



Prävention durch aktive Alltagsmobilität

AOK - Die Gesundheitskasse

**Forschungsforum „Mobilität für Alle“ 2011:
Mobilität und Gesundheit**

Wien, 05. Oktober 2011

- ◆ **Von der Krankenkasse zur Gesundheitskasse**
 - ◆ **Chancen und Potenziale**
 - ◆ **Motivationsprogramme**
 - ◆ **Nachhaltige Förderung: Warum?**
 - ◆ **Sonstiges**
-

AOK – Die Gesundheitskasse.

Ging es beim Altern in den 20er Jahren darum, die Arbeitskraft möglichst lange zu erhalten, so steht heute die Lebensqualität im Fokus.

„Es kann angesichts der heutigen demografischen Situation in den Industrieländern nicht mehr vorrangiges Ziel von Gesundheitsvorsorge sein, das Leben um jeden Preis zu verlängern, d.h. mehr Jahre an das Leben anzufügen, sondern es muss Ziel sein, mehr Leben in die Jahre einzubringen“ (Rost, 1995)

E

in Deutscher lebt durchschnittlich 71,8 Jahre in guter Gesundheit. Seine Lebenserwartung hat sich in den letzten 125 Jahren verdoppelt.

Doch die erfreuliche Entwicklung hat eine Schattenseite. Die typischen Alterskrankheiten wie Demenz, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Gelenkbeschwerden, Diabetes oder Augenleiden nehmen zu.

Antworten auf die demografischen Herausforderungen sind gefragt. Mit Prävention, Fallmanagement oder vernetzter Versorgung hält die AOK Lösungsmodelle bereit, denen sie in ihrer Unternehmenspolitik breiten Raum gibt.

AOK – Früher drei Buchstaben – heute ein Gefühl

- **Markenname “AOK-Die Gesundheitskasse” seit 1988:** Heute kennen 98 % der deutschen Bevölkerung die AOK als „Gesundheitskasse“.



- **1989:** erstmalige Verankerung der Prävention im Sozialgesetzbuch, damit gesetzliche Grundlage für entsprechende Angebote der Krankenkassen.
- **Was Hänschen nicht lernt...:** Je früher man gesundheitsbewusstes Verhalten, gesunde Ernährung und viel Bewegung lernt, umso selbstverständlicher wird das. Deshalb: Präventionsangebote bereits für die Kleinsten. Erwachsenen bieten wir Ernährungs-, Bewegungs- und Streßbewältigungsprogramme sowie Raucherentwöhnung und Unterstützung am Arbeitsplatz an.
- **These:** Vorbeugen ist besser (und billiger) als heilen.
- **Als Marktführer** kommt mehr als jedes zweite Präventionsangebot der gesetzlichen Krankenkassen von der AOK. Zur Masse bieten wir auch entsprechende Qualität, z.B. mit eigenen Fachkräften.



Jüngere und jüngste Geschichte

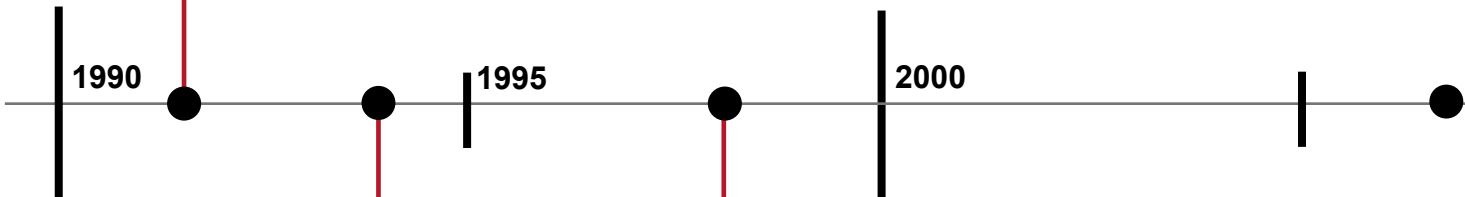


1992

Unter der Verhandlungsführung von Horst Seehofer und Rudolf Dreßler wird das Gesundheitsstrukturgesetz konzipiert. Es eröffnet den **Wettbewerb zwischen den Krankenkassen**.



Sei 1996 können Versicherte ihre Kasse frei wählen. Um Risikoselektion und Benachteiligungen von Kassen mit einer problematischen Versichertenstruktur zu vermeiden, wurde 1994 ein **kassenartenübergreifender Risikostrukturausgleich (RSA)** eingeführt.



1998

Aus mehr als 4.500 Ortskrankenkassen zu Beginn des Jahrhunderts sind kurz vor der Jahrtausendwende **17 AOKs** geworden.

1994



Mit der **Pflegeversicherung** kommt die fünfte Säule in der Sozialversicherung hinzu.

Die AOK heute



**Zwölf AOKs mit 24,1 Millionen Versicherten
(Stand Januar 2011)**

**Marktanteil von 34,3 Prozent
an den gesetzlichen Krankenkassen**

**Rund 1.150 Geschäftsstellen
mit insgesamt 53.531 Beschäftigten**

**Einnahmen 2010: 66,6 Milliarden Euro
Ausgaben 2010: 67,1 Milliarden Euro**

AOK Bayern – Die Gesundheitskasse



- ◆ 39 Direktionen
- ◆ 250 Geschäftsstellen
- ◆ 15 Dienstleistungszentren
- ◆ ein Bildungszentrum
- ◆ ca. 10.000 MitarbeiterInnen
- ◆ ca. 4.200.000 Versicherte
- ◆ Marktanteil ca. 42 %
- ◆ 210.000 betreute Arbeitgeber
- ◆ Jahreshaushalt

ca. 11 Milliarden EURO

- ◆ **Von der Krankenkasse zur Gesundheitskasse**
 - ◆ **Chancen und Potenziale**
 - ◆ **Motivationsprogramme**
 - ◆ **Nachhaltige Förderung: Warum?**
 - ◆ **Sonstiges**
-

AOK – Die Gesundheitskasse.

«Urmutter aller Krankenkassen»

Als feste Konstante im Gesundheitswesen und besonders fürsorglich gilt die AOK.
Markenstrategin Cordula Krüger über das Image der AOK – heute und in Zukunft.



Alle Maßnahmen zur Erhaltung bzw. Verbesserung der Lebensqualität ihrer Versicherten haben aus Sicht der AOK wichtige Ziele:

- Die AOK hat sich auch der gesellschaftlichen Aufgabe verschrieben, mit steigender Lebenserwartung auch die Lebensqualität ihrer Versicherten zu fördern
- Verringerung der Ausgaben zur Wiederherstellung der Gesundheit
- Markt- und Imageziele: Die AOK ist „Die Gesundheitskasse“, die im Wettbewerb um Mitglieder Mehrwerte zum gleichen Preis (Beitrag) bietet

AOK – Die Gesundheitskasse.

Schlagworte aus der WIAD*-Studie „Sport und Gesundheit“:

Sporttreibende

- ◆ haben eine höhere Zufriedenheit
- ◆ beachten ihre Gesundheit stärker
- ◆ haben ein geringeres Risiko, Herz-Kreislauf-Krankheiten zu erleiden
- ◆ berichten über eine geringere Anzahl an gesundheitlichen Beschwerden
- ◆ erreichen geringere Risikowerte
- ◆ zeigen Altersgruppenübergreifend einen günstigeren Gesundheitsstatus
- ◆ haben weniger Krankheitstage bzw. Tage mit gesundheitlicher Beeinträchtigung

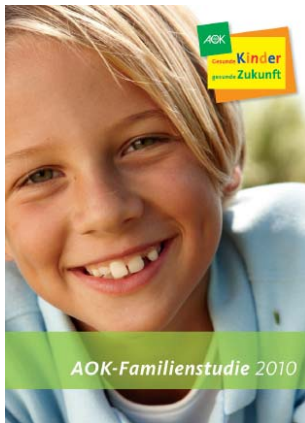
AOK – Die Gesundheitskasse.

Aus diesen Erkenntnissen ergeben sich vielfältige Chancen. Es gilt, möglichst umfassende, attraktive Angebote für alle Bevölkerungsgruppen und Altersschichten aufzubauen.



Viele Betriebe haben erkannt: Engagement für mehr Gesundheit senkt Krankenstände und Fluktuation, steigert die Mitarbeiterzufriedenheit und führt so zu mehr Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit.

Der AOK-Service “Gesunde Unternehmen” unterstützt Betriebe dabei, arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren zu identifizieren und abzubauen.



Angebote in Kindergärten (“TigerKids”) und Schulen helfen bei der Bildung des Gesundheitsbewußtseins.



Zahlreiche Kurs- und Onlineangebote in den Bereichen Ernährung, Bewegung und Entspannung für Erwachsene und Kinder werden kostenfrei mit hoher Qualität angeboten

- ◆ **Von der Krankenkasse zur Gesundheitskasse**
 - ◆ **Chancen und Potenziale**
 - ◆ **Motivationsprogramme**
 - ◆ **Nachhaltige Förderung: Warum?**
 - ◆ **Sonstiges**
-

AOK Bayern – Die Gesundheitskasse

These: „Bewegungsaktive Menschen bleiben gesünder und leben länger“.

Antithese: „Menschen, die länger leben, kosten mehr Geld. Und: Die haben ja mindestens zwei Jahre ihres Lebens durch Jogging oder so verplempert“

Wichtige Erkenntnis:

- Grundprinzip: „Ohne erhobenen Zeigefinger!“
- Um „Gesundheitsmuffel“ zu aktivieren, sind einfache Aktionen ohne Hürden sowie entsprechende Anreize zielführend.

AOK Bayern – Die Gesundheitskasse

TNO Quality of Life
Prevention and Healthcare
Wassenaarseweg 56
P.O. Box 2215
2301 CE Leiden
The Netherlands

Reduced sickness absence in
regular commuter cyclists can
save employers 27 million euros

Employees who cycle regularly to work are less frequently ill, with on average more than one day per year less absenteeism than colleagues who do not cycle to work. If employers in the Netherlands were to encourage employees to cycle to work more, annual savings could reach 27 million euros. These results of the TNO study were presented on 26 January this year by the Dutch Secretary of State for the Ministry of Transport, Public Works and Water Management, Tineke Huizinga, during the FietsVak 2009 event in the Dutch town of Rosmalen.

Main conclusions

- Employees who cycle regularly to work have less sickness-related absenteeism than non-cyclists.
- The higher the frequency and longer the distance cycled, the lower the rate of absenteeism.
- The potential benefit of cycling to work is considerable. It could mean annual savings of around 27 million euros.

AOK Bayern – Die Gesundheitskasse

Unterstützung der These durch motivierende Angebote.

Ein Beispiel: „Mit dem Rad zur Arbeit“

- Studien belegen die ständige Zunahme von Herz-Kreislauf-Erkrankungen.
- Ursache ist meist zu wenig Bewegung – eine typische Zivilisationserscheinung.
- Regelmäßige Bewegung durch stärkere Nutzung des Fahrrads im Alltag steht deshalb im Vordergrund der Mitmachaktion „Mit dem Rad zur Arbeit“.
- Schon 30 Minuten am Tag auf dem Spaßmacher mit zwei Rädern senken das Krankheitsrisiko.
- Auch teilnehmende Firmen profitieren von radelnden Arbeitnehmern. Denn ihr Betrieb gewinnt dadurch leistungsfähige Mitarbeiter.



AOK Bayern – Die Gesundheitskasse

Erklärtes Ziel ist, mehr Bewegung in den Alltag zu bringen. Eine klare Verhaltensänderung der Teilnehmer steht dabei im Vordergrund. Nach einer Studie der Sporthochschule Köln erreichen Alltagsradfahrer einen gesundheitlichen „Rundumschutz“. Deshalb ist das erklärte Ziel von „Mit dem Rad zur Arbeit“, den täglichen Gebrauch des Fahrrades auch nachhaltig am Ende des Aktionszeitraums zu nutzen. Wie schon ein Sprichwort sagt: „Die weiteste Reise beginnt mit dem ersten Schritt“. Dieser wird durch die attraktiven, gesponserten Preise für viele einfacher. Und ist der erste Schritt einmal gemacht, können positive Erfahrungen eine dauerhafte Verhaltensänderung auslösen.



AOK Bayern – Die Gesundheitskasse

Weitere naheliegende aktuelle Aussagen zum Nutzen der Initiative „Mit dem Rad zur Arbeit“:

„Die größten Potenziale des Fahrrads liegen in der Nahmobilität, die wiederum zu einem erheblichen Anteil auf dem Weg zur Arbeit „anfällt“. Die Annahme liegt nahe, dass diese seit einem Jahrzehnt erfolgreiche Aktion zum bundesweit um 10 % angestiegenen Radverkehrsanteil seit 2002*) mit beigetragen hat.“

ehem. Landesvorsitzender des ADFC Bayern, Hans-Dieter Berg

"Wer für den Weg zur Arbeit das Fahrrad nimmt, zeigt vorbildlich Bewusstsein für die eigene Gesundheit und auch für die Umwelt. Radfahren verbraucht keine Energiereserven - außer den eigenen. Zugleich beugt es Übergewicht und damit dem Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Stoffwechselstörungen und Diabetes vor. Gerade in Ballungsräumen könnte fast jede dritte Autofahrt aufs Rad verlagert werden – jeder zweite Weg ist dort kürzer als fünf Kilometer.“

Staatsminister Dr. Markus Söder

AOK Bayern – Die Gesundheitskasse

Weitere naheliegende aktuelle Aussagen zum Nutzen der Initiative „Mit dem Rad zur Arbeit“:

Bayerns Staatssekretärin im Gesundheitsministerium Melanie Huml:

Der Weg zur Arbeit könnte laut Huml gerade in Ballungsräumen viel häufiger mit dem Fahrrad zurückgelegt werden. Denn in Bayern erreichen knapp 70 Prozent der Erwerbstätigen ihren Arbeitsplatz in weniger als einer halben Stunde. Deutlich mehr als die Hälfte steigt morgens ins eigene Auto, um zur Arbeit zu fahren. Nur jeder achte Berufstätige nutzt die öffentlichen Verkehrsmittel, rund zehn Prozent gehen zu Fuß und sieben Prozent benutzen überwiegend das Fahrrad.

„Mit dem Rad zur Arbeit“ ist auch praktizierter Umweltschutz. Vergangenes Jahr haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Aktion rund 24 Millionen Kilometer zurückgelegt. Damit haben sie der Umwelt 3.400 Tonnen CO₂, 12.500 Kilogramm Stickoxide und 1.250 Kilogramm Feinstaubpartikel – das Gewicht eines Mittelklassewagens – erspart. Für diese hervorragende Leistung herzlichen Glückwunsch!

Die Initiative ist in Bayern eine Gemeinschaftsaktion von



+



und wird unterstützt von weiteren Partnern:



Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Gesundheit



Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.

vbw

Die Ziele von „Mit dem Rad zur Arbeit“ sind nachvollziehbar:



- Prävention von Zivilisationskrankheiten
- Initiative zur Verhaltensänderung für mehr Bewegung im Alltag
- weniger Lohnnebenkosten
- geringerer Krankenstand
- Erweiterung und Ausbau des Fahrradnetzes
- Umweltaspekte
- Imagearbeit

Inhalte

- ◆ Firmen motivieren Mitarbeiter, in Vierer-Teams mitzumachen
- ◆ Mindestens an 20 Arbeitstagen im gesamten Aktionszeitraum von Juni bis August soll „Mit dem Rad zur Arbeit“ gefahren werden
- ◆ Einbindung der „Pendler“
- ◆ freiwillige Teamwertung
- ◆ Verlosung von (gesponserten) Preisen unter allen Teilnehmern



Historie: Wie alles begann

- ➡ **2001:** erfolgreicher Test im Raum Günzburg/Dillingen/Neu-Ulm (Bayern)
- ➡ **2002:** erstmals landesweite Umsetzung in Bayern
- ➡ **2003:** landesweite Umsetzung in Bayern (über 30.000 Teilnehmer) und erfolgreicher Test in Hamburg (fast 4.000 Teilnehmer)
- ➡ **2004:** Umsetzung in 7 Bundesländern mit 59.000 Teilnehmer aus über 7.000 Betrieben
- ➡ **2005:** 16 Landes-AOK's beteiligen sich mit über 100.000 Teilnehmern aus 11.000 Betrieben
- ➡ **2006:** Alle Landes-AOK's beteiligten sich an der Aktion (125.000 Teilnehmer aus über 14.000 Betrieben)
- ➡ **2007 - heute:** Jährlich bundesweit steigende Zahlen. 2010 allein in Bayern ca. 60.000 aktive Teilnehmer!

- ◆ **Von der Krankenkasse zur Gesundheitskasse**
 - ◆ **Chancen und Potenziale**
 - ◆ **Motivationsprogramme**
 - ◆ **Nachhaltige Förderung: Warum?**
 - ◆ **Sonstiges**
-

Die Effekte der Initiative ließen nicht lange auf sich warten:

2005/2006:

Ergänzung des **verhaltens**präventiven Ansatzes um den Aspekt der **Verhältnis**prävention bei der Initiative des Bayerischen Innenministeriums „**Die fahrradfreundliche Kommune**“:

Die Bewohner Bayerns konnten ihre Heimatgemeinde auf Fahrradfreundlichkeit bewerten (Radwege, Verkehrssicherheit, Abstellanlagen...). Die Ergebnisse der Kommunen wurden in sieben Einwohnerzahlgruppen aufgeteilt.

Ziel war, den Kommunen aus Sicht der Bürger Handlungsbedarf für den Radverkehr aufzuzeigen.

Die Effekte der Initiative ließen nicht lange auf sich warten:

Aktuelle CO₂-Diskussion:

Hohes Interesse aller Beteiligten, insbesondere des Bayerischen Umwelt- und Gesundheitsministeriums, die Bürger verstärkt zur alltäglichen Nutzung des Rades zu motivieren.

Medial: z.B. CO₂-Rechner im Internet für Teilnehmer.

Homepage: www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de

Unser (Zwischen-)Fazit zu diesem Beispiel

- ◆ Die umfassende Sensibilisierung (Politik, Arbeitgeber, Arbeitnehmer, Bevölkerung) ist mit nachvollziehbaren Argumenten gelungen
- ◆ Erfreuliche Medienberichte motivieren zusätzlich zur Teilnahme
- ◆ Relativ kostenneutrale Finanzierung durch Gewinnung von Sponsoren möglich
- ◆ Immer mehr Teilnehmer nutzen auch außerhalb der Aktion das Rad und bewegen sich mehr als vorher

- ◆ **Von der Krankenkasse zur Gesundheitskasse**
 - ◆ **Chancen und Potenziale**
 - ◆ **Motivationsprogramme**
 - ◆ **Nachhaltige Förderung: Warum?**
 - ◆ **Sonstiges**
-

Auch in sieben europäischen Ländern wurde der Ansatz platziert:

2005-2008:



EU-Projekt ViaNova (Alpine Space): Zur Weitergabe des Grundgedankens der Aktion wurde im Rahmen des Projektes ein Planungs- und Umsetzungshandbuch mit allen wesentlichen Details entwickelt.

Mehrere europäische Länder führen bereits ähnlich organisierte Initiativen durch.

Informationen unter:

www.alpine-space.org - Project Result Files

Konzept, Meilensteine der Umsetzung finden Sie hier:



Ich bin gerne Ihr Ansprechpartner:

Reinhard Harnoß

AOK Bayern – Die Gesundheitskasse

Zentrum Marketing und Vertrieb

Frauentorgraben 49

D-90330 Nürnberg

Tel: +49 911 218-293

Email: Reinhard.Harnoss@by.aok.de

Büro: Stromerstraße 5, 90443 Nürnberg