewegungsangeboten für die Bevölkerung
- Förderung eines gesunden Ernährungsverhaltens und gesunder Ernährungsangebote für die Bevölkerung
- Senkung des Anteils an Rauchern in der Bevölkerung und der alkoholbedingten Gesundheitsschäden auf Bundesdurchschnitt.

Das Hauptziel der Kampagne war die Information und Aufklärung der Bevölkerung zu Herz-Kreislauf-Erkrankungen und deren Präventionsmöglichkeiten. Weitere Ziele waren:

- Wissensvermittlung und -vertiefung
- Motivation zur Verhaltensänderung
- Stärkung der Primär- und Sekundärprävention
- Förderung und Erhöhung der Inanspruchnahme von Vorsorgeuntersuchungen



- Erkenntnisgewinn ggf. Verbesserung der Datenlage

2.4 Zielgruppen

Für die Herzkampagne wurden folgende Zielgruppen ausgewählt:

Bevölkerung insbesondere

- Kinder und Jugendliche
- Arbeitnehmer/innen und Arbeitgeber
- Frauen
- Seniorinnen und Senioren

Multiplikatoren

- Ärztinnen und Ärzte sowie Personen aus medizinischen Fachberufen
- Personen aus nicht-medizinischen Berufsgruppen
- Politische Meinungsbildner

2.5 Projektträger

Träger der Kampagne war die Landesvereinigung für Gesundheit Sachsen-Anhalt e.V.

2.6 Kooperationspartner

Hauptpartner der Herzkampagne war die Pfizer Deutschland GmbH, die mit Spenden über drei Jahre die Kampagne erst ermöglichte. Hinzu kamen 71 weitere Partner aus verschiedenen Lebensbereichen (Anlage 1).

Zusammensetzung der Partner der Herzkampagne

- 39 Schulen (in erster Linie Berufsbildende Schulen)
- 13 Krankenhäuser/ Pflegeheime
- 4 Gesetzlich Krankenkassen
- 4 Wirtschaftsunternehmen
- 4 Vereine und Verbände
- 4 Gesundheitsämter
- 4 Sonstige

2.7 Laufzeit

Die Kampagne war für drei Jahre geplant. Nach einer Ideenfindungs- und Grobkonzeptphase von etwa 1 ½ Jahren wurde mit der konkreten Umsetzung im Mai 2006 begonnen. Der offizielle Auftakt fand im Oktober 2006 statt. Die Kampagne endete im Mai 2009. Die Auswertung und die Erarbeitung von Dokumentationen erfolgte bis Ende des Jahres 2009. Insgesamt betrug die Laufzeit somit 5 Jahre.

2.8 Finanzierung

Die Finanzierung der Kampagne erfolgte zu großen Teilen aus zweckgebundenen Spendengeldern der Pfizer Deutschland GmbH. Kleinere Summen wurden von der AOK Sachsen-Anhalt für das Kinder-Musical „Pappe satt“



und von der Barmer Halle für das Projekt Herztaxi zur Verfügung gestellt. Viele Partner erbrachten unbare Leistungen in Form von kostenfreien Räumlichkeiten, Dienstleistungen oder Personal. So stellte die IKK gesund plus für die Aktionstage „Das geht auf die Pumpe“ regelmäßig ein Cardio-Scanner und Beratungspersonal zur Verfügung. Der BKK-Landesverband Ost stellte Informationsbroschüren zu herzgesunder Ernährung bereit. Neben einer Grundfinanzierung durch das Bundesministerium für Gesundheit engagierten sich der Sportbund Halle und die Stadt Halle (Saale) bei der Organisation und Durchführung des Aktionstages „3000-Schritte-mehr-für´s-Herz“ in Halle. Ärztinnen und Ärzte bzw. die Ärztekammer und die Kassenärztliche Vereinigung unterstützten Gesundheitstage, Vorträge, ein Volksstimme-Telefonforum und berieten die LVG in fachlicher Hinsicht. Studentinnen der Hochschule Magdeburg-Stendal (FH), die bei der LVG ein Praktikum absolvierten, waren in viele der Aktionstage in Krankenhäusern, Berufsbildenden Schulen oder Gesundheitsämtern eingebunden.

Darüber hinaus erbrachten Kooperationspartner in ihrem Rahmen Beiträge zur Kampagne, die sie auch (mit)finanzierten, so z. B. die Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, die ihre Kinderuniversität auf das Thema ausrichtete oder der PARITÄTISCHE, der sich mit Rauchprävention und Gesundheitsförderung im eigenen Verband befasste.

2.9 Projektverlauf

2.9.1 Vorbereitungsphase

Die Vorbereitungsphase umfasste ca. 23 Monate und war mit der Auftaktveranstaltung am 5. Oktober abgeschlossen. Bereits 1 ½ Jahre vor Projektbeginn entwarf die Landesvereinigung erste Skizzen für das Vorhaben. Anlass waren neben den Gesundheitszielen, die über dem Bundesdurchschnitt liegenden Erkrankungsraten bzw. die Frühsterblichkeit bei Herzerkrankungen sowie mit der Pfizer Deutschland GmbH ein Partner, der an einer Kooperation in diesem Themenfeld interessiert und bereit war, ein Projekt zu fördern. Im Laufe der Zeit wurde ein Konzept entwickelt, das vier Schwerpunkte definierte: Aktionstage, Fortbildung, Projekte und Öffentlichkeitsarbeit und einen Zeitplan für die Umsetzung enthielt. Außerdem wurden der Kampagnentitel sowie ein Logo kreiert.

Die Grundstruktur mit den Schwerpunktmaßnahmen stand zum Ende der Vorbereitungsphase fest, ein konkreter Maßnahmenplan wurde mit der Bereitstellung von Fördermitteln erarbeitet. Parallel dazu wurden mögliche Kooperationspartner angesprochen und um ihre Mitwirkung gebeten. Ziel der Kooperationen war, dass jeder Partner sich mit eigenen Leistungen, ob finanzieller, materieller oder organisatorischer Art, in die Kampagne einbringt.



Die Ministerin für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt wurde gebeten, die Schirmfrauschaft zu übernehmen und das Gesundheitsamt Bördekreis für die Auftaktveranstaltung gewonnen. Um dem Thema und der Aufgabe im politischen Raum mehr Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, wurde die Kampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ als Modellprojekt der Gesundheitsziele Sachsen-Anhalts vorgeschlagen und am 6.11.2006 berufen.

Um möglichst viele Kooperationspartner zu gewinnen, wurde eine Adressliste mit potentiellen Partnern (Gesundheitsämter, Krankenhäuser, Berufsbildende Schulen, Hochschulen, Krankenkassen sowie Vereine und Verbände) zusammengestellt, ein Anschreiben mit den Eckpunkten der Herzkampagne formuliert und mit der Bitte um Mithilfe und Unterstützung versandt. Ein vorläufiger Maßnahmenplan lag als Anlage bei. Mit einem Letter of Intent (Anlage 2) bekundeten 30 der angesprochenen Institutionen ihre Bereitschaft zur Mitwirkung.

Daraufhin gingen bei der LVG zahlreiche Anfragen ein, wie und wo man sich einbringen könne. In vielen Einzelgesprächen wurde näher zur Kampagne informiert, gemeinsam Ideen für Aktivitäten entwickelt und der notwendige Unterstützungsbedarf durch die LVG abgeklärt. Viele Partner waren für die Idee, sich mit eigenen Aktivitäten und Maßnahmen einzubringen, sehr auf-

geschlossen und nutzten dieses Angebot. Andere wollten sich lieber in entwickelte Maßnahmen mit ihren Möglichkeiten einbringen, wieder andere griffen Vorschläge der LVG für eigene Entwicklungen auf, letzteres traf insbesondere auf die Projekte innerhalb der Kampagne zu. Einige der ursprünglich geplanten Aktivitäten erwiesen sich als nicht durchführbar. Andere, bestehende Maßnahmen – wie „3.000 Schritte extra“ – wurden aufgegriffen und in die Kampagne integriert.

Jede einzelne Maßnahme hatte eine eigene Vorbereitungsphase. Manche Projekte ergaben sich erst im Laufe der Kampagne in Folge einer Maßnahme: So wurde z. B. das Projekt „Kochen mit Herz“ zum Ende der Kampagne zusammen mit einer Berufsbildenden Schule entwickelt, die an den Aktionstagen „Das geht auf die Pumpe“ beteiligt war und Interesse hatte, das Thema Herzgesundheit mit ihren auszubildenden Köchinnen und Köchen und Sozialarbeiterinnen und -arbeitern zu vertiefen. Die Idee, eine Art Rezeptsammlung zu herzgesunden Gerichten zu veröffentlichen, war zwar von Anfang an geplant. Aber die Umsetzung im Rahmen einer Projektwoche mit Auszubildenden ergab sich erst durch das Interesse der Berufsbildenden Schule an einer weiteren Aufarbeitung des Themas. Die Maßnahmenplanung der Kampagne wurde über den gesamten Zeitraum laufend aktualisiert und konkretisiert.



Auch die Einwerbung von geplanten und zusätzlichen Leistungen bestimmte die Vorbereitungsphase, die Einwerbung zusätzlicher finanzieller Mittel gestaltete sich schwierig.

Zum Beginn der Durchführungsphase waren drei Maßnahmen, die über den gesamten Kampagnenzeitraum laufen sollten, so vorbereitet, dass sie anliefern: die Aktionstage mit Berufsbildenden Schulen „Das geht auf die Pumpe“, die Aktionstage mit den Krankenhäusern „Herzlich Willkommen“ sowie die kommunalen Aktionstage „Hab´ ein Herz für Dein Herz“.

2.9.2 Durchführung

Insgesamt wurden im Rahmen der Herzkampagne 140 Veranstaltungen durchgeführt.

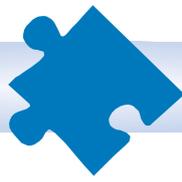
Die Auftaktveranstaltung fand am 5.10.2006 im Landratsamt in Oschersleben statt. Schirmfrau Dr. Gerlinde Kuppe eröffnete gemeinsam mit Landrat Burkhardt Kanngießner und Pfizer Manager Peter Marx die dreijährige Kampagne. Ca. 250 Besucher folgten der Einladung von LVG und Gesundheitsamt und setzten sich mit vielfältigen Angeboten zur Herzgesundheit auseinander. So konnte man am Echokardiografiegerät des Medigreif Bördekrankenhauses Neinstedt ins eigene Herz schauen, bei der Physiotherapie lernen, wie man den Stress

im Griff behält oder Mitglied im Sportverein werden, um mit mehr Bewegung Herz-Kreislauf-Erkrankungen vorzubeugen. Mehr als 15 regionale Partner u. a. auch Krankenkassen und das DRK folgten dem Aufruf von Amtsarzt und LVG und beteiligten sich mit einem eigenen Angebot zur Herzgesundheit.

Zum Schwerpunkt „Aktionstage“ engagierten sich 21 Kooperationspartner und jeweils zwischen einem und 30 regionalen, landes- und bundesweiten Partnern:

Aktionstage „Herzlich Willkommen“ in Krankenhäusern und Pflegeheimen

Insgesamt wurden 19 Aktionstage durchgeführt. Zielgerichtet wurden Krankenhäuser und Pflegeheime in den 14 Landkreisen angesprochen und für die Durchführung einer eigenen Veranstaltung im Rahmen der Herzkampagne geworben. Es gab sowohl Aktionstage mit nur einem Vortrag zur Herzgesundheit als auch Aktionstage mit einer großen Vielfalt an Maßnahmen (Messungen, Vorträge, Verkostungen, Beratungen, Tests) und unter Beteiligung etlicher regionaler Partner. Die Landesvereinigung unterstützte die Maßnahmen mit Ankündigungsplakaten, Pressearbeit und verschiedenen Teststationen wie CO-Messung für Raucherinnen und Raucher, BMI- und Körperfettmessung. Neben den durchführenden Institutionen und der LVG wirkten durchschnittlich ca. 15 regio-



nale Partner mit. Dazu gehörten das DRK, Sportvereine, Fitnessstudios, regionale Geschäftsstellen der Krankenkassen, Ökotrophologen etc. Die Besucherzahlen lagen je nach Angebot zwischen 20 und 300 Personen. Das Angebot nutzten überwiegend ältere Menschen.

Aktionstage „Hab´ ein Herz für Dein Herz“ mit Kommunen

20 Aktionstage wurden in Trägerschaft von Kommunen – meist von den zuständigen Gesundheitsämtern – realisiert. Sie waren ähnlich wie die Aktionstage in Krankenhäusern und Pflegeheimen aufgebaut, zielten aber mit ihrer anderen Anbindung auf eine breitere Bevölkerungsgruppe. Hier wurden auch Familien mit Kindern erreicht. Ca. 900 Besucherinnen und Besucher nahmen das breite Informations- und Aufklärungsangebot an.

Aktionstage „Das geht auf die Pumpe“ an Berufsbildenden Schulen

Insgesamt gab es 56 Aktionstage in 43 Berufsbildenden Schulen, teilweise an mehreren Standorten. Die Einrichtungen nutzten in den drei Kampagnenjahren das Angebot einer niedrigschwelligen Sensibilisierung der Jugendlichen für ihre Herzgesundheit. Mit Hilfe eines Parcours wurde das Thema spielerisch aufgearbeitet. Fünf Stationen mit einer unterhaltsamen Wissensvermittlung wurden ergänzt von einem von Pfizer betreuten Kohlenmonoxid-Test, einer BMI- und Körper-

fettmessung, einem Fitnesstest mit Pulsuhrmessung sowie einer Befragung zum Bewegungsverhalten. Die IKK gesund plus engagierte sich mit einem Cardioscan. Alle Tests waren mit einer individuellen fachlichen Beratung verbunden. Darüber hinaus wirkten teilweise weitere Krankenkassen mit. Ca. 3.500 Auszubildende wurden erreicht.

Aktionstage „Das geht auf die Pumpe“ Ausgewählte Ergebnisse

Es wurden 1.326 Fragebögen ausgewertet (863 Mädchen, 463 Jungen)

- 59,8 % Mädchen und 59,0 % Jungen rauchen
- 61,0 % Mädchen und 34,0 % Jungen kein regelmäßiger Sport
- 7,2 % Mädchen und 5,9 % Jungen BMI über 30
- 20,6 % Mädchen und 19,9 % Jungen zu hohe Körperfettwerte
- 8,0 % Mädchen und 6,7 % Jungen 3 Risikofaktoren gleichzeitig

Aktionstag „Becel Deutschland Walk“

Ein zusätzlicher Aktionstag war der Becel Deutschland Walk am 7. September 2007. Die LVG erfuhr von der Veranstaltung über Werbung im Fernsehen, recherchierte den Hintergrund und bat die Veranstalter um Mitwirkung bei der Herzkampagne. Nach langwierigen Vorbesprechungen waren Agentur und Veranstalter bereit, ihre Standortplanung unter Berücksichtigung von Sachsen-Anhalt zu gestalten. Nach



umfangreichen Abstimmungen wurde als Durchführungsort Halberstadt ausgewählt. Die AOK Halberstadt organisierte die Veranstaltung mit Unterstützung des DSV Nordic Aktiv. Rund 800 Nordic Walker aus allen Teilen Deutschlands, vor allem aber aus Halberstadt und Umgebung eroberten die malerische Altstadt im Sturmschritt.

Aktionstag „3000 Schritte extra fürs Herz“

Es gelang, diese Initiative der Bundesministerin für Gesundheit, Ulla Schmidt, in die Kampagne einzubinden. Gemeinsam mit der Gesundheits- und Sozialministerin Sachsen-Anhalts, Dr. Gerlinde Kuppe und der Vorsitzenden der Deutschen Herzstiftung, Barbara Genschler, animierte Ulla Schmidt in Halles Innenstadt Bürgerinnen und Bürger, sich mehr zu bewegen. Dabei wurden nicht nur Schrittzähler verteilt. Ca. 15 Institutionen, unter anderem der Stadtsportbund Halle, die Schloßbrunnen Wüllner GmbH & Co. KG und die Stendaler Landbäckerei ließen mit eigenen Angeboten den Aktionstag zu einem Höhepunkt innerhalb der Kampagne werden. Neben dem Büro für Prävention, das die Aktion bundesweit betreut, engagierte sich auch die Deutsche Herzstiftung vor Ort in Halle. Die 3.000 Schritte wurden von ca. 500 Bürgerinnen und Bürgern absolviert. Mehrere Sportvereine griffen die 3.000-Schritte-Idee auf und gründeten Mitgehgruppen.

Der Schwerpunkt Fortbildung wurde mit insgesamt 39 Maßnahmen unteretzt.

Fortbildung „Frauenherzen schlagen anders“

Eine Fortbildungsreihe war speziell für Frauen konzipiert. Unter fachlicher Beratung entwickelte die Landesvereinigung für Gesundheit einen Folienvortrag, der auf die Spezifika und Schutzmechanismen des Frauenherzens eingeht und auf die besonderen Symptome eines Herzinfarktes bei Frauen hinweist. Die Frauen sollten dafür sensibilisiert werden, bei Herzkreislauf-Problemen rechtzeitig einen Arzt aufzusuchen oder die Schnelle Medizinische Hilfe zu rufen. Für die 31 Frauenherzvorträge interessierten sich rund 700 überwiegend weibliche Teilnehmer.

Fortbildung „Herzgesund durch Bewegung“

Am 12. September 2007 fand die Tagung „Herzgesund durch Bewegung“ statt. Sie richtete sich an Ärztinnen und Ärzte und Vertreterinnen und Vertreter von Sportvereinen und informierte über aktuelle Trends, Bewegung als Therapiefaktor nach Herzproblemen ohne oder zusammen mit Medikamenten einzusetzen. Außerdem stellte das Klinikum Bernburg gGmbH seine Erfahrungen mit der Einrichtung von Herzgruppen vor. Die Tagung wurde von 45 Teilnehmerinnen und Teilnehmern besucht.



Fortbildung „Herzgesund im Harz“

„Herzgesund im Harz“ wurde am 4. Oktober 2007 gemeinsam mit dem Tourismusverband organisiert. Die offene Veranstaltung war für die Einwohnerinnen und Einwohner sowie die Gäste des Harzkurortes Schierke konzipiert. Nach interessanten Vorträgen gab es eine praktische Einführung ins Nordic Walking. Rund 30 Gäste folgten der Einladung.

Fortbildung „Pappe satt“

Für die Zielgruppe Kinder wurden 2007 fünf Veranstaltungen des Kindermusicals „Pappe satt“ gemeinsam mit der AOK Sachsen-Anhalt organisiert. Rund 1.200 Schülerinnen und Schüler aus fünf Grundschulen aus sozial benachteiligten Gebieten in Sachsen-Anhalt setzten sich mit viel Spaß und Musik mit gesunder Ernährung auseinander. Materialien für die Eltern sowie Lehrerinnen und Lehrer unterstützten die Nachhaltigkeit der Wissensvermittlung. Im Anschluss wurde eine Elternbefragung durchgeführt.

(Fort)bildung Kinderuniversität „Das Herz – Motor des Lebens“

Eine weitere Aktivität war die Durchführung einer Kinderuniversität mit der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg. Nach nur einem Gespräch war die Verantwortliche Dr. Rosmarie Behnert vom Anliegen überzeugt und plante 2 Vorträge für die 10- bis 14-Jährigen „Studenten“ zum Kampagnenthema. Im ausgebuchten großen

Hörsaal lauschten am 10. März 2007 500 kleine Zuschauerinnen und Zuschauer gespannt den auf das jugendliche Publikum zugeschnittenen Vorträgen von Prof. Dr. Klein und Prof. Dr. Grönemeyer, die kindgerecht Zusammenhänge von gesunder Lebensweise und Herzgesundheit erläuterten. Die Eltern hatten derweil am Stand der LVG die Möglichkeit, sich über ihre Risikofaktoren zur Herzgesundheit zu informieren und Anregungen für eine gesündere Lebensweise mitzunehmen. Einen Apfel als leckeren Snack bekamen die Kinder dann für den Heimweg mit.

Insgesamt wurden 3 Projekte durchgeführt:

Projekt „Rauchfrei im PARITÄTISCHEN“

Das Projekt „Rauchfrei im PARITÄTISCHEN“ widmete sich der Gesundheit der 118 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des PARITÄTISCHEN Sachsen-Anhalt. Es wurde ein Arbeitskreis Gesundheit gegründet, der sich intensiv mit dem Thema Gesundheitsförderung, Schwerpunkt „Nichtrauchen“ auseinandersetzte. Nach einer Befragung der Belegschaft wurden Handlungsvorschläge entwickelt und umgesetzt, z. B. ein Gesundheitstag und Stressbewältigungskurse, ebenso eine Betriebsvereinbarung, die am 1. April 2008, nach 16 Monaten Projektlaufzeit, unterzeichnet wurde. Diese regelt nun den Umgang mit dem „Blauen Dunst“ und schuf eine Basis für mehr



Gesundheitsorientierung im Verband. Näheres zum Projekt kann in der Broschüre der Gesundheitsziele „Rauchfrei im PARITÄTISCHEN“ nachgelesen werden.

Projekt „Herztaxi in Halle“

Das Projekt „Herztaxi in Halle“ richtete sich an Taxifahrerinnen und Taxifahrer in der Stadt Halle (Saale) und diente der Sensibilisierung sowie dem Wissenserwerb bei Notfallsituationen im alltäglichen Straßenverkehr insbesondere bei Herzproblemen. Taxifahrer, die ständig in der Öffentlichkeit unterwegs sind, erleben häufiger als andere gesundheitsgefährdende Situationen. Seien es Unfälle oder plötzliche Herzprobleme bei Krankenfahrten für die Krankenhäuser, schnelle Hilfe ist gefragt. Die meisten Taxifahrer haben lediglich die für die Fahrerlaubnis notwendige Erste-Hilfe-Ausbildung. Gemeinsam mit der Uniklinik für Herz- und Thoraxchirurgie Halle (Saale), der Barmer Ersatzkasse, der Pfizer Deutschland GmbH und der Fleischhacker GmbH & Co. KG wurden für die Fahrerinnen und Fahrer spezielle herzbezogene Erste-Hilfe-Kurse mit einer Zusatzausbildung an einem AED-Gerät angeboten. Das mobile Gerät soll vor allem von ausgebildeten Fahrern, die häufig Krankentransporte durchführen, genutzt werden. Insgesamt konnten 41 Fahrerinnen und Fahrer ihre Erste-Hilfe-Kenntnisse auffrischen. Auch zu diesem Projekt gibt es eine spezielle Dokumentation.

Projekt „Kochen mit Herz“

Die Projektwoche „Kochen mit Herz“ ist ein Projekt, das gemeinsam mit der Berufsbildenden Schule „J.P.C. Heinrich Mette“ in Quedlinburg organisiert wurde. Nach den Aktionstagen „Das geht auf die Pumpe“ hatte die BbS großes Interesse, das Wissen ihrer Auszubildenden weiter zu vertiefen. Die LVG erarbeitete dann gemeinsam mit der BbS eine Projektwoche, bei der 40 auszubildenden Köchinnen und Köche und Sozialarbeiterinnen und -arbeiter von einer Ökotrophologin fortgebildet wurden. Nach dem fachlichen Input kreierten die Berufsschülerinnen und -schüler bekannte Gerichte unter herzgesunden Aspekten neu und setzten diese unter fachlicher Beratung durch die Ökotrophologin um. Zum Projekt gehörten auch das Erarbeiten einer Menükarte und die Gestaltung einer ansprechenden Tischdekoration. Vorgehensweise und entstandene Rezepte wurden in einer Broschüre zusammengefasst und allen Berufsbildenden Schulen in Sachsen-Anhalt zur Verfügung gestellt.

Projekt „Herz in Schwung“

Das Projekt „Herz in Schwung“ wurde erst 2008, im dritten Kampagnenjahr entwickelt. Ziel des Projektes ist die Erhöhung der Zahl der Herzgruppen in Sachsen-Anhalt in Kooperation mit Krankenhäusern. Das Vorhaben wird gemeinsam mit dem Behinderten- und Rehasportverband umgesetzt und läuft noch.



Der vierte Schwerpunkt der Herzkampagne war die Öffentlichkeitsarbeit, auf die im Punkt 2.9.4 näher eingegangen wird.

Die Abschlussveranstaltung fand am 11. Mai 2009 im Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt statt. Schirmfrau, Dr. Gerlinde Kuppe, nutzte den Tag, um sich bei den Kampagnenpartnern zu bedanken. Die Veranstaltung richtete sich an die interessierte Fachöffentlichkeit und präsentierte die Ergebnisse der gemeinsamen Bemühungen in Folge von drei Jahren Arbeit. Vertreter von ca. 20 Institutionen folgten der Einladung.

2.9.3 Nachbereitung

Alle Aktivitäten der Herzkampagne wurden kontinuierlich ausgewertet und bei Bedarf ergänzt oder optimiert. Jährlich gab es einen Sachbericht und einen Pressespiegel. Zu allen abgeschlossenen Projekten wurden separate Veröffentlichungen erarbeitet, gedruckt und Interessierten zur Verfügung gestellt.

Die Nachbereitungsphase war vor allem von Dokumentationsarbeiten geprägt. Den mitwirkenden Kampagnenpartnern und Beraterinnen und Beratern wurde gedankt und erhobene Daten für die Nachnutzung zusammengestellt.

2.9.4 Begleitende Öffentlichkeitsarbeit

Den Medien wurden kontinuierlich über den gesamten Kampagnenzeitraum Informationen zur Herzgesundheit angeboten. So wurden z. B. alle Aktionstage mit Presseinformationen begleitet. Regelmäßig wurden Daten und Fakten zur Herzgesundheit aufgearbeitet und anlassbezogen – z. B. zur Herzwoche oder Tipps für eine herzgesunde Weihnacht – der Öffentlichkeit über die Medien zur Verfügung gestellt. Die Volksstimme wurde für ein Telefonforum zur Herzgesundheit gewonnen, das am 11. Juni 2008 stattfand und veröffentlicht wurde.

Insgesamt wurden bis zum Mai 2009 rund 13 Millionen Bürgerinnen und Bürger über die Medien erreicht. Es wurden 103 Pressemeldungen bis zur Abschlussveranstaltung am 11. Mai 2009 herausgegeben. 144 Presse- und Radiomeldungen sowie Fernsehberichte sorgten neben den vielen Veranstaltungen für eine große Informationsdichte (Beispiele Anlage 3). Allein über die Aktion „3000-Schritte-mehr-für´s-Herz“ erschienen 18 Pressemeldungen, 5 TV-Berichte und 6 Rundfunkberichte mit einer Kontaktfrequenz von mehr als vier Millionen.

Bei diesen Zahlen ist zu berücksichtigen, dass die LVG keinen professionellen Recherchedienst beauftragen konnte. Die Zahl der Presseveröffent-



lichungen bezieht sich deshalb auf eigene Recherchen oder auf von Partnern zur Verfügung gestellte Artikel.



Neben der Pressearbeit wurden zahlreiche Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit erstellt. Dafür wurden ein einheitliches Layout und ein Logo erarbeitet und bei allen Materialien eingesetzt. Für die Aktionstage gab es ein Rahmenplakat, dessen Leerfeld jeweils mit den aktuellen Daten der Aktion gestaltet werden konnte (siehe Anlage 4). Zahlreiche Krankenhäuser, Pflegeheime und Gesundheitsämter machten von diesem Service der LVG Gebrauch. Teilweise wurden zu den Aktionstagen Handzettel (Anlage 5) angefertigt, die im Umfeld der jeweiligen Einrichtungen verteilt wurden. Zwei Roll-up-Displays (Anlage 6) präsentierten zu den öffentlichen Aktivitäten die Herzkampagne und stellten die Kampagnenpartner vor.

Zur Präsentation der Herzkampagne bei Partnern und auf Tagungen und für den Frauenherzvortrag wurden Foliensätze erarbeitet und eingesetzt. Für die Projekte wurden separat Materialien nach Bedarf erarbeitet, so z. B. für das Projekt „Rauchfrei im PARITÄTISCHEN“ monatliche Gesundheitsblätter oder für das Projekt „Herztaxi in Halle“ ein Aufkleber für die Taxis.

Für die Herzkampagne gab es zudem einen eigenen Internetauftritt. Neben Informationen und Risikofaktoren für Herz-Kreislauf-Erkrankungen wurde über die beteiligten Partner und Termine für Veranstaltungen informiert.

2.10. Ergebnisse

Auf Grund der Vielfalt der Aktivitäten ist eine ausführliche Bewertung an dieser Stelle kaum möglich. Deshalb wird nur auf die wichtigsten Ergebnisse der Herzkampagne eingegangen.

Beteiligung

72 Partner aus Bund, Land und Region, aus dem Gesundheits- über das Bildungswesen bis hin zu Unternehmen und Kommunen wurden für eine verbindliche Mitwirkung gewonnen. Ca. 300 Partner aus den Regionen unterstützten die vielfältigen Aktivitäten.

Information und Aufklärung der Bevölkerung zu Herz-Kreislauf-Erkrankungen und deren Präventionsmöglichkeiten

Direkt wurden mit 140 Veranstaltungen rund 15.000 Bürgerinnen und Bürger erreicht. Über die Medien gab es rund 13 Mill. Kontakte, die über Herz-Kreislauf-Erkrankungen und deren Vorsorgemöglichkeiten aufklärten.

Von den Schwerpunktzielgruppen wurden ca. 5.000 Kinder und Jugendliche, rund 210 Arbeitnehmerinnen und Ar-



beitnehmer, 700 Frauen und 5.000 Seniorinnen und Senioren informiert und aufgeklärt.

Wissensvermittlung und -vertiefung

39 Fortbildungsangebote zielten speziell auf die Vermittlung und Vertiefung von Wissen rund um die Herzgesundheit. Aber auch die Aktionstage dienten der Wissensvermittlung. Angebote wie „Das geht auf die Pumpe“ ermöglichten darüber hinaus einen spielerischen und niedrigschwelligen Wissenserwerb.

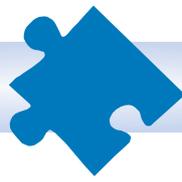
- Ca. 1.200 Kinder im Alter von 6 bis 10 Jahren bekamen Ernährungswissen vermittelt
- Ca. 500 10-14jährige Kinder qualifizierten sich an der Kinderuni
- Ca. 3.540 Berufsschülerinnen und -schüler erwarben Wissen speziell zu Risikofaktoren, Herz-Erkrankungen und Vorsorgemöglichkeiten sowie zum herzgesunden Kochen.
- Ca. 210 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bzw. Arbeitgeber vertieften ihr Wissen davon
 - 41 Taxifahrerinnen und -fahrer
 - 118 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im PARITÄTISCHEN
 - 20 Unternehmerinnen
 - 35 Ärztinnen und Ärzte
- Ca. 700 Frauen erwarben spezielles Wissen über die weibliche Herzgesundheit
- Ca. 5.000 Seniorinnen und Senioren setzten sich mit der Herzgesundheit auseinander

Motivation zur Verhaltensänderung

Verhaltensänderungen sind meist nur langfristig zu erreichen. Mit den vielfältigen Aktivitäten der Herzkampagne wurden alle Zielgruppen angesprochen und zu einer gesunden Lebensweise motiviert. Eine Vorher-Nachher-Messung fand nicht statt. An einzelnen Aspekten sind erste Erfolge nachvollziehbar.

Von vielen Menschen insbesondere bei der Beratungstätigkeit kamen Rückäußerungen, dass sie künftig auf bestimmte Risikofaktoren besonders achten wollen. Vor allem bei adipösen Personen wurde festgestellt, dass etliche bereits versuchen, gesünder zu leben, mit sichtbaren Erfolgen. Messungen fungierten an dieser Stelle als Bestätigung, auf dem richtigen Weg zu sein und bereits etwas erreicht zu haben. Im Gespräch wurde deutlich, dass hilfreiche Angebote, insbesondere der Krankenkassen, gern genutzt werden.

Eine Erkenntnis aus den vielen Beratungen war, dass Menschen, die bereits gesundheitliche Probleme aufweisen, sich offensichtlich eher motivieren lassen, etwas für ihre Gesundheit zu tun. Die Bereitschaft nimmt scheinbar mit steigendem Lebensalter zu. Berufstätige waren dankbar für praktikable Ansätze, die problemlos ins Alltagsleben integriert werden können. Die Inanspruchnahme der Fortbildungsangebote belegt den Willen vieler, sich auseinanderzusetzen und selber Ver-



antwortung für die eigene Gesundheit zu übernehmen.

Aus Anlass der 3000-Schritte-für´s-Herz-Aktion gründeten sich mehrere Mittwochs-Mitgeh-Gruppen. Ein besonders schönes Beispiel ist eine Gruppe von Seniorinnen und Senioren aus Halle (Saale), die sich spontan entschlossen, mit ihren Enkelinnen und Enkeln regelmäßig aktiv zu sein.

Stärkung der Primär- und Sekundärprävention

Die Mehrzahl der durchgeführten Maßnahmen dienten beidem, der Primär- also unspezifischen, sowie der Sekundär-, also vorsorgenden Prävention. Einige Angebote wie z. B. „Herz in Schwung“ zielen teilweise sogar auf die Nachsorge (Tertiärprävention).

Insbesondere bei strukturgebundenen Maßnahmen wie z. B. im Projekt „Rauchfrei im PARITÄTISCHEN“ kann von einer Stärkung des vorsorgenden Handelns ausgegangen werden. Neben einem Gesundheitstag gab es zum Beispiel einen Kurs zur Entspannung. Ein regelmäßiges Massageangebot dient dem Stressabbau und fördert die Eigeninitiative der Beschäftigten. In der Betriebsvereinbarung wurde geregelt, dass das Rauchen in den Einrichtungen grundsätzlich nicht gestattet ist. In Veranstaltungen heißt es nun „Obst statt Keks“ und mit einem ansässigen Pizzaservice wurde ein preiswertes Salatangebot vereinbart.

Speziell die Aktionstage in den Krankenhäusern und Pflegeheimen wurden von vorwiegend älteren Personen besucht, die bereits Vorerkrankungen aufwiesen. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der LVG und viele der Partner wiesen bei ihren Aktivitäten auf Präventionsangebote wie Kurse von Krankenkassen, Angebote von Sportvereinen etc. hin. Bei der 3000-Schritte-für´s-Herz-Aktion in Halle (Saale) gründeten sich spontan mehrere Bewegungsgruppen zum regelmäßigen „Mitgehen“.

Förderung und Erhöhung der Inanspruchnahme von Vorsorgeuntersuchungen

Ein großer Teil der Maßnahmen diente auch der Förderung der Inanspruchnahme von Vorsorgeuntersuchungen. Erfreulich ist, dass die Zahl der in Anspruch genommenen Vorsorgeuntersuchungen gestiegen ist. Es ist davon auszugehen, dass dies nicht nur auf die Aktivitäten der Herzkampagne zurückzuführen ist, sie hat aber sicher einen Beitrag für diese Bilanz geleistet.

Von 2006 zu 2007 konnte die Inanspruchnahme des Gesundheits-Check-up´s bei Frauen und Männern um 1,2 % gesteigert werden. 246.565 Personen nutzten 2007 diese Vorsorgeuntersuchung (Quelle: Kassenärztliche Vereinigung Sachsen-Anhalt, KG 3 - Statistik). Neuere Zahlen lagen zum Zeitpunkt des Erscheinens der Broschüre noch nicht vor.



Erkenntnisgewinn ggf. Verbesserung der Datenlage

Erkenntnisse im Rahmen der Kampagne wurden auf vielen Ebenen gewonnen: zur Durchführung selbst, zur Öffentlichkeitsarbeit, zur Kooperation, zur Datengewinnung etc.

Allgemein ist festzustellen, dass sich viele Partner gern und ohne großen bürokratischen Aufwand an der Kampagne beteiligten, hierbei waren jedoch die individuellen Interessen ebenso zu berücksichtigen, wie die institutionellen Möglichkeiten. Für viele Partner war beim gemeinsamen Engagement ausschlaggebend, dass konzertierte Aktionen in der Öffentlichkeit eher wahrgenommen werden als Einzelaktivitäten.

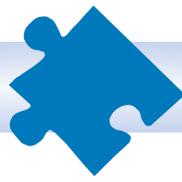
Die Vielfalt der Aktivitäten und Partner und die damit verbundenen Interessenlagen und Möglichkeiten stellten das Projektmanagement teilweise vor große Herausforderungen. Insbesondere die Vielzahl der direkt vor Ort durch die LVG begleiteten Maßnahmen erforderten eine zielstrebige Führung, ein abgestimmtes Vorgehen und eine sehr gute Teamarbeit.

Zentral angebotene Materialien (Einschreibplakate, Handzettel, Konzepte für die Umsetzung eines Aktionstages) wurden als Bereicherung und Entlastung empfunden und gern genutzt.

„Harte“ Daten wurden bei den Aktionstagen in den Berufsbildenden

Schulen gesammelt und dienen zum einen dem Erkenntnisgewinn über die Risikosituation der Zielgruppe, zum anderen der Ableitung weiterführender Maßnahmen. Bisher gab es in Sachsen-Anhalt keine Erfassung solcher Werte für Auszubildende. Die Auswertung der Daten zeigt dringenden Handlungsbedarf. Eine gesonderte Publikation ist in Vorbereitung.

Die AOK Sachsen-Anhalt wertete die Kindermusical-Veranstaltungen „Pappe satt“ mit Hilfe einer Elterbefragung aus. Mit den fünf Veranstaltungen konnten rund 1.200 Schülerinnen und Schüler aus Grundschulen in Sachsen-Anhalt erreicht werden. Die Eltern bewerteten die Idee, ein Musical zur Vermittlung von Wissen zu nutzen, mit der Note „Sehr gut“. Fast alle Kinder berichteten zu Hause von der Aufführung. Rund 3/4 der Kinder reagierten interessiert, begeistert oder erfreut auf das spielerische Angebot, sich mit gesunder Ernährung auseinanderzusetzen..



3. Projektbewertung

3.1 Betrachtung der Zielstellungen und ihrer Operationalisierung

Unsere Erwartungen an die Herzkampagne wurden erfüllt. Vor allem die Bereitschaft vieler Partner an der Kampagne mitzuwirken, hat positiv beeindruckt. Egal ob große Einrichtung oder kleiner Verein, mit den Zielen der Herzkampagne konnten sich die Institutionen gut identifizieren und unterstützten sie gern im Rahmen der eigenen Möglichkeiten.

Auf Grund des Umfangs und der vielen Einzelmaßnahmen der Kampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ konnte die Zieldefinition nur sehr abstrakt erfolgen. Das hatte Folgen für die Operationalisierbarkeit. Da keine externe Gesamtevaluation der Kampagne vorgesehen war, kann die Zielerreichung nur vermittelt über die Maßnahmenrealisierung erfolgen. Zu den Projekten „Rauchfrei im PARITÄTISCHEN“, „Herztaxi in Halle“ und „Kochen mit Herz“ waren eigene Publikationen nötig, um Nachnutzung zu ermöglichen. Sie wurde mit individuellen, operationalisierten Zielstellungen untersetzt.

3.2 Betrachtung des Projektverlaufs

Insgesamt ist festzustellen, dass eine Laufzeit von drei Jahren für eine solche

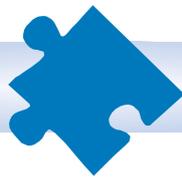
Kampagne zu kurz ist. Die Vorlaufphasen für Planung und Partnergewinnung einzelner Aktivitäten war so umfangreich, dass die Umsetzung teilweise unter hohem Zeitdruck erfolgte und Restarbeiten schon außerhalb der eigentlichen Projektlaufzeit stattfanden. Um nachhaltige Effekte zu erzielen und einen hohen Bekanntheitsgrad aufzubauen ist eine Laufzeit von fünf Jahren notwendig.

Die gestaffelte Planung der Aktivitäten hat sich bewährt. Durch die Einbindung von Projektideen von Partnern ist es gelungen, Ideen und Ansätze, die nicht tragfähig waren oder die sich nicht realisieren ließen, so zu ersetzen, dass die Kampagne den geplanten Umfang behielt.

Schwierig war, dass einige Partner mit der Einbindung von anderen Partnern teilweise nicht einverstanden waren (Konkurrenz, Glaubwürdigkeit). Hier mussten Mittel und Wege gesucht werden, allen Partnern gleichermaßen gerecht zu werden. Dies ist u. a. durch die Aufteilung in Einzelprojekte gelungen.

3.3 Betrachtung der Nachnutzbarkeit

In der Endbetrachtung war die Herzkampagne ein Beispiel für eine relativ unkomplizierte, interdisziplinäre Zusammenarbeit. Fachexperten brachten



sich gern beratend in die Kampagne ein, Krankenhäuser, Pflegeheime, Gesundheitsämter, Krankenkassen, Berufsbildende Schulen, Wirtschaftsunternehmen, Ministerien unterstützten die Herzkampagne nach Kräften, sei es mit Materialien, finanziellen oder materiellen Zuwendungen oder mit Personal und Sachverstand. Das kann Nachnutzern Mut machen.

Einzelne Bestandteile wie die Aktionstage für Berufsschulen können auch im Rahmen anderer Institutionen und Arbeitszusammenhänge umgesetzt werden. Die Konzepte müssen lediglich auf die jeweilige eigene Situation und Datenlage angepasst werden.

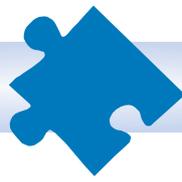
Insbesondere über die Projektberichte zu Einzelaktivitäten soll Nachnutzbarkeit ermöglicht werden.

4. Handlungsempfehlungen

Um eine Kampagne in dem Umfang wie die Herzkampagne durchzuführen, empfiehlt es sich:

- genügend Zeit für die Vorbereitung einzuplanen (Konzepterstellung, Suche nach Förderern, Teilprojektplanung)
- viele Partner mit der gleichen Interessenlage zu suchen und zum Mitmachen zu motivieren. Dabei ist zu berücksichtigen, welchen Nutzen die Partner von einer Beteiligung haben, ob sie den Aufgaben allein

- gewachsen sind oder welche Unterstützung benötigt wird. Zu klären sind ggf. vorhandene Interessenskonflikte zwischen den Partnern?
- den Partnern Spielraum zu lassen, sich mit eigenen Ideen und Projekten einzubringen
- die Partner immer wieder bei den Aktivitäten und bei der Öffentlichkeitsarbeit zu benennen
- Verbindlichkeit bei der Mitwirkung herzustellen (z. B. Letter of Intent)
- einheitliche Vorgaben zur Gestaltung zu machen und den Partnern digital zur Verfügung zu stellen
- genügend personelle Ressourcen für die Koordinierung zur Verfügung zu stellen
- nicht alle Aktivitäten auf einmal zu beginnen sondern mit einfachen Aktionen zu starten und, wenn diese Aktivitäten reibungslos laufen, nach und nach weitere Projekte voranzutreiben
- regelmäßig alle Aktivitäten und geplante neue Initiativen auf den Prüfstand zu stellen (Erreiche ich damit die Zielgruppen? Stehen Aufwand und Nutzen im Verhältnis? Gibt es ähnliche Initiativen, die man nutzen/modifizieren kann?)
- Unterstützer regelmäßig über Fortschritte und Öffentlichkeitsarbeit zu informieren
- fachliche Beratung zu suchen
- rechtliche Vorgaben zu beachten (z. B. Genehmigungen für Befragungen)



5. Literatur

Forschungsverbund DHP (Hrsg.): Die Deutsche Herz-Kreislauf-Präventionsstudie. Bern, Göttingen, Toronto, Seattle, Verlag Hans Huber. 1998

Mensink, GBM.; Hermann-Kunz, E.; Thamm, M.; Der Ernährungssurvey. Gesundheitswesen 60, Sonderheft 2, 1998

Robert-Koch-Institut (HrsG.): Kinder- und Jugend-Gesundheitssurvey (KiGGS) 2003-2006). Berlin 2008

Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Gesundheitsziele und Gesundheitsförderung in Sachsen-Anhalt, Fokusbericht der Gesundheitsberichterstattung des Landes. 2008.

Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Daten zur Gesundheit. 5. Gesundheitsbericht des Landes Sachsen-Anhalt. Zusammenfassung. Gesundheit und Wohlbefinden. Befunde des Bevölkerungssurveys zum subjektiven Gesundheitsbild und dessen Determinanten. Magdeburg 2005.

Robert-Koch-Institut in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Bundesamt (Hrsg.): Körperliche Aktivität, Gesundheit in Deutschland, Gesundheitsberichterstattung des Bundes, Heft 26. RKI, Berlin. Juli 2005.

Robert-Koch-Institut in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Bundesamt (Hrsg.): Gesundheit in Deutschland, Gesundheitsberichterstattung des Bundes. RKI, Berlin. Juli 2006.

Robert-Koch-Institut in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Bundesamt (Hrsg.): Koronare Herzkrankheit und akuter Myokardinfarkt, Gesundheitsberichterstattung des Bundes, Heft 33. RKI, Berlin. August 2006.

Landesvereinigung für Gesundheit (Hrsg.): Rauchfrei im Paritätischen – Modellprojekt der Gesundheitsziele des Landes Sachsen-Anhalt. Magdeburg. 2009.

Landesvereinigung für Gesundheit (Hrsg.): Kochen mit Herz – Ein Projekt mit Rezepten zur herzgesunden Ernährung für Berufsbildende Schulen. Magdeburg. Juli 2009.



Landesvereinigung für Gesundheit (Hrsg.): Herztaxi in Halle – ein Teilprojekt der Kampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“. Magdeburg. November 2009.

Robert-Koch-Institut (Hrsg.): 20 Jahre nach dem Fall der Mauer: Wie hat sich die Gesundheit in Deutschland entwickelt? Beiträge zur Gesundheitsberichterstattung des Bundes. RKI, Berlin. Oktober 2009.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Leben in Deutschland. Haushalte, Familien und Gesundheit - Ergebnisse des Mikrozensus 2005, Wiesbaden 2006

LandesSportBund: Statistik des LandesSportBundes. Bestanderhebung Sachsen-Anhalt. Stand: 01.02.2006

Gesundheitsberichterstattung des Bundes: adhoc-Tabellen Sterbefälle nach ICD 10. www.gbe-bund.de, Stand 08.12.2009

Landesamt für Verbraucherschutz: Sterbefälle nach ICD 10, Krakenhaus behandlungen, Rehabehandlungen. www.verbraucherschutz.sachsen-anhalt.de/gesundheitsberichterstattung. Stand: 08.12.2009

6. Anlagen

- 1 Kooperationspartner
- 2 Letter of Intent
- 3 Beispiele Presseveröffentlichungen
- 4 Ankündigungsplakat
- 5 Handzettel
- 6 Roll-up-Display



Anlage 1 Kooperationspartner

1	ACK Sachsen-Anhalt
2	BARMER Halle
3	BKK – Landesverband Ost
4	IKK gesund plus
5	Berufsbildende Schulen Altmarkkreis Salzwedel
6	Berufsbildende Schulen Ascherleben-Staßfurt
7	Berufsbildende Schulen des Landkreises Bemburg
8	Berufsbildende Schulen des Landkreises Ohrekreis
9	Berufsbildende Schulen des Landkreises Sangerhausen
10	Berufsbildende Schulen des Landkreises Wernigerode
11	Berufsbildende Schulen I „Max Eyth“ Halle (Saale)
12	Berufsbildende Schulen II Landkreises Stendal
13	Berufsbildende Schulen II des Landkreises Merseburg-Querfurt
14	Berufsbildende Schulen II Gutjahr Halle (Saale)
15	Berufsbildende Schulen II Standort Schilfbreite
16	Berufsbildende Schulen III „J. C. v. Dreyhaupt“ Halle (Saale)
17	Berufsbildende Schulen III Dessau „Chapon Schule“
18	Berufsbildende Schulen III Rosslau
19	Berufsbildende Schulen IV „Otto Schlein“ Magdeburg
20	Berufsbildende Schulen Mansfelder Land
21	Berufsbildende Schulen Naumburg
22	Berufsbildende Schulen Quedlinburg
23	Berufsbildende Schulen V für Gesundheit und Sozialpädagogik Halle (Saale)
24	Berufsbildende Schulen Weißenfels
25	Berufsbildende Schulen Zeitz
26	Berufsfachschule „Altenpflege“ und „Sozialassistenten“ Neuvandenburg
27	Berufsschulzentrum „August von Parseval“ Bitterfeld
28	Freie Schule Magdeburg
29	Ganztagssekundarschule Blumenthalstraße
30	IEB (Institut für Erwachsenenbildung) – Fachseminare für Altenpflege
31	Sekundarschule Kemberg
32	Sekundarschule Roßla
33	Ländliches Bildungszentrum Wanzleben e. V.
34	Berufsbildende Schulen II „Hermann Beims“ Magdeburg
35	Ausbildungszentrum für Pflegeberufe Diakoniewerk Halle
36	Euro-Schulen Halle gGmbH
37	Europäisches Bildungswerk für Beruf und Gesellschaft gGmbH Halle
38	IWK Köthen – Institut für Weiterbildung in der Kranken- und Altenpflege GmbH
39	Bildungswerk R. Weiling gGmbH Salzwedel
40	Oskar-Kämmer-Schule Gemeinnützige Bildungsgesellschaft mbH Schönebeck
41	Bildungszentrum für das Hotel- und Gaststättengewerbe Ostharz gGmbH
42	Anhaltisches Berufsschulzentrum „Hugo Junkers“ Dessau
43	Euro-Schulen Dessau gGmbH
44	AMEOS Klinikum St. Salvator Halberstadt GmbH
45	Carl-von-Basedow-Klinikum Merseburg
46	Städtisches Klinikum Magdeburg
47	Gesundheitszentrum Bitterfeld / Wolfen gGmbH
48	Harz-Klinikum Wernigerode-Blankenburg GmbH
49	Klinikum Dorothea Christiane Erleben Quedlinburg gGmbH
50	Kreisklinik Ascherleben-Staßfurt gGmbH
51	Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
52	MEDGREIF Bördekrankenhaus gGmbH Kreiskrankenhaus
53	MEDGREIF Krankenhaus Anhalt-Zerbst gGmbH
54	Asklepios Klinikum Weißenfels
55	Fachkrankenhaus Jerichow
56	Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Klinik für Herz- und Thoraxchirurgie
57	Landkreis Anhalt-Zerbst, Gesundheitsamt
58	Landkreis Ascherleben-Staßfurt, Gesundheitsamt
59	Landkreis Bördekreis, Gesundheitsamt
60	Landkreis Stendal Gesundheitsamt
61	Behinderten- und Rehabilitations Sportverband Sachsen-Anhalt e.V.
62	Berufsverband Niedergelassener Kardiologen, Regionalverband Sachsen-Anhalt
63	Der PARITÄTISCHE Sachsen-Anhalt
64	Landesverband Sachsen-Anhalt für Prävention und Rehabilitation von
65	Pfizer Deutschland GmbH
66	Fleischhacker Medzintechnik GmbH & Co. KG
67	Taxi- und Mietwagen Genossenschaft Halle/Saale eG
68	Kurbetrieb Schierke am Brocken
69	Deutsche Herzstiftung e.V.
70	Gesund älter werden im Harz e.V.
71	Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt
72	Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg



Anlage 2 Letter of Intent

Eine Kampagne im Rahmen der Gesundheitsziele Sachsen-Anhalt

Ein Herz für Sachsen-Anhalt

Letter of Intent

Zwischen den Partnern Landesvereinigung für Gesundheit
Sachsen-Anhalt e.V. (LVG)
Badestr. 2, 39114 Magdeburg

und Institution _____
Adresse _____

wird die Zusammenarbeit im Rahmen der Kampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ vereinbart.

1. Vorbemerkungen

Die LVG ist Initiator der Kampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ und für die Gesamtrege und Planung der Aktivitäten im Rahmen der Gesundheitsziele des Landes Sachsen-Anhalt zuständig.

2. Zusammenarbeit

Mit diesem Letter of Intent erklären sich beide Partner bereit, im Rahmen der Kampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ zusammenzuarbeiten und die Ziele der Kampagne und damit auch die Gesundheitsziele des Landes Sachsen-Anhalt zu unterstützen.

3. Zeitraum

Es ist geplant, die Kampagne über einen Zeitraum von drei Jahren durchzuführen.

Ort, Datum

Ort, Datum

Landesvereinigung für Gesundheit
Sachsen-Anhalt e.V.

Partner: _____



Anlage 3 Beispiele Presseveröffentlichungen

Außerirdische mit Attacke auf Kinder

Kölner Kinder mit einer Fettleibigkeits-Theorie

Von MARIAN KRONSDÜGEL

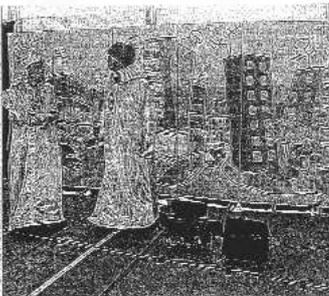
Grüßenhalleschen/MZ. Lange war es ein Geheimnis, wer da genau die Kinder pausend mit ungesunden Freizeitspielen über den Tisch würgte. Doch das wurde gestern Vormittag in der Grüßenhalleschen sportliche Landstraße erregend gelüftet. Drei Schweiß tropfen sind zur großen Überraschung vieler mehr Ronald Mc Donald oder Kevin aus der Südkorriege-Werbung. Die Verantwortung tragen heimlich Außerirdische, die von Planeten gelandet sind, um den Nachwuchs zurechtzubekämpfen.

Wir haben natürlich festgestellt, dass die Kinder dicker werden.

KERSTIN RÖHMEN
LEHLMANN

Diech pamindest die gut 300 jungen (den, die die Rock 'n' Poppe sagt) des Kölner Exzentriker, Social Outwahrer dürfen, sind nun gewarnt. Inbald durchschaut, dass Comedian Röhmen-Mer mit sei auf Spätschiffen nicht ohne im Schilde führen. Auch die Privatgeister, die Freunde Lottu und Tü-

ge sitzt Jan Kerstin und Michaela Prinz, erkannten rechtzeitig die Pläne und haben nun ausblutet. Mirchei, wieder Äpfel, haben die Computer-Spieler zu Grundst. Das Fußballverbot. Die sechs- bis zehn-jährigen Kinder, die aufstehen, sitzen, stehen, sind über den Tisch würgt ihre Gedächtnisse. Warum ist denn eigentlich Fettleibigkeit so dick geworden? Wollte der Röhmen Alex wissen, die ist was unter den Welt übergeleitet. Der Röhmen ein Witzbold aus der hintersten Reihe. Eine auf Stühlen nicht ganz so viele Anstöße. Doch nicht allein deshalb, trotz sie unübliche Pläne mit sich herum. Sie hat schon Spurt mehr geküsst und mit noch gegessen, erzieht schamlos über die ungewissen einseitige Um-mauer, Senal dursch. Nott, die soll den interessierten Kindern mit den Grundschüler. Umfremdbelien, Zerschneidung und Mählen so wie den betriebsfremden Kinder-geheimnis (Kino) nicht passieren. Vielleicht noch hilft es sich über mal etwas über, überlegte der über-jährige Tarek. Und sein Freund Kai, ergrasste: „Denn etwas, das ganz gesund ist.“ Der Röhmen hat sei als Witzkern nicht verheilt. Mehr zur Freude der Pflanzgen. „Es hat die



Kölner Kinder besetzten gestern Vormittag Grundschulkindergarten, Grüßenhalleschen, Zachlornitzweg und Mühlen.

Kinder angesprochen“, so Grüßenhalleschen einflussreiche Grundschulhalterin Kerstin Röhmen. Eine einmalige Aktion sei die Einführung für den nicht, im Süddringhaus wie sie sich wie in einem Kitz der-Region ebenfalls auf handlungsreiche Arbeit an der Grundschul der jeweiligen Schreibe-ge-Besuchstages. Die Aktion zum Thema, zuckersüß-Tage und Ähnliches stehen ganz durch alle Hierarchien mit dem Plan. „Das ist auch notwendig“, betonte Frau Röhmen, denn Würdigen natürlich festgestellt, dass die Aktion elek-

torien. Und dem gelte es nicht zu-letzt noch mit deren Aktionen ein-pagen zu wirken“, formulierte Dietz weiter von der Landesver-einigung für Gesundheit, besonders bei diesem Blick, wird auf die Kinder, zu die auf-gegründete Projektkoordinatorin, die ergrasste: „Dieser Theater ist ein sehr gutes Mittel, um die Kinder zu sensibilisieren und für mehr Bewe-gung zu begeistern.“ Wie auch, zahlreiche andere: „Achtung, die, so viele Kinder vom Päch-ter der Gesundheit des Kreises Wil-tenberg, „sicher notwendig sind“.

„3.000 Schritte extra fürs Herz“ in Halle

HALLE. In Halle können Gesundheitsbewusste am 29. August „3.000 Schritte extra fürs Herz“ in prominenter Begleitung gehen. Auf Einladung der Landesvereinigung für Gesundheit wird nach Information des Landessportbundes Bundesgesundheitsministerin Ulla Schmidt zum Spaziergang durch die Saalestadt kommen. Unterstützung erhält Ulla Schmidt bei ihren 3.000 Schritten von Landesgesundheitsministerin Gerlinde Kuppe sowie Barbara Genschel, Schirmherin der Deutschen Herzstiftung. Die Landeskampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“ zielt wie die

Kampagne „Bewegung und Gesundheit“ des Bundesgesundheitsministeriums mit ihrem Motto „Jeden Tag 3.000 Schritte extra“ auf mehr Bewegung im Alltag. Erste Schritte auf dem eigenen Weg zu mehr (Herz-)Gesundheit können alle Interessierten in Halle am 29. August ab 13 Uhr unternehmen. Auf dem Markt- platz vor dem Rathaus werden zunächst Sportgruppen der Stadt bei einem bunten Programm ihre bewegten Angebote zur gesundheitlichen Prävention vorstellen, bevor es ab 13.30 Uhr auf Gesundheitstour durch die City geht.



bei Fahrten mit Herzkranken ist der Defibrillator vorsorglich mit dabei

Projekt Der plötzliche Herztod ist in Deutschland Todesursache Nummer eins und tritt jährlich bis zu 200.000 Menschen im Ernstfall zählt jede Minute, die das Opfer ohne Hilfe bekommt. Eine tolle Initiative ist deshalb das Modellprojekt „Herzmax in Halle“ als Bestandteil der Kampagne „Ein Herz für Sachsen-Anhalt“. Dieses Projekt macht seit drei Jahren mit verschiedenen Aktionen die Bevölkerung aller Alters-

ERSTHERFER
So kann man's auch sehen
„Unter Intuition versteht man die Fähigkeit gewisser Leute, eine Lage in Sekundenbruchteilen falsch zu beurteilen.“
Friedrich Dürrenmatt, 1911-1990
Schweizer Schriftsteller und Dramatiker. Welcher Erfolg erzieht er mit seiner Komödie „Der Besuch der alten Dame“? „Die Physik“ wurde sein erfolgreichstes Theaterstück.

gruppen auf die Risiken von Herz-Kreislauferkrankungen aufmerksam und weist auf ihre mögliche Prävention durch eine gesunde Lebensweise hin. Schulungen „fürs Herz“ Ein Jahr lang haben die Landesvereinigung für Gesundheit Sachsen-Anhalt e.V. (LVG) mit der Universitätsklinik und der Taxi- und Mietwagen-gesellschaft Halle diese Mit-gliedern die Möglichkeit zu speziellen Schulungen „fürs Herz“ geboten. Nach Ende des Modellprojekts „Herzmax in Halle“ (mit Unterstützung durch die Pfizer Deutschland GmbH, die Barmer Ersatzkasse und die Fleischhacker Metzgerei KG), ist bei der Abschlussveranstaltung, bei der vierzig Taxifahrer aus Halle ihre Erstherfer-Kenntnisse speziell bei Herz-Kreislauferkrankungen auffrischen konnten, der Gesundheitsstiftung offiziell ein Defibrillator übergeben worden. Mit dem tragbaren Defibrillator können Taxifahrer im Falle einer akuten Herzstille von Fahrgästen vor Ort schnell

handeln. Deshalb wird das Gerät bei Patientenfällen mit Herzkranken vorsorglich mitgenommen. Das Gerät ermittelt automatisch, ob bei dem Patienten ein lebensbedrohliches Herzkammerflimmern vorliegt und eine Defibrillation, bei der durch starke Stromstöße die normale Herzaktivität wieder hergestellt werden soll, nötig ist. Die Aktion braucht der Taxifahrer als Erstherfer vor Ort in solchen Fällen nur noch per Knopfdruck am Gerät auslösen. Kenntnisse aufgefrischt Ein positiver Nebeneffekt ist die Auffrischung in Sachsen Erste-Hilfe, denn eine regelmäßige Schulung oder Wiederholung der Kenntnisse erfolgt bekanntlich nicht. Oft entspricht das Wissen nicht mehr dem aktuellen Stand, sodass der Fahrer im Ernstfall nur eingeschränkt helfen kann. Demem Manko ist den vierzig Taxifahrern in Halle mit dem Kurs abgeholfen worden. Die Aktion hat zusätzliche Kenntnisse zur Nutzung von Bestimmungshilfen und zur Herz-Kreislauf-Notthilfe vermittelt und die Teilnehmer erhielten für ihren Verbundbesitz eine Bestimmungsmaske und ein Beatmungsgeschütz in Form eines Schließenschlüssels. BZP-Vorstand Mitglied Dirk Senkald wie im Gespräch mit der LVG daraufhin, dass ihn die Aktion bestärkt habe, dass auch bei der Verlagerung des Personalbestimmungsschlüssels eine Auffrischung sehr großen Sinn machen würde.



Gewerbe

Nachahmenswertes aus Halle: Herztaxi - für Ernstfall vorsorgen

Beim plötzlichen Herztod kommt es auf jede Minute an - durch das Projekt „Herztaxi für Halle“ wurden 40 Taxifahrer im Umgang mit dem Defibrillator geschult.

+++ Person +++



Bürgermeisterpräsident Christian Weber (SPD)

BZP-Vorstand legte in der Bremischen Bürgerschaft Der Präsident der Bremischen Bürgerschaft Christian Weber war ein überaus freundlicher und zugewandter Gastgeber für den Vorstand des Bundesverbandes am 4. Februar. Nicht nur dass er engagiert und fachkundig an ihm vom Landesverband Bremen unter Anleitung des weiterhin sehr rührigen Bremer Taxikollegen Ewald Laupach herbeigeführt vorbereiteten, gewerbepolitischen Gesprächsunden teilnahm und die Gewerbetreiber in seinen Antrittsreden empfing, er führte auch eine sehr informative, intensiv-führende durch die Repräsentations- und Grenzüberwindung des Parlamentes des Bundeslandes durch. Dadurch Neuzug der BZP-Vorstand in einem der schönsten Räume der Bürgerschaft mit Ausblick auf den Bremer Dom taten, 1990 wurde der 43-jährige Vorstand in der Bremische Bürgerschaft gewählt, deren Mitglied er seit dem 10. September 1990 ist. Vor 1995 bis 1999 war er Vorsitzender der SPD-Fraktion und im Juli 1999 übernahm er das Amt des Landtagspräsidenten. In allen Funktionen hat er stets Kontakt zu den Gewerbetreibern und ist insgesamt sehr gewerbetreuerfreundliche Haltung der politischen Gremien des Landes Bremen zur Industrie immer unterstrützt.

TAXI 2/2009 27



Anlage 4 Ankündigungsplakat



Ein Herz für Sachsen-Anhalt
Eine Kampagne im Rahmen der Gesundheitsziele des Landes Sachsen-Anhalt

**MEDIGREIF
Bördekrankenhaus**

**18. Februar 2007
11.00 - 12.30 Uhr**

**MEDIGREIF Bördekrankenhaus
Oschersleben Ortsteil Neindorf
Cafeteria**

Herzlich Willkommen!

Veranstaltung zur Herzgesundheit

11.00 Uhr Begrüßung

11.10 - 12.00 Uhr Medizinischer Vortrag zum Thema:

**Leben mit koronarer Herzkrankheit -
Risikoerschätzung, Diagnose, Therapie**

Referent: Chefarzt Dr. med. Tilman Unger
Klinik für Innere Medizin

Schwerpunkte des Vortrages:

**Angina pectoris/ Herzinfarkt
Plötzlicher Herztod
Chronische Herzinsuffizienz (Herzschwäche)**

12.00 - 12.30 Uhr Diskussion - Beantwortung von Fragen

Schirmfrau der Kampagne Dr. Gerlinde Kuppe, Ministerin für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt

Kooperationspartner: AMEOS Klinikum St. Salvator Halberstadt GmbH; Berufsbildende Schulen (9); Deutsche Herzstiftung e.V.; DPWV, Landesverband Sachsen-Anhalt; Gesundheitsämter Bördekreis, Anhalt-Zerbst, Aschersleben-Staßfurt; Gesundheitszentrum Bitterfeld/ Wolfen gGmbH; Hochschule Anhalt (FH); Kassenärztliche Vereinigung Sachsen-Anhalt; Klinikum Dorothea Christiane Erxleben Quedlinburg gGmbH; Landeshauptstadt Magdeburg, Dezer-nat für Gesundheit und Soziales; MEDIGREIF - Unternehmensgruppe; Ministerium für Gesundheit und Soziales; Universitäten Magdeburg und Halle

Gefördert durch: 



Anlage 5 Handzettel


Eine Kampagne im Rahmen der Gesundheitsziele des Landes Sachsen-Anhalt



**Harz-Klinikum
Wernigerode-Blankenburg GmbH
5. Mai 2007
9.00 - 12.00 Uhr**

Gefördert durch: 


Eine Kampagne im Rahmen der Gesundheitsziele des Landes Sachsen-Anhalt

Herzlich Willkommen!

Aktionstag zur Herzgesundheit

9.00 Uhr - Eröffnung
9.15 Uhr - Vortrag
„Frauenherzen schlagen anders“
Melanie Nitschke

10.15 Uhr - Vortrag
„Herzinfarkt - Risiken, Symptome und Behandlung“
OÄ Dr. med. Wiebke Sauer /
OA Dr. med Burkhard Hoffmann

11.15 Uhr - Vortrag
„Herzinfarktprävention - Gesunde Lebensweise schützt“
Dirk Strobel

Von 9.00 - 12.00 Uhr bieten wir Gesundheits-Checks an:

- EKG
- Herzultraschall
- Blutdruck-/ Blutzuckermessung
- BMI-Bestimmung und Körperfettanalyse
- CO-Messung
- Ernährungsberatung
- Entspannungsübungen
- Erste-Hilfe-Auffrischung
- Beratung durch den Sozialdienst
und vieles mehr ...

Von 14.00 - 18.00 Uhr bieten wir die Aktiv-Meile an:
Bundesweiter Fitnesstag „Frauen“
Ort: Schwimmhalle



Anlage 6 Roll-up-Display



Herzlich Willkommen!
Aktionstag zur Herzgesundheit

**Schirmfrau der Kampagne:
Dr. Gerlinde Kuppe
Ministerin für Gesundheit und Soziales
des Landes Sachsen-Anhalt**

Gefördert durch:



Für eine gesündere Welt™



Regionale Kooperationspartner

- AMEOS Klinikum St. Salvator Halberstadt GmbH
- AOK Sachsen-Anhalt
- AWO Kindertagesstätten Niederodeleben
- Berufsbildende Schulen Altmarkkreis Salzwedel
- Berufsbildende Schulen Ascherleben-Staßfurt
- Berufsbildende Schulen des Landkreises Merseburg-Querfurt
- Berufsbildende Schulen des Landkreises Sangerhausen
- Berufsbildende Schulen des Landkreises Wernigerode
- Berufsbildende Schulen Mansfelder Land
- Berufsbildende Schulen Naumburg
- Berufsbildende Schulen Quedlinburg
- Berufsbildende Schulen Zeitz
- Berufsbildende Schule I „Max Eyth“ Halle (Saale)
- Berufsbildende Schulen II Dessau, Chapou Schule
- Berufsbildende Schulen II Schillbreite Magdeburg
- Berufsbildende Schulen II Stendal
- Berufsbildende Schule III „J. C. v. Dreyhaupt“ Halle (Saale)
- Berufsbildende Schule III Rosslau
- Berufsbildende Schule V Gesundheit u. Sozialpädagogik Halle (Saale)
- Berufsschulzentrum „August von Parseval“ Bitterfeld
- Berufsverband Niedergelassener Kardiologen, RV Sachsen-Anhalt
- BKK-Landesverband Ost
- Der PARITÄTISCHE Sachsen-Anhalt
- Deutsche Herzstiftung e.V.
- Freie Schule Magdeburg
- Gesund älter werden im Harz e.V.
- Gesundheitszentrum Bitterfeld/ Wölfen gGmbH
- Harz-Klinikum Wernigerode-Blankenburg GmbH
- Hochschule Anhalt (FH)
- IKK gesund plus
- Kassenärztliche Vereinigung Sachsen-Anhalt
- Klinikum „Dorothea Christiane Erdleben“ Quedlinburg gGmbH
- Kreislinik Ascherleben-Staßfurt gGmbH
- Kurbetrieb Schierke am Brocken
- LV S-A für Prävention und Rehabilitation von Herz-Kreislauferkrankungen
- Landeshauptstadt Magdeburg, Gesundes Städte Projekt
- Landkreis Börde, Gesundheitsamt
- Landkreis Anhalt-Jerichow, Gesundheitsamt
- Landkreis Salzlandkreis, Gesundheitsamt
- Landkreis Stendal, Gesundheitsamt
- Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Klinik f. Herz-Thorax-Chirurgie
- MEDIGREIF Bördekrankenhaus gGmbH Kreiskrankenhaus
- MEDIGREIF Krankenhaus Anhalt-Zerbst gGmbH
- Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt
- Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Kinder-Universität

und es werden mehr ...

www.ein-herz-fuer-sachsen-anhalt.de

Impressum

Herausgeber: Landesvereinigung für Gesundheit
Sachsen-Anhalt e.V.
Badestr. 2
39114 Magdeburg

Autoren: Susanne Borchert
Martina Kolbe

Redaktion: Martina Kolbe

Layout: Carmen Häusler

Druck: Druckerei Mahnert, Aschersleben

Auflage: 300

Erschienen: Dezember 2009

Die Arbeit der Landesvereinigung für Gesundheit Sachsen-Anhalt e.V. wird unter anderem gefördert durch das Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt.

