



Menschen in schwieriger sozialer Lage

Prävention anders denken!

Dr. Silke Pawils 04. Juli 2018

Bekanntes...

Prävention ist notwendig!

Zigaretten

Alkohol

Drogen

Übergewicht

Gewalt

Pflegefehler

Sturz



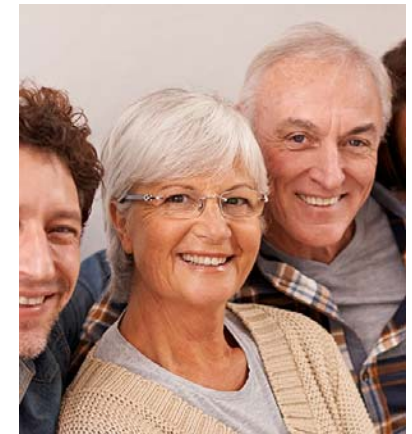
Zielgruppen sind identifiziert!

Kinder (0-14) : pränatal, perinatal, postnatal

Jugendliche (14-21)

Erwachsene (21-70): Berufstätige, Erwerbslose, Pflegende Angehörige

Alte Menschen (70 -o)

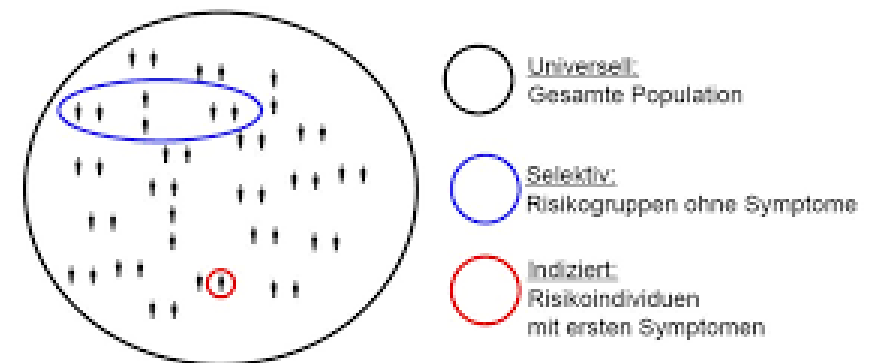


Erfolgreiche Präventionsmaßnahmen

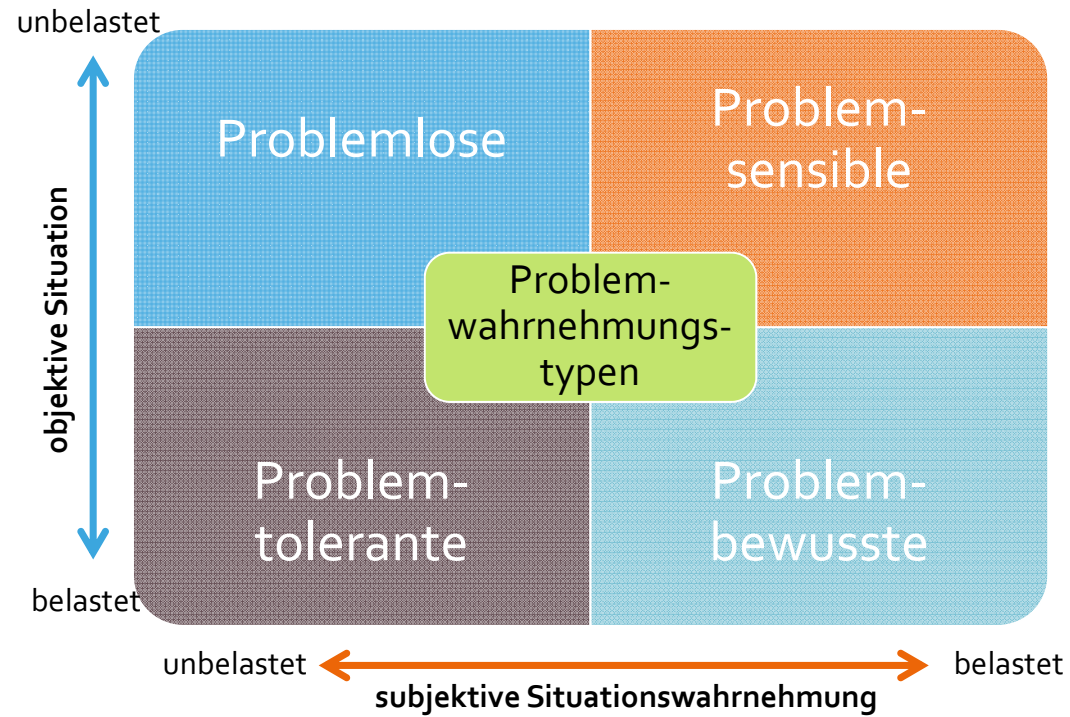
- Verhaltens- und Verhältnisprävention
- Selektive und Indizierte Angebote für spezifische Risikogruppen statt universelle Angebote
- Systematische Ansätze ohne Stigmatisierung



Universelle, selektive und indizierte Prävention

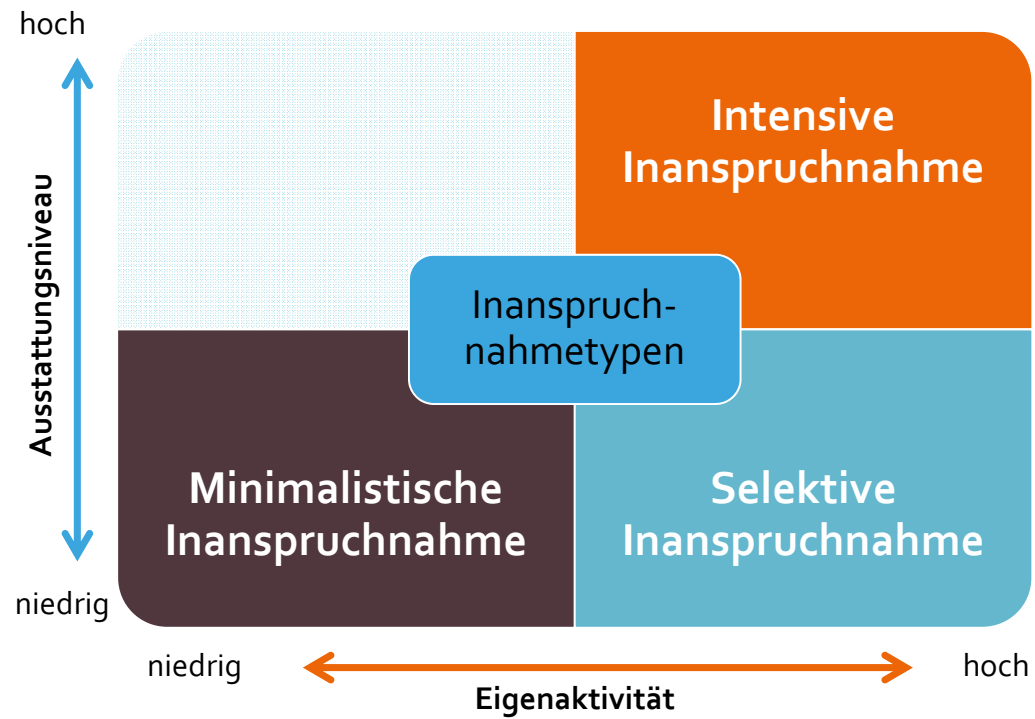


Typologie der Problemwahrnehmung



Quelle: Bertelsmann Stiftung und ZEFIR 2016, S.22

Typologie der Inanspruchnahme



Quelle: Bertelsmann Stiftung und ZEFIR 2016, S.22

Offene Fragen...

Wie das
Präventions-
dilemma
überwinden?

Gute Maßnahmen
werden von „den
Falschen“ genutzt

Inanspruchnahme
durch die „echte“
Zielgruppe gering

Was bedeutet „in schwieriger sozialer Lage?“

- sozial benachteiligt
- vulnerabel
- sozial beeinträchtigt
- bildungsfern
- psychosozial belastet
- sozial schwach
- teilhabeeingeschränkt
- „arm“
- „Unterschicht“



Soziale Ungleichheit bezeichnet die ungleiche Verteilung materieller und immaterieller Ressourcen in einer Gesellschaft und die sich daraus ergebenden unterschiedlichen Möglichkeiten zur Teilhabe an diesen. (A. Mielck, 1993)

Was bedeutet „in schwieriger sozialer Lage?“



**Soziale
Prävention
anbieten**

- „Unterschicht“



**Zielgruppe
einbeziehen**



Soziale Ungleichheit bezeichnet die ungleiche Verteilung materieller und immaterieller Ressourcen in einer Gesellschaft und die sich daraus ergebenden unterschiedlichen Möglichkeiten zur Teilhabe an diesen. (A. Mielck, 1993)

Noch keine Lösungen
in Sicht...

Nebenwirkungen messen

Wirksame Prävention kann auch unerwünschte Nebenwirkungen erzeugen

Evaluationen müssen Nebenwirkungen als Wirkfaktoren prüfen und messen

Beispiel: Adipositasprävention in Kita und Schule führt zu Stigmatisierung übergewichtiger Schüler

ZENTRALE
PRÜFSTELLE
PRÄVENTION



Nachhaltigkeit bleibt ein Problem!

1

Langfristige
Projektumsetzung und
Weiterentwicklung

scheitert oft an der
Finanzierung!

2

Eingang in die
Regelversorgung

scheitert oft an
mangelnder Evaluation!

3

Begleitende Evaluation
als zusätzlicher
Kostenfaktor

scheitert oft an der
Finanzierung!

Lösungsansätze

Förderschwerpunkt Prävention des BMBF (2003-2012)

Öffentliche Förderung von
evaluierten Angeboten und
überprüften Evaluationsmethoden

60 Projekte bei Bewilligung

58 Projekte bei Ende

?? Projekte langfristige Umsetzung

Gesamtkosten: 23 Mio. €



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Innovationsfond des G-BA

Gemeinsame Bundesausschuss (G-BA) ist das oberste Beschlussgremium der gemeinsamen Selbstverwaltung der Ärzte, Zahnärzte, Psychotherapeuten, Krankenhäuser und Krankenkassen in Deutschland.

- Krankenkassen, Hochschule, Projektpraxispartner arbeiten von Beginn an zusammen
- 81 Projekte zur Verbesserung der Versorgung in Deutschland
- Neue Versorgungsmodelle werden erprobt und begleitend evaluiert –
- nachhaltige Umsetzung in der Regelversorgung ist noch unklar...



Initiativen einzelner Verbände/Krankenkassen

Krankenkassen und Praxispartner entwickeln und erproben Maßnahmen für spezifische Problem- und Zielgruppenbereiche

Zielgruppen sind häufig „marketingrelevant“

Evaluation spielt geringe Rolle



“Projektitis” versus Praxistransfer

Gute Maßnahmen/Angebote benötigen
Fundraiser/Promoter und öffentliche
Förderung/Aufmerksamkeit UND GEPLANTE
ÜBERGÄNGE IN DIE LEBENSWELTEN



Pathway to Prevention

Inanspruchnahme bewerten

Evaluationen müssen das
Inanspruchnahmeverhalten der
Zielgruppe messen

Verschiedene Zugangswege zur
Zielgruppe sollten parallel erprobt
werden: digital, face-to-face

Messfaktoren können sein:
Aufwand für Teilnehmerrekrutierung,
Nutzungsverhalten bei digitalen
Angeboten, Nicht-Teilnehmeranalysen

Stichwort „Pathway to Prevention“



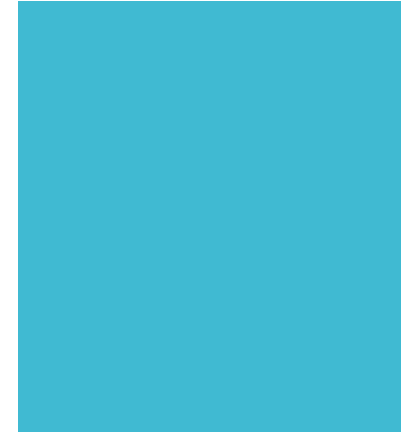
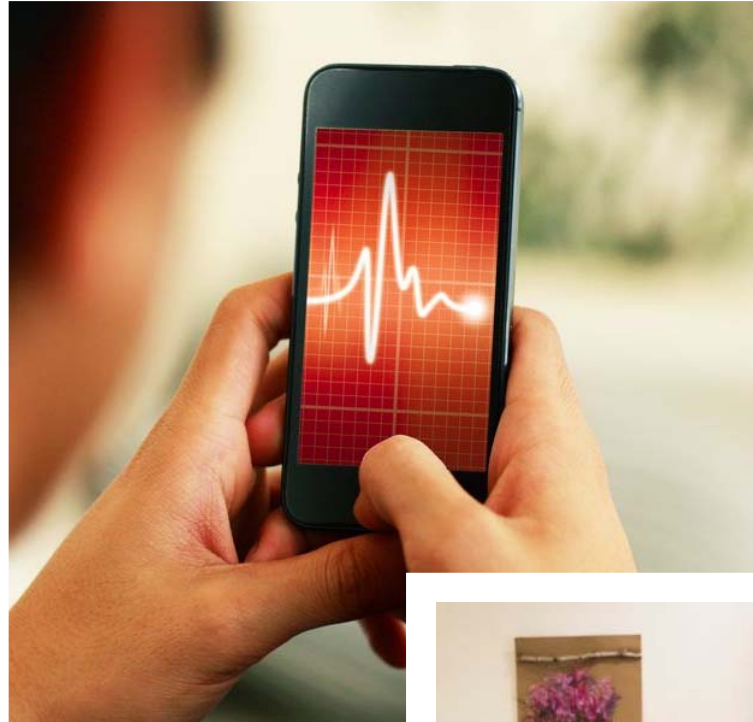
Digitale Prävention

Nutzung digitaler Medien; Zielgruppen sind häufig mit Smartphone, Fitnesstrackern oder Spielkonsolen vertraut

Angebote lassen sich darüber bewerben und im Anschluss bewerten

Präventionswissen kann über kurze Clips (max. 2 min.) vermittelt, verbreitet und evaluiert werden

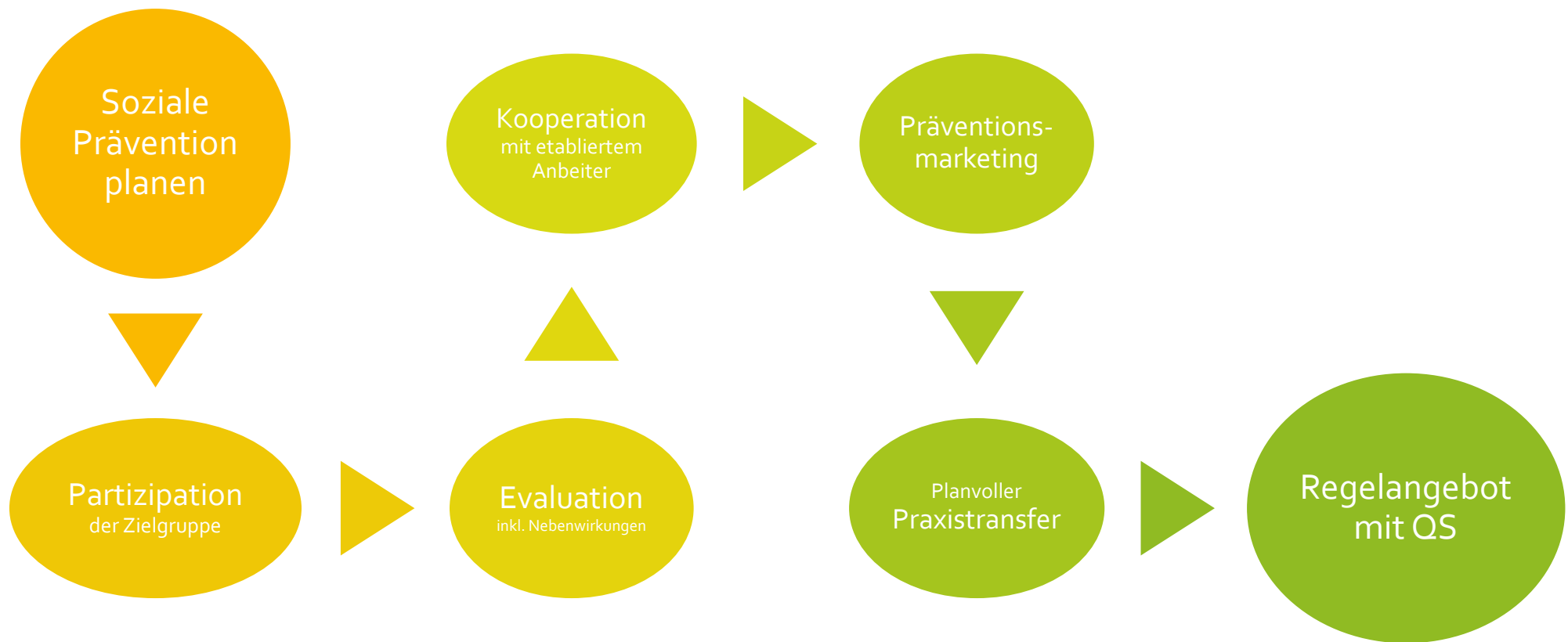
Anpassungen im Angebot sind zeitnah und effektiv umsetzbar



„Private- Partnership“

- Zusammenschluss mit etablierten Kooperationspartnern
- Gemeinsame Nutzung der Infrastruktur
- Gemeinsame Nutzung der sozialen Netzwerke
- Synergien bei Fachkräften
- Gewinn durch zweiten „guten“ Namen
- Zukunft: Privat-Partnership?

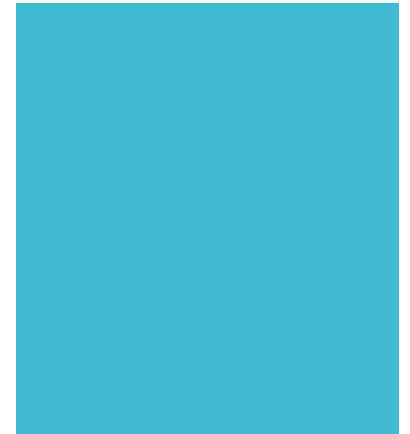




Pathway to Prevention

Prävention muss Spaß machen und wirken!

Prof. Saan, WHO



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit...

Dr. Silke Pawils
Universitätsklinik Hamburg – Eppendorf,
Institut für Medizinische Psychologie



📞 040-74105-3995

💻 s.pawils@uke.de