

GKV-Bündnis für
GESUNDHEIT

FALTBLATT: QUALITÄTSKRITERIEN

TIPPS FÜR GUTE PROJEKTE

Projektplanung in der Gesundheitsförderung einfach erklärt

Wer ein gutes Projekt zur Gesundheitsförderung anbieten will, hat es nicht immer leicht. Die Frage ist: Was gehört zu einem guten Projekt?

Insgesamt gibt es 12 Kriterien, an denen man sich orientieren kann – also 12 wichtige Hinweise, wie Projekte gut funktionieren. Der Kooperationsverbund Gesundheitliche Chancengleichheit hat sie in der Broschüre „Kriterien für gute Praxis der sozialogenbezogenen Gesundheitsförderung“ zusammengefasst. Die Broschüre ist eine Art Anleitung, wie jeder gute Projekte aufbauen kann.

In diesem Faltblatt finden Sie die wichtigsten Informationen zum Kriterium „**Niedrigschwellige Arbeitsweise**“ in einfacher Sprache. Es wurde von der Koordinierungsstelle Gesundheitliche Chancengleichheit Rheinland-Pfalz erstellt. Es richtet sich an alle Menschen, die gerne hilfreiche Informationen kurz und knapp durcharbeiten wollen.

Ein Projekt so planen, dass möglichst viele Menschen teilnehmen können

(Kriterium: Niedrigschwellige Arbeitsweise)

Im folgenden Text finden Sie diese Infos:

- Was Zugangshürden sind und wie Sie diese erkennen können.
- Wie Sie Ihre Zielgruppe erreichen können.
- Wie Sie ein Projekt planen, an dem möglichst viele Menschen Ihrer Zielgruppe teilnehmen können.

NIEDRIG-
SCHWELIGE
ARBEITSWEISE

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) hat den **Kooperationsverbund Gesundheitliche Chancengleichheit** gegründet. Ein Verbund ist eine Art Gemeinschaft, die sich für bestimmte Ziele einsetzt. Ein Ziel dieses Verbundes: Alle Menschen sollen mehr darüber lernen, wie man gesund leben kann.

Die **Koordinierungsstellen Gesundheitliche Chancengleichheit (KGC)** gibt es nicht nur in Rheinland-Pfalz, sondern auch in anderen Bundesländern. Ein Ziel der KGC: Informationen über Qualität in der Gesundheitsförderung und Prävention verbreiten.



Ein Angebot niedrigschwellig gestalten

Es gibt manchmal Gründe, warum Menschen an Projekten nicht teilnehmen können oder wollen. Sie sollten also überlegen, welche Gründe das sein könnten. Kennen Sie die Gründe, können Sie Ihr Projekt passend planen.

Am besten ist es, diese Gründe von Anfang an in der Projektidee einzuplanen. In der Fachsprache nennt man diese Gründe „Zugangshürden“.

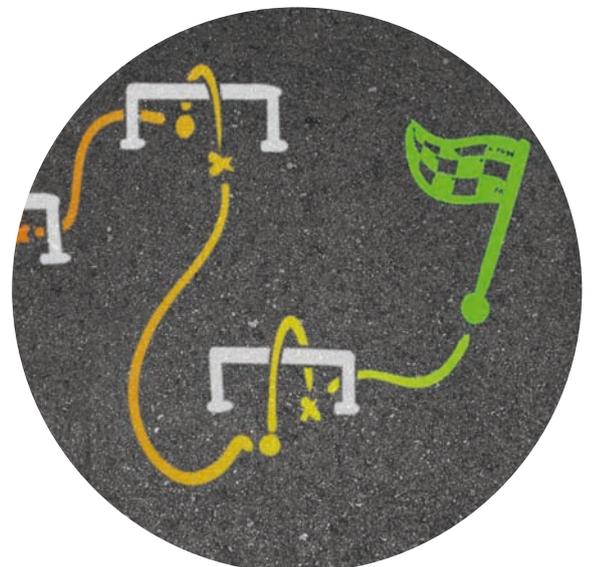
?

Die wichtigsten Fragen zum Kriterium „Niedrigschwellige Arbeitsweise“:

- Welche Uhrzeit ist für die Zielgruppe passend?
- Welche Kosten könnten für die Zielgruppe entstehen?
- Wie einfach ist die Anmeldung für die Zielgruppe?
- Ist die Sprache in dem Projekt für die Zielgruppe passend?
- Kann die Zielgruppe das Projekt gut mit Bus, Bahn, Fahrrad erreichen?
- Welche Projekte gibt es schon, was fehlt?
- Was will die Zielgruppe, was wünscht sie sich?

Die folgenden Stufen zeigen an einem Beispiel, wie Sie die Zugangshürden eines Projektes Stück für Stück abbauen können.

So wird auch die Wahrscheinlichkeit Stück für Stück höher, dass viele Menschen aus der Zielgruppe teilnehmen können.



STUFE 1:

Sie überlegen sich ein Projekt, das zu Ihrer Zielgruppe passen könnte

Sie haben die Zielgruppe der älteren Menschen gewählt. Sie möchten ein Projekt anbieten, um die Gesundheit von älteren Menschen zu verbessern.

Sie haben in Büchern, Texten und Berichten von Ämtern, Krankenkassen oder Ministerien gelesen: Viele ältere Menschen bewegen sich wenig.

Nun möchten Sie, dass sich ältere Menschen wieder mehr bewegen und planen dafür ein Projekt.

Foto: © belahochte / Fotolia



Wie Sie an gute Informationen zur Zielgruppe kommen

Je nach Zielgruppe gibt es verschiedene Stellen, die Informationen anbieten. Oft finden Sie gute Informationen bei gesetzlichen Krankenkassen, Ministerien, Stiftungen und wissenschaftlichen Instituten. Hier einige Vorschläge, wo Sie nach Informationen zum Thema Gesundheit, Zugangshürden, ältere Menschen suchen können:

- Robert Koch-Institut (z.B. Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland, DEGS)
- Kommunale Gesundheitsberichterstattung
- Sozialberichterstattung
- Sozialverband



Sie haben ein Gesundheitsproblem Ihrer Zielgruppe entdeckt: zu wenig Bewegung. Sie sollten jetzt etwas **über mögliche Zugangshürden** für Ihr Projekt **herausfinden**, denn Sie wissen nicht:

- Was sind mögliche Gründe dafür, dass ältere Menschen nicht an einem Gesundheitsprojekt teilnehmen?
- Welche Uhrzeit ist für ältere Menschen passend, um zu einem Angebot zu gehen?
- Wie sollten Sie Informationen für ältere Menschen gestalten? Sind Texte oder Videos besser? Wie groß muss die Schrift sein, wie verständlich die Sprache?
- Wo können Sie etwas über Zugangshürden von älteren Menschen nachlesen?
- Gibt es Ratgeber, wissenschaftliche Untersuchungen, Info-Broschüren, Fachbücher, Umfragen zum Leben von älteren Menschen?
- Wen können Sie fragen? Kennen Sie Personen, die schon mit älteren Menschen gearbeitet haben? Vielleicht können Sie bei diesen Personen Tipps bekommen.

STUFE 2:

Sie haben erste Informationen über Zugangshürden bei Ihrer Zielgruppe herausgefunden

Ihnen ist jetzt klar: Ältere Menschen sind oft nicht mehr so viel unterwegs. Sie bleiben meistens in der Nähe ihrer Wohnung oder ihres Wohnhauses. Daher planen Sie Angebote in ihrem Stadtteil. Die älteren Menschen können entweder laufen, mit dem Bus oder dem Zug fahren.

Viele ältere Menschen können nicht mehr so gut sehen. Das Angebot findet deswegen tagsüber statt, wenn es hell ist.

Manche Menschen können nicht so gut lesen. Sie erstellen die Materialien deswegen in großer Schrift und einfacher Sprache.



Aus Büchern, Texten und wissenschaftlichen Untersuchungen kennen Sie jetzt einige der Zugangshürden. Sie haben auch Personen nach Zugangshürden gefragt, die die Zielgruppe kennt. Ihnen fehlt aber die **persönliche Meinung** der Zielgruppe. Sie fragen daher **direkt bei der Zielgruppe** nach:

- Was brauchen und wünschen sich ältere Menschen?
- Wie müssen die Gegebenheiten vor Ort sein? Zum Beispiel der Ort, die Trainer, die Uhrzeit. Brauchen sie zum Beispiel eine barrierefreie Toilette oder einen Fahrstuhl?
- Welche Erwartungen haben ältere Menschen?
- Wie müssen Sie ältere Menschen ansprechen?
- Wie können Sie ältere Menschen neugierig auf Ihr Projekt machen?

STUFE 3:

Sie kennen die Zugangshürden und Sie haben mit Menschen aus der Zielgruppe gesprochen

Sie haben mit mehreren älteren Menschen aus dem Stadtteil gesprochen. Sie wissen nun, dass der Ort für Bewegungsangebote barrierefrei sein soll, da viele nicht mehr so gut laufen können.

Sie haben erfahren, dass am Dienstag immer eine Gesangsstunde stattfindet, woran viele ältere Menschen im Ort teilnehmen. Daher planen Sie Ihr Angebot an einem anderen Tag.

Die älteren Menschen wünschen sich, dass das Angebot regelmäßig stattfindet und kostenfrei ist. Mehrere haben auch zu Ihnen gesagt, dass sie wenig Erfahrungen im Sport haben.

Sie planen daher ein Angebot für Anfängerinnen und Anfänger. Es ist regelmäßig und kostenfrei.



Ergebnis Ihrer Suche nach Informationen zu Zugangshürden

Je mehr Sie über die Zielgruppe wissen, desto besser können Sie Ihr Projekt planen. So können Sie Zugangshürden vermeiden. Und erreichen dadurch, dass mehr Menschen aus der Zielgruppe zu Ihrem Projekt kommen.

Projekte so zu planen heißt in der Fachsprache „**Niedrigschwellige Arbeitsweise**“.



Was Sie jetzt wissen:

- Sie wissen, wo Sie Texte, wissenschaftliche Untersuchungen und weitere Informationen zur Zielgruppe finden.
- Sie wissen, welche Personen Kontakt zu älteren Menschen haben (zum Beispiel Kinder, Enkel, Gemeindeglieder^{plus}, Pfarrer und viele mehr). Sie wissen auch, wie diese Personen in Ihrem Projekt mitmachen können.
- Sie wissen, wo ältere Menschen viel Zeit verbringen (zum Beispiel im Mehrgenerationenhaus, in Seniorenheimen, beim Arzt, in der Kirche, in einem Park mit vielen Sitzbänken und vieles mehr).
- Sie wissen, wie Sie mit älteren Menschen in Kontakt kommen (zum Beispiel durch persönliche Gespräche, Umfragen, andere Projekte und vieles mehr).
- Sie wissen, wie Sie ältere Menschen ansprechen können (zum Beispiel laut und deutlich sprechen, Text mit großer Schrift, keine Jugendwörter, keine Fremdsprache und vieles mehr).

NOTIZEN

A large grid of small dots for taking notes, covering most of the page.



IMPRESSUM

HERAUSGEGEBEN VON

Landeszentrale für Gesundheitsförderung
in Rheinland-Pfalz e.V. (LZG)
Hölderlinstraße 8
55131 Mainz
Telefon 06131 2069-0
Fax 06131 2069-69
info@lzg-rlp.de
www.lzg-rlp.de

KONTAKT

Silke Wiedemuth
Referentin
Koordinierungsstelle Gesundheitliche
Chancengleichheit,
Gesundheitsförderung und Qualitäts-
entwicklung in Kommunen
Telefon 06131 2069-18
swiedemuth@lzg-rlp.de

Sabine Köpke
Projektleiterin
Koordinierungsstelle Gesundheitliche
Chancengleichheit,
Gesundheitsförderung und Qualitäts-
entwicklung in Kommunen
Telefon 06131 2069-38
skoepke@lzg-rlp.de
www.kgc-rlp.de

V.I.S.D.P.

Dr. Matthias Krell, Geschäftsführer der LZG

ÜBERSETZUNG EINFACHE SPRACHE

Conny Lopez, www.einfachespracheBONN.de

REDAKTION

Silke Wiedemuth
Sabine Köpke

GRAFISCHE GESTALTUNG

Ulrike Speyer, Ober-Olm

DRUCK

I.B. Heim GmbH, Mainz
1. Auflage, 2020

COPYRIGHT

Nachdruck und Vervielfältigung der Abbildungen
und Texte – auch auszugsweise – sind nur nach
Freigabe durch die LZG möglich.

QUELLENANGABEN

Kooperationsverbund Gesundheitliche Chancen-
gleichheit (2015): Kriterien für gute Praxis
der soziallagenbezogenen Gesundheitsförderung,
Kriterium „Niedrigschwellige Arbeitsweise“.
Köln und Berlin.



Landeszentrale für
Gesundheitsförderung
in Rheinland-Pfalz e.V.
www.lzg-rlp.de

Über das GKV-Bündnis für Gesundheit:

Das GKV-Bündnis für Gesundheit ist eine gemeinsame Initiative der gesetzlichen Krankenkassen zur Weiterentwicklung und Umsetzung von Gesundheitsförderung und Prävention in Lebenswelten. Das Bündnis fördert dabei u. a. Strukturaufbau und Vernetzungsprozesse, die Entwicklung und Erprobung gesundheitsfördernder Konzepte, insbesondere für sozial und gesundheitlich benachteiligte Zielgruppen, sowie Maßnahmen zur Qualitätssicherung und wissenschaftlichen Evaluation. Der GKV-Spitzenverband hat gemäß § 20a Abs. 3 und 4 SGB V die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung damit beauftragt, die Aufgaben des GKV-Bündnisses für Gesundheit mit Mitteln der Krankenkassen umzusetzen.

Weitere Informationen: www.gkv-buendnis.de

45
2020

Schriftenreihennummer: 333

Gefördert durch die BZgA im Auftrag und mit Mitteln der gesetzlichen Krankenkassen nach § 20a SGB V



Weitere Förderer und Unterstützer:

