

Evaluation der Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen

Gutachten für die Kreisentwicklungsgesellschaft Garmisch-Partenkirchen mbH

Univ.-Prof. Dr. Günter Neubauer
Peer Voss, M.P.H.



INSTITUT FÜR GESUNDHEITSÖKONOMIK
München
Direktor: Univ.-Prof. Dr. Günter Neubauer

7. September 2015

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation	4
2. Zielsetzung	4
3. Vorgehensweise	5
4. Evaluation des Erreichungsgrades der Hauptziele	7
4.1 Einführung der Marke „Gesundheitsregion“ und Entwicklung eines Marketingkonzeptes	7
4.1.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten	7
4.1.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin	9
4.1.2.1 Effektivität	9
4.1.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme	9
4.1.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin	10
4.2 Umsetzung des Kommunikationskonzeptes	11
4.2.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten	11
4.2.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin	12
4.2.2.1 Effektivität	12
4.2.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme	13
4.2.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin	14
4.3 Entwicklung zielgruppenspezifischer Gesundheitsprogramme	15
4.3.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten	16
4.3.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin	18
4.3.2.1 Effektivität	18
4.3.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme	19
4.3.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin	20
4.4 Einführung eines Tages der Gesundheitsregion	22
4.4.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten	22
4.4.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin	23

4.4.2.1 Effektivität _____	23
4.4.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme _____	24
4.4.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin _____	24
4.5 Vermarktung und Weiterentwicklung der Gesundheitsplattform _____	25
4.5.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten _____	25
4.5.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin _____	26
4.5.2.1 Effektivität _____	26
4.5.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme _____	26
4.5.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin _____	27
5. Zusammenfassung der Ergebnisse und Empfehlungen _____	28
Die wichtigsten Ergebnisse _____	28
Empfehlungen für die Weiterentwicklung _____	30
Anhang _____	31

1. Ausgangssituation

Die Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen hat sich zum Ziel gesetzt, durch einen strukturierten Aktionsplan den dynamischen Entwicklungsprozess der Gesundheitswirtschaft in der Region stetig zu verbessern. Hierzu konnte ein gemeinsames Ziel vereinbart werden bzw. ein gemeinsames Leitthema geschaffen werden nämlich

„mobil bleiben, mobil werden und mobil sein/Mobilität genießen“.

Geplante Projekte und sämtliche Einzelinteressen lassen sich dadurch auf **eine** inhaltliche Basis fokussieren. Es trat das Problem auf, dass die Hauptakteure innerhalb der vorherrschenden organisatorischen Strukturen die neuen Herausforderungen und Aufgaben mit dem zur Verfügung stehenden Personalressourcen nicht mehr leisten konnten. Deswegen wurde im April 2013 der Antrag auf eine Finanzierungshilfe seitens des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Gesundheit gestellt. Dieser beinhaltete konkret die Bezuschussung zur Schaffung und Anschub-Finanzierung einer Personalstelle für die Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen in Form eines Projektmanagers. Diesem Antrag wurde im August 2013 stattgegeben unter der Bedingung, dass quartalsweise ein ein- bis zweiseitiger Zwischenbericht über den aktuellen Projektfortschritt verfasst wird.

Diese Zwischenberichte müssen Aufschluss über

1. den Fortschritt der Weiterentwicklung der Gesundheitsregion und
2. den Beitrag des Gesundheits-/Projektmanagers zur Umsetzung der Projekte,
3. die langfristige Bewährung der Institution Gesundheits-/Projektmanager

geben.

2. Zielsetzung

Die Zielsetzung besteht darin, das Strategie-Konzept für die Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen umzusetzen. Das Strategie-Konzept umfasst dabei im Wesentlichen

- die Einführung der „Marke: Gesundheitsregion“,
- die Umsetzung des Kommunikationskonzeptes,

- die zielgruppenspezifischen Gesundheitsprogramme,
- den Tag der Gesundheitsregion sowie
- die Vermarktung und Weiterentwicklung der Gesundheitsplattform.

Bis Ende 2014 (30.04.2015) sollen

- die Plattform etabliert und akzeptiert sein (wurde bis 31.07.2015 verlängert)
- die Leistungsangebote umfassend abgebildet sein
- neue Produkte eingeführt sein und als regelmäßiges Angebot bestehen und
- ein stabiles und arbeitsfähiges Netzwerk in der Region die inhaltliche und strategische Entwicklung weiterführen.

Die Umsetzung des Strategiekonzeptes unter Berücksichtigung des entsprechenden Beitrages durch den Gesundheits-/Projektmanagers soll Gegenstand einer Evaluation sein.

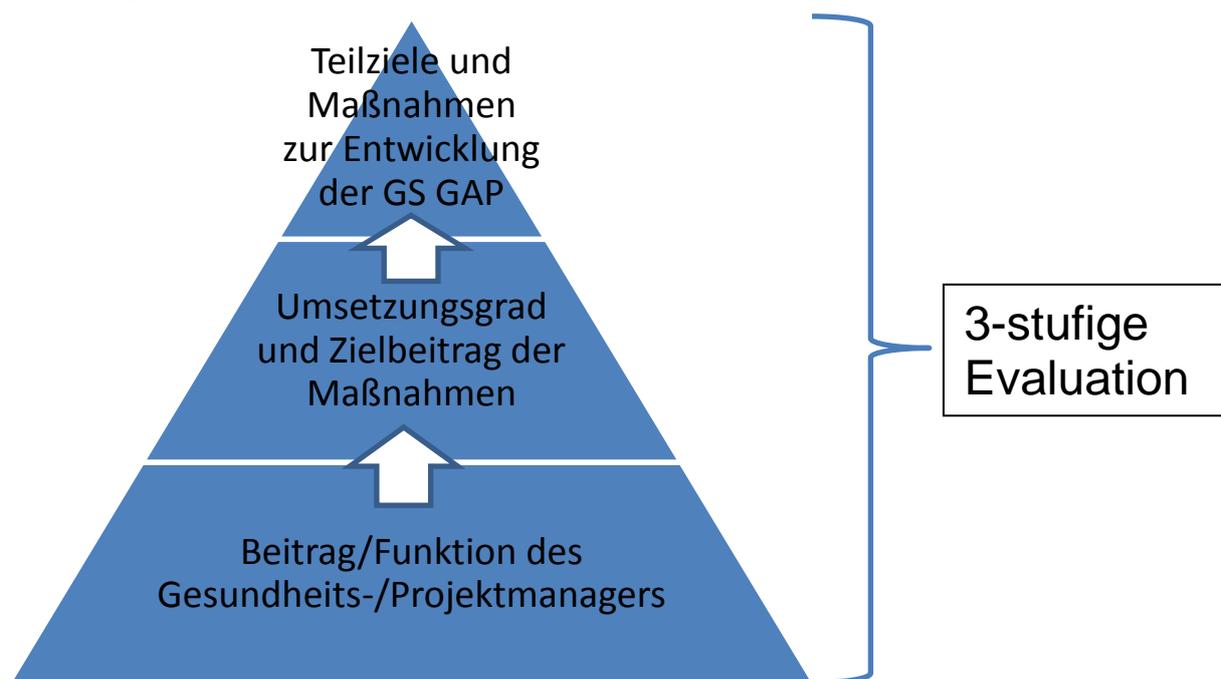
3. Vorgehensweise

Unter Zugrundelegung des Förderantrags vom 11.04.2013 werden zunächst der Status-Quo sowie die geplanten Maßnahmen zur Umsetzung der festgelegten Strategie zur Weiterentwicklung der Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen bewertet.

Anschließend werden die vom Gesundheits-/Projektmanager verfassten **Quartalsberichte vom IV. Quartal 2013 bis I. Quartal 2015** bzgl. Zielsetzung und Zielerreichung der gefassten Maßnahmen geprüft und hinsichtlich Effektivität, Effizienz (Wirtschaftlichkeit) sowie Akzeptanz/Teilnahme durch die angesprochenen Zielgruppen der Leistungserbringer und -empfänger evaluiert.

Schließlich wird in einem dritten Schritt die Bedeutung, Funktion und Notwendigkeit des Gesundheits-/Projektmanagers in Bezug auf Zielerreichung, Umsetzungsgrad und in der termingerechten Organisation der verschiedenen Maßnahmen gemessen. Anhand der begonnenen Projekte, die eine Fortführung verlangen, ist zu prüfen, ob und inwieweit ein Gesundheits-/Projektmanager auch weiterhin benötigt wird.

Abbildung 1: Konzept der Evaluation



Quelle: Institut für Gesundheitsökonomik 2015

Die im Rahmen der Evaluation ermittelten Ergebnisse werden systematisch dargestellt, interpretiert und erläutert, so dass die erstellten Unterlagen den relevanten Entscheidungsträgern zur Verfügung gestellt werden können.

Es ist vorgesehen, die evaluierten Maßnahmen und Ziele sowie den Beitrag bzw. die Funktion des Gesundheits-/Projektmanagers mit einer semi-kardinalen Punkteskala zu bewerten, um damit eine Nutzwertanalyse mit einer zusammenfassenden Gesamtbewertung zu erstellen.

Die Punkteskala reicht von „1“ bis „5“, wobei „1“ eine Zielverfehlung darstellt und eine „5“ das Erreichen der vollen Punktzahl.

Der insgesamt Zielerreichungsgrad als Summe aller Teilbewertungen im Verhältnis zur insgesamt möglichen Punktzahl wird in Prozent ausgedrückt. Insgesamt sind 75 Punkte zu erreichen. Dabei ergeben 60 bis 75 Punkte ein sehr gutes Ergebnis (80% bis 100%), 45 bis 60 Pkt. ein gutes (60% bis 80%), 30 bis 45 Pkt. ein ausreichendes (40% bis 60%) und weniger als 30 Pkt. ein mangelhaftes (<30%) Ergebnis.

4. Evaluation des Erreichungsgrades der Hauptziele

4.1 Einführung der Marke „Gesundheitsregion“ und Entwicklung eines Marketingkonzeptes

Ziel der Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen ist es, Tourismus und Gesundheit auf einzigartige Art und Weise zu verbinden. Zu diesem Zweck soll neben den Themen der landschaftlichen Vielfalt und des Naturerlebnisses, sowie der medizinischen Versorgung insbesondere die Mobilität als echtes Alleinstellungsmerkmal der Region verankert werden. Durch die Entwicklung und Umsetzung eines innovativen Gesundheitsangebots im Landkreis soll so nicht nur der Tourismus, sondern auch die Gesundheit, Leistungsfähigkeit und die Produktivität der ansässigen Unternehmen und ihrer Mitarbeiter (und somit letztlich auch die Gesundheit des individuellen Bürgers) nachhaltig gefördert werden.

Vor diesem Hintergrund wurde zum einen eine Marke „Gesundheitsregion“ und ein generelles Marketingkonzept von der Kreisentwicklungsgesellschaft Garmisch-Partenkirchen mbH (KEG)¹ entwickelt.

4.1.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten

Im **vierten Quartal 2013** wurden die **Markenbildung und ein Marketingkonzept** weiter entwickelt. Ein Auftrag an die Marketingagentur im September 2013 „Weimer und Paulus“ wurde erteilt. Erste Vorarbeiten und Entwürfe wurden vorgelegt. Es wurden weiterhin Überlegungen angestellt, eine gemeinsame Dachmarke zu entwickeln.

Im **ersten Quartal 2014** wurden die Überlegungen für eine gemeinsame Dachmarke fortgesetzt. Alle vier Talschaften kreierten ein gemeinsames Logo für die Dachmarke der Zugspitzregion. Zwei Agenturen sind in die engere Auswahl einbezogen worden.

¹ <http://www.kreisentwicklungsgesellschaft.de/de/gesundheitsregion.html>; letzter Zugriff am 31.08.2015.

Das Ergebnis dieser Anstrengungen ist das Logo für die „Zugspitz Region“ (Abb. 2 und im Internet unter: <http://www.zugspitz-region.de/>). Das Logo der Gesundheitsregion (Abb. 3 und im Internet unter <http://gesundheitsregion-zugspitz.de/>) wurde nach Rücksprache mit dem LGL als Wortmarke eingeführt. Nach positiven Bescheid zur Bewerbung als Gesundheitsregion *plus* wird das Logo entsprechend der Dachmarke angepasst.

Abbildung 2: Logos der Zugspitzregion



Abbildung 3: Logo der Gesundheitsregion LK GAP



Im **ersten Quartal 2015** hat die Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen einen Antrag für die Bewerbung als Gesundheitsregion^{plus} versendet. Auf diese Weise soll gezielt auf die beiden Handlungsfelder der medizinischen

Versorgung/Gesundheitsversorgung und der Prävention eingegangen werden. Die Bewerbung war erfolgreich, so dass seit dem 1. Mai 2015 die Gesundheitsregion^{plus} Landkreis GAP eine der ersten in Oberbayern Gesundheitsregionen^{plus} ist.

4.1.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin

4.1.2.1 Effektivität

Die Entwicklung einer Marke und/oder eines Logos für eine Gesellschaft wie der KEG ist heutzutage sogar obligatorisch, um einen visuellen Wiedererkennungswert bei den angesprochenen Kunden, Mitarbeitern und Investoren schaffen zu können und sich von Mitbewerbern besser abgrenzen zu können.

Die Bewerbung beim Staatsministerium für Gesundheit in Bayern für die Gesundheitsregion^{plus} war ebenfalls sinnvoll und trägt dazu bei, die Region GAP weiter bekannt zu machen und ihr darüber hinaus ein qualitatives Gütesiegel hinsichtlich der Gesundheitsversorgung zu verleihen. Die Ernennung zur Gesundheitsregion^{plus} erfolgte am 01. Mai 2015.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4,5

4.1.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme

Die Entwicklung der Marke für die Gesundheitsregion bzw. die Zugspitz Region konnte noch nicht abgeschlossen werden. Hintergrund ist, dass dies ein Gesamtprojekt der KEG ist und die Gesundheitsregion selbst wenig Einfluss darauf hat. Dennoch lässt der momentan erkennbare Zeitraum auf eine schleppende Verwirklichung des Vorhabens schließen. Beim Fehlen einer Marke bzw. einer Logos ist eine Kommunikation von Angeboten oder Informationen an Kunden, Geschäftspartner und Investoren dahingehend beeinträchtigt, da kaum ein Wiedererkennungseffekt geschaffen werden kann. Gesundheitsregionen gibt es mittlerweile immer mehr, ebenso wie Gesundheitsregionen^{plus}. Zwar werden die Bewohner des LK GAP eher wissen, was mit dieser Gesundheitsregion gemeint ist,

jedoch ist dies für Touristen kaum möglich, da ihnen eine leichte Differenzierung nicht möglich gemacht wird und somit aus dem Fokus des Interesses herausfällt. Da die Verantwortung diesbezüglich bei der KEG liegt, kann dieser Punkt nicht zum Gegenstand der Evaluation herangezogen werden.

Der Antrag bzw. die Bewerbung für die Gesundheitsregion^{plus} wurde erst im ersten Quartal 2015 gestellt. Das erfreuliche Ergebnis jedoch ist, dass die Gesundheitsregion GAP seit dem 1. Mai 2015 das *plus* führen darf.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4,5

4.1.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin

Die Umsetzung des Vorhabens zur Entwicklung einer Marke bzw. Logos wurde an dieser Stelle insbesondere von der Gesundheitsmanagerin vorangetrieben. Auch bei so einem Projekt ist es wichtig, dass man einen klaren Ansprechpartner hat, der die Organisation überblickt und an den notwendigen Punkten einhaken kann und Defizite in der Zeitplanung oder Umsetzung erkennt und beseitigt. Im Falle der Markenentwicklung konnte die Arbeit der Gesundheitsmanagerin nicht zielorientierter erfolgen, da nach aktuellem Wissensstand laut der vorgelegten Quartalsberichte die Entwicklung der Marke im Wesentlichen im Verantwortungsbereich der KEG war.

Auch die Bewerbung für die Gesundheitsregion^{plus} ist wieder maßgeblich im Verantwortungsbereich der Gesundheitsmanagerin. Es ist positiv zu bewerten, dass recht zügig der Bescheid für die Bewilligung des Antrages für die Gesundheitsregion^{plus} einging und seit dem 1. Mai 2015 das „*plus*“ geführt werden kann. Aufgrund des vorherigen Förderbescheides konnte die Bewerbung nicht früher erfolgen, da es andernfalls förderschädlich gewesen wäre. Dieser Punkt betrifft in dieser Hinsicht nicht die Arbeit der Gesundheitsmanagerin.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4,5

4.2 Umsetzung des Kommunikationskonzeptes

Das Kommunikationskonzept verfolgt die gleichen Ziele wie die Markenbildung bzw. das Marketingkonzept. Ziel der Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen ist es, Tourismus und Gesundheit auf einzigartige Art und Weise zu verbinden. Unter dem Kommunikationskonzept wurden hauptsächlich Aktionen und Veranstaltungen verstanden, die zu einer aktiven Kommunikation mit Kunden, Geschäftspartnern und Investoren führen. Das Marketingkonzept umfasst dabei eher die Idee und die grundsätzliche Einstellung des Vorhabens der Gesundheitsregion. Die Kommunikation vermittelt die Werte und Ziele der Marke bzw. der Gesundheitsregion an die entsprechenden Zielgruppen.

4.2.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten

Im **ersten Quartal von 2014** wurde ein „**kleines Ärztetreffen**“ organisiert. Dabei ging es darum, dass die Ärzte in das Projekt der Gesundheitsregion integriert werden mit dem Ziel, ein **Ärzt Netzwerk** zu gründen. Das Ziel des Netzwerkes sollte es sein, dass die Kommunikation untereinander verbessert wird, um z. B. unnötige Doppeluntersuchungen zu vermeiden.

Im **zweiten Quartal 2014** setzte sich dieses Projekt des **Ärzt Netzwerkes** fort. Mehrere Versuche seitens der Ärzteschaft ein solches Netzwerk aufzubauen, waren gescheitert. Seit Übernahme der Organisation durch die Gesundheitsregion (KEG) zeigten die Ärzte mehr Engagement, mit dem Ergebnis, dass ein erster Workshop eingerichtet worden ist. Dort wurden konkrete Ziele und Regeln für ein solches Netzwerk festgelegt. Das Netzwerk soll dazu dienen, die MOBILITÄT in der Gesundheitsregion zu stärken, wodurch die Gesundheit an erster Stelle steht. Danach kommen die Vermeidung von Doppeluntersuchungen und die Verbesserung der Kommunikation zwischen den Ärzten.

Im **dritten Quartal 2014** wurde ein erster Entwurf für die Satzung des **Ärzt Netzwerkes** erarbeitet. Der Verein Praxisverbund Werdenfels mit 87 Mitgliedern sollte in dieses Netzwerk integriert werden. Zur besseren Kommunikation und Organisation des Netzwerkes wurden darüber hinaus mehrere Softwarelösungen diskutiert. Erste Überlegungen bzgl. der Vermarktung des Netzwerkes wurden ebenfalls getroffen. Eine Beantragung eines Förderprogramms für innovative medizinische Versorgungskonzepte befand sich zu diesem Zeitpunkt in der Prüfung.

Im **vierten Quartal 2014** wurde das **Ärzt Netzwerk „Zugspitze“** weiter verfolgt. Diese Idee eines Ärztenetzwerkes bestand anscheinend schon seit 20 Jahren, konnte jedoch bis jetzt noch nie konkret umgesetzt werden. Im Januar fand die Gründerversammlung des neuen Netzes mit 30 interessierten und teilnehmenden Ärzten statt. Damit konnte innerhalb von neun Monaten das Projekt zur Gründung eines Ärztenetzwerkes erfolgreich als abgeschlossen angesehen werden.

Die **Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Vermarktung** der Gesundheitsregion wurde dahingehend weiter vorangetrieben, als dass im Radio, in einer lokalen Tageszeitung weitere Beiträge über die Gesundheitsregion gesendet wurden und darin insbesondere das übergeordnete Thema „Mobilität“ thematisiert wurde. Weiterhin wurde die Gesundheitsregion auf der **WIR-Messe** und der **Zukunftsmesse** vertreten und vorgestellt. Außerdem wurde ein eigenes **Landkreismagazin** eingeführt. Mit einer Auflage von 25.000 Stück wurde das Magazin „Spitze“ insbesondere mit den Themen „Gesundheitsregion“ und „Mobilität“ beworben.

4.2.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin

4.2.2.1 Effektivität

Die Verbesserung der Kommunikation innerhalb der Ärzteschaft und zwischen Arzt und Patienten führt auch stets zu einer Verbesserung der Patientenversorgung. Die Gründung eines Ärztenetzwerkes, wie es in Deutschland bereits an vielen Orten geschehen ist, führt hinsichtlich des Kommunikationskonzeptes in die richtige Richtung und lässt sich darüber hinaus sehr gut mit der Entwicklung einer Gesundheitsplattform verbinden (siehe Kap. 4.5). Fehlende oder schlechte Informationen führen auf fast allen ökonomischen Gebieten zu Effizienzreserven. Ein Zustand der vollkommenen Information ist zwar ebenfalls nicht herstellbar, jedoch kann bereits eine kleine Reduktion der Informationsasymmetrie sowie der Verteilung zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit und Steigerung der Qualität führen.

Die Bewerbung für den Gesundheitspreis des Staatsministeriums für Gesundheit in Bayern dient dem Zweck zum einen das Marketingkonzept umzusetzen und zum

anderen aber auch den Bekanntheitsgrad der Gesundheitsregion GAP zu steigern. Die Nutzung sämtlicher zur Verfügung stehender Kanäle zur Steigerung des Bekanntheitsgrades ist in jedem Fall zweckdienlich und die damit verbundene Arbeit verhältnismäßig gering.

Ebenso verhält es sich mit den Veröffentlichungen des Landkreismagazins der Zugspitz Region „spitze“, in dem auf 34 Seiten unterschiedlichste Gesundheitsthemen gut aufbereitet, informativ und zur Diskussion anregend dargestellt sind. Das Magazin mit einer Auflage von 25.000 Stück trägt wesentlich zur Umsetzung des Marketing- und insbesondere des Kommunikationskonzeptes bei. Das gleiche gilt für die Beiträge im Radio, in lokalen Tageszeitungen und im lokalen Fernsehen. Die Herstellung einer medialen Aufmerksamkeit ist damit als zielführend und zweckdienlich einzustufen.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4

4.2.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme

Innerhalb von neun Monaten ein Ärztenetzwerk aufzubauen, was schon seit 20 Jahren versucht worden ist, zeugt von stetem Umsetzungswillen der Beteiligten. Die Erarbeitung der Satzung und die Durchführung der Gründung verliefen laut den Quartalsberichten zielorientiert und zügig. Da die Beteiligten oft viele heterogene Positionen beziehen können, ist es lobend hervorzuheben, in so kurzer Zeit dieses Projekt abgeschlossen zu haben.

Die Beiträge in Radio, Tageszeitungen wurden gut platziert und verfehlten ihr Ziel nicht. Dennoch ist es bei solchen Medien wichtig, dass man sie beständig wiederholt, damit das beworbene Projekt nicht zu schnell in Vergessenheit gerät bzw. die Zielgruppen stets aufs Neue angesprochen werden, damit sich die Erinnerung bzw. Wahrnehmung manifestieren kann. Gemäß der Quartalsberichte und der übersendeten Dateien, liegen das LK-Magazin vor und einige veröffentlichte Artikel. Allerdings ist nicht bekannt, wie oft Werbung oder Beiträge oder Radio ausgestrahlt worden sind. Dahingehend bleibt anzumerken, dass diese Marketingmaßnahmen weiter forciert werden und keine einmalige Aktion bleiben.

Laut Gesundheitsmanagerin sind weitere Beiträge geplant und ein Rahmenvertrag für Marketingmaßnahmen wird derzeit erstellt.

Da die Bewerbung für den Gesundheitspreis just im zweiten Quartal 2015 versendet wurde und noch keine Antwort zu erwarten war, kann dieser Punkt nicht in die Evaluation miteinbezogen werden.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4

4.2.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin

Bei der Organisation und Durchführung der Gründung und des Aufbaus des Ärztenetzwerkes hat die Gesundheitsmanagerin eine zentrale Rolle eingenommen, um alle beteiligten Verhandlungsgruppen an einen Tisch zu bringen und schließlich erfolgreich dieses Vorhaben abzuschließen. Es ist nun unerlässlich, das Ärztenetzwerk hinsichtlich Stabilität und Daseinszweck weiter zu unterstützen und auszubauen, damit die anfänglichen Bemühungen nicht vergeblich waren.

Die Erstellung sämtlicher Beiträge für Zeitungen, Magazine, Rundfunk oblagen ebenfalls der Supervision der Gesundheitsmanagerin. Die bisher veröffentlichten Beiträge lassen eine klare Zielsetzung erkennen und erfüllen ihren Zweck, die Gesundheitsregion LKR GAP bekannt zu machen und den angesprochenen Zielgruppen zu erklären, welche Möglichkeiten sich bieten. Dahingehend ist die Arbeit der Gesundheitsmanagerin auf der einen Seite als äußerst wichtig und auf der anderen Seite als effektiv und effizient zu bewerten.

Die Erstellung der Bewerbung für den Gesundheitspreis lag ebenfalls im Verantwortungsbereich der Gesundheitsmanagerin. Da die Rückmeldung seitens des Bayerischen Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege noch aussteht, kann dieser Punkt noch nicht bewertet werden.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4,5

4.3 Entwicklung zielgruppenspezifischer Gesundheitsprogramme

Ein grundlegendes Element zur Erreichung der Ziele der Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen ist ein Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)-System, das die Unternehmen des Landkreises bei der Erhaltung und Verbesserung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter unterstützt oder auch dem individuellen Bürger zur Verfügung gestellt werden kann.

Konkret bedeutet das, dass

- Unternehmen bzw. ihre Mitarbeiter Zugang zum „Moove“-Gesundheitsportal bekommen,
- der Gesundheitszustand der Mitarbeiter in diesem Online-Portal erfasst wird,
- ein Gesundheitsreport für jeden Mitarbeiter generiert wird und Maßnahmen zur Verbesserung der individuellen Gesundheit vorgeschlagen werden (z.B. Online-Training oder Offline-Aktivitäten vor Ort).

Für erledigte Aktivitäten und erreichte Gesundheitsziele erhält der Mitarbeiter digitale Badges (eine Art Orden bzw. Symbol für die Zielerreichung) zur Motivation. Das MOOVE-Portal bietet darüber hinaus die Möglichkeit, Sensoren, wie z. B. Bewegungstracker, anzubinden. Dadurch können als spielerisches Element gemachte Schritte auf einer virtuellen Landkreiskarte im Portal visuell abgebildet werden („gesunde Reise durch die Region“).

Weiterhin können regionale Gesundheitsdienstleister partizipieren, so dass Mitarbeiter vor Ort auf „Offline-Aktivitäten“ aufmerksam werden und daran teilnehmen können.

Die Bereitstellung eines digitalen BGM-Systems bietet die Chance, die Gesundheit und Lebensqualität der Bürger und Mitarbeiter in den Unternehmen des Landkreises langfristig zu erhalten und zu verbessern.

Dieses Konzept soll darüber hinaus gleichermaßen Gästen und Touristen zugänglich gemacht werden, um diese während ihres Urlaubs bzw. Aufenthalts in der Gesundheitsregion Landkreis Garmisch-Partenkirchen zu begleiten. Das

Gästegesundheitsmanagement (GGM) und das individuelles Gesundheitsmanagement (IGM) sollen dies abdecken.

Das GGM beinhaltet eine digitale Urlaubsplanung mit weitreichenden Informationen und Vorschlägen für die individuell anpassbaren Bedürfnisse und Interessen. Das GGM bietet für die Touristen die Chance, die Themen Gesundheit, Natur, regionale Besonderheiten, Information und Urlaubserlebnis auf innovative Art und Weise miteinander in Verbindung zu bringen. Das Gesundheitsportal (siehe Kap. 4.5) ist integraler Bestandteil des Konzeptes.

Die Akteure für die Leistungserbringung sollen sich dabei aus niedergelassenen Ärzten, Wellness-Hotels oder Kliniken zusammensetzen, die zum einen Prävention anbieten (z. B. Anbieter von Wellness-, Freizeit- und Sportangeboten), regionale ärztliche Kompetenz (Spitzenmedizin, regionale Gesundheitsdienstleister wie z. B. Physiotherapeuten, Kliniken, ggf. Arztnetzwerke) vorweisen und im Landkreis in der Seniorenarbeit tätig sind.

4.3.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten

Im **vierten Quartal 2013** wurden bereits vor der Einstellung der Gesundheitsmanagerin mehrere Vorschläge in Arbeitsgremien zur Erarbeitung **zielgruppenspezifischer Gesundheitsprogramme** erarbeitet. Diese sind von der Gesundheitsmanagerin aufgegriffen und weiter verfolgt worden, indem mit verschiedenen Akteuren weiterführende Gespräche geführt wurden. Die Schwerpunkte liegen auf **Männergesundheit, Herz-Kreislauf und Spitzenmedizin in der Region**.

Im **ersten Quartal 2014** legte ein Urologe ein fertig ausgearbeitetes Konzept zum Thema **Männergesundheit** vor. Zum Thema **Herz-Kreislauf** wurde ebenso von einem Arzt ein kleiner Kongress veranstaltet. Diese beiden Themen sollten weiter ausgearbeitet werden, so dass konkrete Angebote entstehen.

Um ein Alleinstellungsmerkmal in Form des Themas *Mobilität* umzusetzen, wurde das Projekt **Klasse 2000** eingeführt. Darin geht es um Gesundheitsförderung, Sucht-

und Gewaltvorbeugung in der Grundschule. Die Kinder werden von der ersten bis zu vierten Klasse begleitet. Das Projekt soll den Kindern Wissen über den Körper, Bewegung, gesunde Ernährung und Entspannung vermitteln. Dadurch sollen frühzeitig und kontinuierlich die Gesundheits- und Lebenskompetenzen gestärkt werden. 26 Paten konnten für dieses Projekt gewonnen werden. Eine Patenschaft bedeutet, pro Schuljahr und Klasse jeweils 200€ zu spenden. Dadurch konnten 11 neue 1. Klassen akquiriert werden und 15 Klassen konnten das Projekt fortführen, das ansonsten eingestellt hätte werden müssen. Langfristiges Ziel war eine Ausdehnung des Projektes, so dass die Kinder vom Kindergarten bis zum Schulabschluss begleitet werden.

Ein weiteres zielgruppenspezifisches Gesundheitsprogramm ist der **Nordic-Aktionstag**. Es war angedacht gewesen, eine modulare Vernetzung von Gesundheitsanbietern, dem Tourismus und den Wirtschaftsunternehmen herzustellen. Ziel war es, für alle Besucher die Gesundheitsregion mit ihren vielfältigen Möglichkeiten darzustellen. Durch den Nordic-Aktionstag war der präventive Ansatz im Bereich Bewegung und Mobilität gegeben. Allerdings wurde das Projekt aufgrund von zu wenig Schnee abgesagt. Es war angedacht gewesen, diesen Aktionstag im ersten Quartal 2014 und zweimal im ersten Quartal 2015 zu wiederholen, was allerdings ebenfalls am schlechten Wetter gescheitert ist.

Im **zweiten Quartal 2014** ist das Projekt **Klasse 2000** umgesetzt worden. Es wird fortlaufend vom Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung, IFT-Nord, gGmbH in Kiel wissenschaftlich überprüft, aktualisiert und optimiert. Eine erste Studie über die Langzeiteffekte des Präventionsprogramms ist 2015 erschienen und unter <http://econtent.hogrefe.com/doi/abs/10.1024/0939-5911.a000365> abrufbar.

Eine weitere Maßnahme für ein zielgruppenspezifisches Gesundheitsprogramm bestand in der Einführung eines ganzheitlichen Konzeptes für ein **betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)**. Ziel sollte die Sensibilisierung der Unternehmen und deren Mitarbeiter hinsichtlich Gesundheit sein. Das Programm soll um ein **Gästegesundheitsmanagement (GGM)** und ein **individuelles Gesundheitsmanagement (IGM)** erweitert werden. Dazu fand ein Workshop mit der Firma Viraliberty statt, die sich auf digitales BGM spezialisiert hat.

In Hinblick auf den demografischen Wandel sollen **Pilotprojekte** im Landkreis GAP umgesetzt werden, die sich mit dem **Älterwerden** auseinandersetzen. Hierzu wurden erste Recherchen durchgeführt, welche Formen des Zusammenlebens es für ältere Personen gibt (Seniorenvereine, -genossenschaften, -gemeinschaften, Mehrgenerationenwohnen, Servicewohnen etc.). Eine Idee stellen **virtuelle Seniorenvereine** bzgl. intelligenten Wohnens im Alter dar.

Im **dritten Quartal 2014** wurde die Ausschreibung für das **ganzheitliche Konzept BGM/GGM/IGM** erarbeitet.

Im **vierten Quartal 2014** wurde das Projekt **BGM** weiter verfolgt. Vier Firmen wurden angeschrieben, drei haben ihre Vorschläge fristgerecht eingereicht und am Ende hat die Firma Viraliberty den Zuschlag durch den Beirat Gesundheit & Soziales erhalten. Der nächste Schritt bestand in der Anpassung der Bildsprache auf die Gesundheitsregion für die digitale Gesundheitsplattform. Bis Ende März sollen verschiedene Piloten von unterschiedlichsten Unternehmen angefangen werden. Die Gemeinden sollen auf der Bürgermeisterdienstversammlung dazu motiviert werden, mitzumachen. Dabei sollen das BGM und das IGM auf den Weg gebracht werden. Bis zum Sommer 2015 sollen weitere Gesundheitsdienstleister auf der Plattform mit aufgenommen werden. Der letzte Schritt, der voraussichtlich Ende 2015 erfolgen soll, umfasst die Ausweitung des Systems auf die KEG.

Im **ersten Quartal 2015** wurde die Bildsprache für das digitale **BGM** angepasst. Eine Informationsveranstaltung für mögliche Piloten fand statt. Die Piloten haben den Zweck, das BGM zu testen und weiterzuentwickeln. Der nächste Schritt umfasst die Einbindung der Gesundheitsdienstleister vor Ort.

4.3.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin

4.3.2.1 Effektivität

Das Projekt **Klasse 2000** ist in Hinblick auf die Zielgruppe der Kinder ein sinnvolles Projekt, um die Gesundheit im LK GAP zu fördern und möglichst frühzeitig dazu zu

animieren, auf die Gesundheit besonderen Fokus zu legen. Besonders die Themen Ernährung und Bewegung sind wichtig, um die nötigen Verhaltensweisen früh zu etablieren.

Ebenso stellt das Projekt der **virtuellen Seniorengemeinschaften** einen wichtigen Baustein für die Zielerreichung des LK GAP dar, da aufgrund des demografischen Wandels die Berücksichtigung ältere Menschen immer mehr an Bedeutung gewinnt. Inwieweit jedoch die heutige Generation der über 65 Jährigen vertraut ist mit virtuellen Plattformen bzw. inwieweit diese sich darauf einlassen, ist nicht geklärt. Ein besonderes Augenmerk sollte dabei auf die Durchführbarkeit gelegt werden, da eine noch so gute Idee scheitern kann, wenn sie von den angesprochenen Zielgruppen nicht umgesetzt werden kann.

Der **Nordic Aktionstag** stellt ein Projekt dar, das zielorientiert ist. Warum jedoch nach Absage des Aktionstages aufgrund schlechten Wetters bzw. Schneemangels, die Idee nicht weiter verfolgt worden ist, bleibt zumindest laut der Quartalsberichte unklar. Nordic Walking kann auch ein schneeunabhängiger Sport sein, der für alle Altersgruppen angeboten werden kann. Eine evtl. Wiederaufnahme der Idee, um zu erfahren, ob dieser Aktionstag von der Bevölkerung auch angenommen werden würde, ist anzuraten. Zwar sollte dieser Aktionstag im ersten Quartal 2014 und 2015 wiederholt werden, jedoch ist über die Durchführung nach aktueller Kenntnislage nichts bekannt.

Das **BGM** ist ein Thema in der Gesundheitspolitik, dass schon seit vielen Jahren diskutiert wird und immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die darüber hinaus führenden Projekte des GGM und IGM sind damit in jedem Falle für die Gesundheitsregion LKR GAP zielführend und sinnvoll, da hier nun neben den Kindern und den Senioren auch die dazwischenliegende Gesellschaftsgruppe angesprochen wird.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 3,5

4.3.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme

Die schnelle und zügige Umsetzung des Projektes Klasse 2000 mit der Gewinnung zahlreicher Patenschaften und des Erfolges, dieses Projekt weiterzuführen, ist als äußerst positiv zu bewerten. Es ist und bleibt wichtig, dieses Projekt stets in der

Wahrnehmung der Öffentlichkeit zu verankern, um weitere Patenschaften zu ermöglichen und die von Jahr zu Jahr neu hinzukommenden Kinder weiter für das Thema Gesundheit zu sensibilisieren.

Nach dem zweiten Quartal 2014 wurde über das Projekt für Senioren nicht weiter berichtet. Es bleibt zu vermuten, dass dieses Projekt nicht weiter verfolgt wird, obwohl eine wichtige Zielgruppe dabei angesprochen wird. Die Erarbeitung und der Aufbau von Gesundheitsprogrammen für ältere Mitmenschen ist ein immer wichtiger werdendes Thema und sollte in Zukunft wieder weiter betrieben werden. Laut Aussage der Gesundheitsmanagerin ist dafür allerdings kein Budget bei der KEG weiter vorgesehen. Zudem reichen die Kapazitäten der Gesundheitsmanagerin nicht aus, um auch dieses Projekt weiter zu verfolgen.

Die Absage des Nordic Aktionstages aufgrund schlechten Wetters ist hinsichtlich der Durchführung nachvollziehbar. ES war angedacht, diese Idee weiter zu verfolgen und im ersten Quartal 2014 und 2015 zu wiederholen, was allerdings am schlechten Wetter gescheitert ist. Es könnte überlegt werden, diesen Aktionstag soweit es geht wetterunabhängig zu machen, d.h. so lange es nicht regnet, könnte man dies durchführen, da Schnee keine notwendige Bedingung für Nordic Walking darstellt.

Nachdem das Angebot der Firma Viraliberty für das BGM angenommen wurde und geplant ist, eine Auftaktveranstaltung am 15.06.2016 mit zwölf Pilotunternehmen zu veranstalten, bleibt der Erfolg dieser Piloten abzuwarten. Diesbezüglich ist noch keine genaue Aussage über die Effizienz dieses Projektes möglich, da nur bis zum 1. Quartal 2015 die Berichte vorliegen.

*Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: **3,5***

4.3.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin

Die Arbeit der Gesundheitsmanagerin ist bei allen Projekten maßgeblich für den Erfolg der Durchführung gewesen. Sowohl beim Projekt Klasse 2000, als auch den virtuellen Seniorengemeinschaften, sowie dem Nordic Aktionstag und dem BGM/GGM/IGM liefen die Fäden hinsichtlich der Kommunikation und der

Organisation bei der Gesundheitsmanagerin zusammen. In jedem Falle ist es der Arbeit der Gesundheitsmanagerin zu verdanken, dass das Projekt Klasse 2000 zum Erfolg geführt werden konnte und das BGM weiter vorangetrieben worden ist.

Dennoch ist auch der erfolglose Nordic Aktionstag und die nicht weiter verfolgte Idee der virtuellen Seniorengemeinschaften darauf zurückzuführen, dass entweder seitens der Gesundheitsmanagerin **nicht genügend Kapazitäten** zur Verfügung standen oder aber der Überblick verloren ging aufgrund der Fokussierung auf die beiden anderen Projekte.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4

4.4 Einführung eines Tages der Gesundheitsregion

Das Konzept „**Tu´s für dich**“ bzw. „**G´sund sein, G´sund bleim**“, das in Form des Gesundheitstages der Region durchgeführt worden ist, hatte folgende Ziele:

- Vernetzung der regionalen Gesundheitswirtschaft
- Darstellung eines ganzheitlichen Gesundheitsansatz für die Region
- Informationsplattform für die Bürger
- Sensibilisierung der Besucher für die eigene Gesundheit sowie Motivation zu einer gesunden Lebensweise
- Kennenlernen der regionalen Leistungsanbieter, damit die Bürger besser wissen, an wen sie sich wenden könnten

Regionale Vertreter der Gesundheitswirtschaft (Ärzte, Apotheken, Krankenkassen, Fitnessstudios, Physiotherapeuten, Ernährungsberater etc.) können sich im Rahmen eines Marktplatzes oder durch Vorträge etc. kostenlos präsentieren.

Die Zielgruppe umfasst insbesondere Bürgerinnen und Bürger des Landkreises GAP sowie Gäste.

Der Mehrwert für den Besucher besteht in den Möglichkeiten, kostenlos regionale, gesundheitsrelevante Informationen zu erhalten, gesundheitliche Messungen (BMI, Fuß- und Ganganalyse, Rückenschule, Schnupperkurse etc.) durchzuführen und entsprechende Vorträge zu besuchen und die regionalen Leistungserbringer kennenzulernen.

4.4.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten

Im **vierten Quartal 2013** wurden erste Überlegungen bzgl. eines **Gesundheitstages** angestellt und ein Grobkonzept erarbeitet. Die teilnehmenden Firmen und Partner wurden im ersten Quartal 2014 angeschrieben.

Im **dritten Quartal 2014** wurde das Projekt weitergeführt. Ziel war es, die Gesundheitsregion bekannt zu machen, die Bürger des Landkreises hinsichtlich des Themas Gesundheit zu sensibilisieren und die Kernbotschaft „**MOBILITÄT**“ nach außen zu tragen.

Im ersten Quartal 2015 (16./17. Januar) fanden die ersten Gesundheitstage im Landkreis Garmisch-Partenkirchen unter dem Motto „**g´ sund sein, g´ sund bleim**“ mit knapp 2.000 Besuchern statt. Dieses Mitmach-Forum hatte große Resonanz gefunden und die Rückmeldungen der Aussteller waren durchweg positiv. Staatsministerin Huml übernahm die Schirmherrschaft. Es wurde angedacht, diese Gesundheitstage im April 2016 zu wiederholen und dabei auch das Thema Kindergesundheit mit aufzunehmen. Dahingehend wurden bereits Gespräche mit Kinderkliniken und weiteren Akteuren in diesem Bereich aufgenommen. Erste Anmeldungen für die Gesundheitstage 2016 liegen bereits vor.

4.4.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin

4.4.2.1 Effektivität

Um eine Gesundheitsregion bekannt zu machen und den Leistungserbringern und -empfängern zugänglich zu machen, war die Idee des Gesundheitstages zielführend und sinnvoll. Auch das Konzept, dass die Leistungserbringer sich kostenlos präsentieren konnten und die Leistungsempfänger ebenfalls kostenlos nicht nur Informationen erhielten, sondern aktiv an dieser Veranstaltung teilnehmen konnten, ist durchweg positiv einzuschätzen. Der Aufbau des Konzeptes des Gesundheitstages entspricht der generellen Leitidee „Moove“ der Gesundheitsregion. Sowohl die Aussteller (Leistungserbringer) als auch die Bürger und Gäste der Region (Leistungsempfänger) konnten aktiv mitmachen und beiderseits alle Akteure hinsichtlich des übergeordneten Themas „Gesundheit“ sensibilisieren.

Einen weiteren Eindruck über die Zufriedenheit des Veranstalters, der Aussteller und der Bürger findet man unter <http://www.gesundheitstage-zugspitzregion.de/>.

Die durchweg positive Rückmeldung sowohl seitens der 34 Aussteller als auch der Bürger, die das Angebot des Gesundheitstages in Anspruch genommen haben, ist ein Nachweis für die gute Organisation und Durchführung. Insgesamt sind 268 Gesundheitsdienstleister angeschrieben worden. Für die Gesundheitstage im Jahr 2016 haben sich bereits 30 weitere Gesundheitsdienstleister angemeldet.

Ebenso war der Beirat Gesundheit von der Idee, dem Konzept und der letztendlichen Umsetzung des Gesundheitstages so überzeugt, dass dieser im Jahr 2016 wiederholt werden soll.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 5

4.4.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme

Innerhalb eines Jahres wurde die Idee des Gesundheitstages umgesetzt und durchgeführt. Dies ist in Anbetracht der Größe und Komplexität der Veranstaltung als sehr positiv zu bewerten. Weiterhin ist zu vermuten, dass zusätzliche Aussteller dazu gebracht werden könnten, einen Stand am Gesundheitstag zu betreiben. Darüber hinaus stellt sich die Frage nach der Vermarktung und der größeren Publikumswirksamkeit in Form von PR-Aktionen und weiterführenden Marketingmaßnahmen. Die Organisation hierfür hat bereits im Oktober 2014 begonnen.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4

4.4.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin

Die vollständige Umsetzung und Durchführung des Konzeptes lag in der Verantwortung der Gesundheitsmanagerin. Aufgrund der bereits angesprochenen durchweg positiven Rückmeldung durch die Aussteller und Bürger, die schnelle Umsetzung des Konzeptes und die sehr gute Durchführung des gesamten Gesundheitstages, ist der Gesundheitsmanagerin ein sehr großer Anteil am Erfolg dieser Veranstaltung zuzuschreiben. Hinzu kommt, dass die Veranstaltung im Jahr 2016 am 23./24. April wiederholt werden soll und weitere Themen, wie die Kindergesundheit, die im Herbst 2015 als Themenschwerpunkt hinzukommen wird, zusätzlich mit aufgenommen werden.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 5

4.5 Vermarktung und Weiterentwicklung der Gesundheitsplattform

Mit der Etablierung einer digitalen Gesundheitsplattform kann aktiv dazu beigetragen werden, die Zielsetzung der Gesundheitsregion Landkreis Garmisch Partenkirchen zu erreichen.

Die Zielgruppen umfassen dabei Unternehmen und deren Mitarbeiter, die individuellen Bürger und Gäste sowie Touristen. Die Gesundheitsplattform ist eng mit dem BGM, GGM und IGM verbunden und auf den Internetseiten auch entsprechend verlinkt.

4.5.1 Entwicklungsprozess gemäß Quartalsberichten

Im **vierten Quartal 2013** wurden weitere Marketingplanungen für die Gesundheitsplattform, die seit Februar 2013 besteht, vorgenommen, um die Nutzung, Registrierung und die Suchmaschinenoptimierung weiter voranzubringen. Statt der gewünschten 3.000 Besuchen dieser Internetseite sind es im Augenblick nur 200 Besuche pro Monat. Bisher sind 250 Anbieter aus dem Landkreis auf dieser Plattform registriert.

Im **ersten Quartal 2014** wurden die Planungen fortgesetzt. Es wurde unter anderem überlegt, ein Ärztenetzwerk aufzubauen, das eng mit der Plattform verbunden ist (siehe Ausführungen zum Ärztenetzwerk). Grund der Intensivierungen der Arbeiten sind die rückläufigen Nutzerzahlen. Sowohl das Ärztenetzwerk als auch die Plattform sollen dazu dienen, den Bürger und auch Touristen dabei zu unterstützen, mobil zu bleiben und Doppeluntersuchungen zu vermeiden.

Im **ersten Quartal 2015** wurde vom Beirat Gesundheit darüber abgestimmt, dass die vorgeschlagene Struktur einer neuen Gesundheitsplattform umgesetzt und diese ausgeschrieben werden soll. Nach Beratungen mit entsprechendem Fachpersonal ist man darüber eingekommen, das Gesundheitsportal in zwei Stufen einzuteilen und mit einem sogenannten Prototypen gestartet werden soll. Stufe 1 dient dazu, gemeinsam die Anforderungen an so ein Portal zu erarbeiten und mit diesem Wissen

eine funktionierende Internetplattform als Vorstufe zu einer finalen Version zu erstellen. Der Hauptvorteil an dieser Vorgehensweise liegt an der Wissensfindung und dem Entwicklungsprozess. Die zweite Stufe beinhaltet die Ausschreibung, die an sieben Anbieter verschickt wurde, bei denen im Vorfeld eine entsprechende Eignungsprüfung vorgenommen worden ist. Alle sieben Anbieter haben zugesichert, eine voll funktionsfähige und qualitativ hochwertige Plattform zu erstellen. Die drei wirtschaftlichsten wurden anschließend zu einem Termin eingeladen, damit der Auftrag zu Beginn des zweiten Quartals 2015 erteilt werden kann. Ein erster Eindruck kann unter <http://www.gesundheitsregion-zugspitz.de/> gewonnen werden.

4.5.2 Bewertung hinsichtlich Effektivität, Effizienz und Akzeptanz/Teilnahme unter Berücksichtigung der Arbeit der Gesundheitsmanagerin

4.5.2.1 Effektivität

Das Konzept der Gesundheitsplattform fokussiert die Ziele der Gesundheitsregion Garmisch-Partenkirchen, was das Marketing- und Kommunikationskonzept, die zielgruppenspezifischen Gesundheitsprogramme und letztlich auch den Gesundheitstag der Region betrifft. All diese vier Hauptziele finden Eingang in die Gesundheitsplattform, die damit auf möglichst effektive Weise die vereinbarten Ziele verfolgt und zu deren Erreichung beiträgt. Inwieweit diese Plattform jedoch Anklang bei den angesprochenen Zielgruppen findet, bleibt abzuwarten.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4

4.5.2.2 Effizienz sowie Akzeptanz und Teilnahme

Die Umsetzung dieses Projektes dauert seit dem vierten Quartal 2013 an und konnte schlussendlich im zweiten Quartal 2015 erfolgreich zum Abschluss gebracht werden. In Anbetracht der Komplexität dieses Vorhabens und der Umstände, dass die Gesundheitsplattform sehr viele Aufgaben zu erfüllen und viele Akteure mit einzubinden hatte, wurde das Konzept zügig umgesetzt. Die Nutzung der Plattform ist momentan noch nicht abschätzbar, allerdings maßgeblicher Faktor für den nachhaltigen Erfolg dieser Konzeptidee.

Die beste Plattform stiftet keinen Nutzen, wenn niemand daran interessiert ist. Deswegen ist es wichtig, die Bedeutung der Plattform durch Marketingaktionen hervorzuheben und beständig dafür Sorge zu tragen, dass diese Plattform überall publik und in den Köpfen der Nutzer präsent ist. Seit 31. Juli 2015 ist die Gesundheitsplattform fertiggestellt und konnte bereits innerhalb einer Woche mehr als 200 „gefällt mir“ Angaben auf facebook² verzeichnen.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4

4.5.2.3 Beitrag der Gesundheitsmanagerin

Die Gesundheitsmanagerin hatte sowohl an der Gestaltung als auch an der Umsetzung des Konzeptes maßgeblichen Anteil. Die Aufgabe stellte sich als komplex und schwierig umsetzbar dar, da viele Akteure berücksichtigt werden mussten. Ohne eine zentrale Figur in der Organisation wäre so ein Projekt kaum umsetzbar gewesen.

Von 5 Punkten erreichte Punktzahl: 4

² <https://www.facebook.com/GesundheitsregionZugspitz>; aufgerufen am 02.09.2015.

5. Zusammenfassung der Ergebnisse und Empfehlungen

Die wichtigsten Ergebnisse

Alle Bewertungen hinsichtlich der Effektivität, der Effizienz, Akzeptanz/Teilnahme und des Beitrages der Gesundheitsmanagerin sind für die fünf Hauptziele und die zur Zielerreichung ergriffenen Maßnahmen in Anhang 1 dargestellt. Wie eingangs erläutert, ist eine Bewertung mit fünf Punkten als sehr gut einzustufen und eine Bewertung mit einem Punkt als mangelhaft. Um einen insgesamt Zielerreichungsgrad festzustellen, wurden alle Teilbewertungen aufsummiert. Insgesamt waren 75 Punkte zu erreichen. Die Teilbewertungen ergaben ein Ergebnis von 63 erreichten Punkten, was einer Zielerreichung von 84% entspricht. Damit liegt das Ergebnis insgesamt bei einer sehr guten Bewertung, die mit mehr als 80% erreicht werden konnte (siehe Anhang 1).

Hinsichtlich der einzelnen Hauptziele bewegten sich die durchschnittlichen Punktebewertungen zwischen 3,7 und 4,7 Punkten, was einer durchweg guten bis sehr guten Zielerreichung für die fünf Hauptziele entspricht.

Das Hauptziel „Einführung der Marke Gesundheitsregion“ konnte mit durchschnittlich 4,5 Punkten bewertet werden, was einer sehr guten Zielerreichung entspricht. Jedoch ist anzumerken, dass die Erstellung einer Dachmarke Potential hinsichtlich der Verbesserung der Kommunikation und der Zusammenarbeit aufweist, auch wenn dieser Punkt nicht direkt im Verantwortungsbereich des Gesundheitsmanagement lag. Für die „Umsetzung des Kommunikationskonzeptes“ konnte ein durchschnittlicher Punktwert von 4,2 vergeben werden und für die „zielgruppenspezifischen Gesundheitsprogramm“ 3,7 Punkte.

Den höchsten durchschnittlichen Punktwert ergab der „Tag der Gesundheitsregion“ mit 4,7 Punkten. Bei diesem Punkt ist die hervorragende Durchführung und Umsetzung durch die Gesundheitsmanagerin verbunden mit Zielorientiertheit und Effektivität der Maßnahmen hervorzuheben.

Schließlich wurden bei der „Vermarktung und Weiterentwicklung der Gesundheitsplattform durchschnittlich 4 Punkte erreicht.

Das bedeutet abschließend, dass insgesamt ein **gutes bis sehr gutes** Fazit gezogen werden kann, sowohl was den Umsetzungsgrad als auch die Zielsetzung angeht. Alle angestoßenen und umgesetzten Projekte hatten das Motto der Gesundheitsregion „**mobil bleiben, mobil werden und mobil sein/Mobilität genießen**“ als Leitidee und zog sich konsequent durch alle Maßnahmen.

Im abschließenden Gespräch mit der Gesundheitsmanagerin Frau Hilsenbeck und dem Bürgermeister Hansjörg Zahler, Gemeinde Wallgau, konnte darüber hinaus festgestellt werden, dass eine sehr enge und sehr gut funktionierende Verzahnung zwischen der kommunalen Politik, vertreten durch Herrn Zahler, und der Exekutive der Gesundheitsregion, vertreten durch Frau Hilsenbeck, maßgeblich für das sehr gute Ergebnis der Evaluation verantwortlich war.

Die Arbeit der Gesundheitsmanagerin war und ist essentiell, um zum einen für die Projekte einen klaren Ansprechpartner und zum anderen um eine stets treibende Kraft zu haben. Es sollte angedacht werden, die Stelle der Gesundheitsmanagerin zu erhalten, da in Anbetracht der noch umzusetzenden Projekte beim Wegfall dieser Stelle Stillstand droht bzw. die Umsetzung verlangsamt werden würde, wodurch auch sämtliche bis jetzt investierte Kraft und Zeit, sowie investiertes Geld entwertet würden

Empfehlungen für die Weiterentwicklung

1. Die Kapazitäten des Gesundheitsmanagements sollte geprüft werden. Bei einer personellen Aufstockung können Entwicklungsziele noch intensiver verfolgt und weiterentwickelt werden.
2. Die Zusammenarbeit mit der KEG lässt Effizienzreserven ungenutzt. Insbesondere die Kommunikation kann verbessert werden.
3. Das digitale **Betriebliche Gesundheits-Management (BGM)** „Moove“ ist ein innovatives Konzept und sollte in einem nächsten Schritt hin zu einem **individuellen Gesundheits-Management (IGM)**, wie geplant, der gesamten Wohnbevölkerung geöffnet werden.
4. Für eine konkrete IGM-Maßnahme bietet sich unter dem Motto der Gesundheitsregion **„mobil bleiben, mobil werden und mobil sein/Mobilität genießen“** an, dass erbrachte Lauf-Leistungen gemessen und verglichen werden und auf diese Weise ein Wettbewerb hergestellt wird. Dieser Wettbewerb könnte auch mit einer Preisverleihung im Rahmen der Gesundheitstage seinen Höhepunkt finden.
5. Taugliche Messgrößen für das BGM sind betriebliche Fehltag und für das IGM die nachgewiesenen gelaufenen Kilometer je Bürger bzw. Bürgergruppe (z.B. Schulklassen, Gemeinden).
Die Messgrößen müssen einen Bezug zum Erfolg im Sinne einer Gesundheitsverbesserung aufweisen. Für die Motivation ist es förderlich, ja unabdingbar, dass die Messgrößen halbjährlich ausgewertet und veröffentlicht werden.

Anhang

Anhang 1: Bewertungsmatrix der Maßnahmen und Teilziele

Maßnahmen	Hauptziele															
	1			2			3			4			5			
	Einführung der Marke "Gesundheitsregion"			Umsetzung des Kommunikationskonzeptes			zielgruppenspezifische Gesundheitsprogramme			Tag der Gesundheitsregion			Vermarktung und Weiterentwicklung der Gesundheitsplattform			
	Effektivität	Effizienz / Akzeptanz	Beitrag der Ges.-man.	Effektivität	Effizienz / Akzeptanz	Beitrag der Ges.-man.	Effektivität	Effizienz / Akzeptanz	Beitrag der Ges.-man.	Effektivität	Effizienz / Akzeptanz	Beitrag der Ges.-man.	Effektivität	Effizienz / Akzeptanz	Beitrag der Ges.-man.	
Markenbildung/ Marketingkonzept	4,5	4,5	4,5													
Bewerbung Gesundheitsregion																
"kleiner" Ärztekongress / Ärztenetzwerk MEDIGAP / PR				4	4	4,5										
Gesundheits-/Pflegepreis																
Zielgruppenspezifische Gesundheitsprogramme																
Klasse 2000®																
Nordic Aktionstag																
Ganzheitliches Gesundheitskonzept BGM/GGM/IGM (Moove-Vitaliberty)							3,5	3,5	4							
Virtuelle Seniorengemeinschaften (Intelligentes Wohnen im Alter)																
Tage der Gesundheitsregion/ Gesundheitswoche										5	4	5				
Gesundheitsplattform													4	4	4	
TEILSUMMEN	4,5	4,5	4,5	4	4	4,5	3,5	3,5	4	5	4	5	4	4	4	
SUMME																63
															von maximal: 75	

**LEGENDE: Höchste Punktzahl und damit sehr gut: 5
Niedrigste Punktzahl und damit mangelhaft: 1**

Zielerreichung von 84%