

Effektivität von Zugangswegen für Ältere zu Bewegungsangeboten

Birgit Wallmann & Reimund Walschek

ÜDIS Projektgruppe, Köln

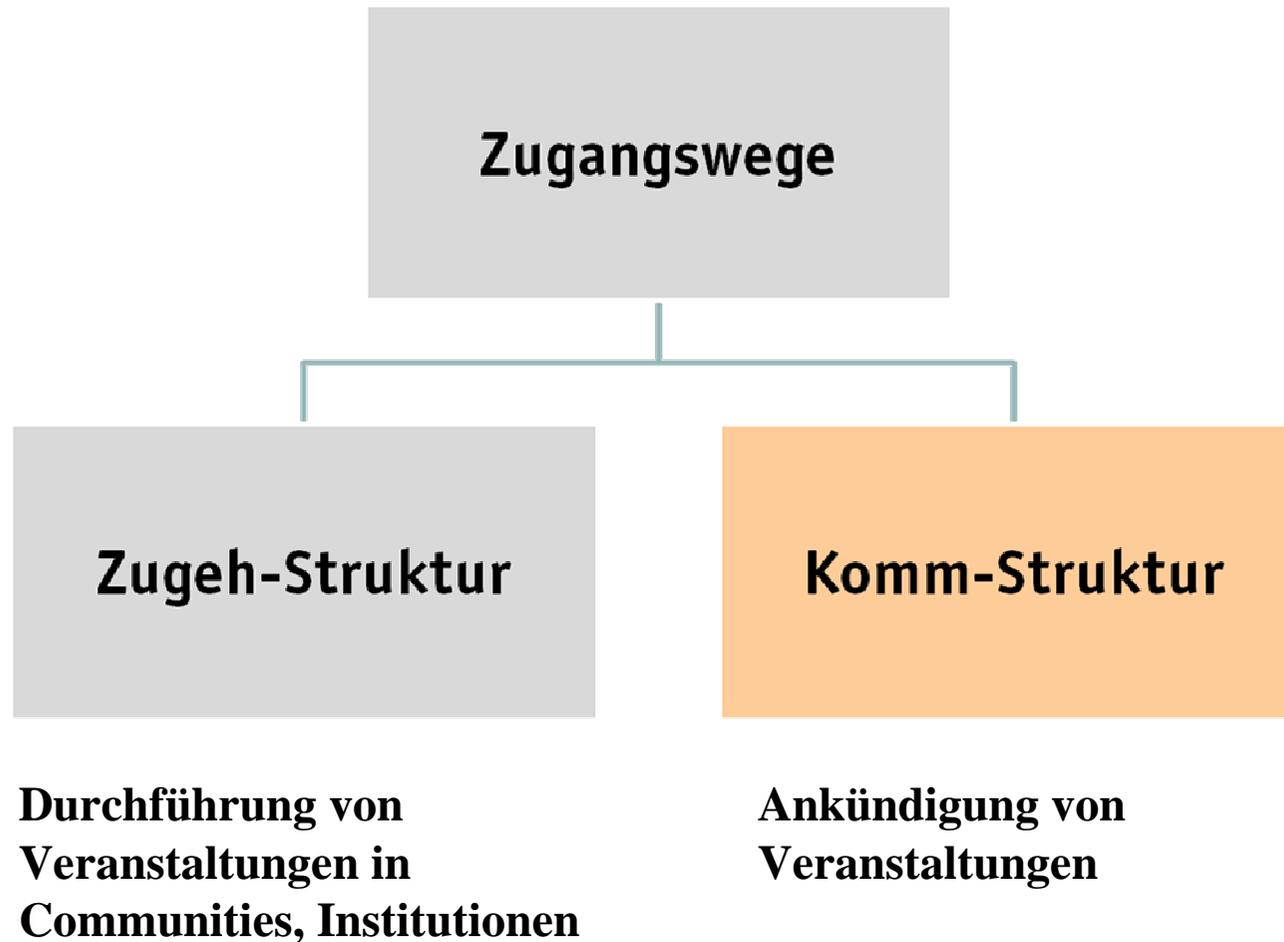
GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

1. Modell der Zugangswege
2. Analyse von Zugangswegen
 - 1) LSB-Plakataktion
 - 2) LSB-Website
 - 3) Face to Face
 - 4) Direct-Mailing
3. Vergleichende Analyse der Zugangswege
4. Fazit

Zugangswege



Zugangswege

Ankündigung von gesundheitsorientierten Bewegungsangeboten

Indirekte Zugangswege

Plakataktion
Website ...

Direkte Zugangswege

Direct-Mailing
Face to Face ...

Fragestellungen

- ❖ Durch welche Zugangswege können spezielle Zielgruppen wie Männer oder Personen mit einfachem Bildungsstand erreicht werden?
- ❖ Durch welche Zugangswege können Sportinaktive am ehesten erreicht werden?
- ❖ Durch welche Motivationslage sind die Sportinaktiven zu kennzeichnen?

Indirekter Zugangsweg: Plakataktion

Überwinde deinen inneren Schweinehund!

www.ueberwin.de

Gesundheit braucht Bewegung. Wir haben die Angebote.
Telefon 0203 / 7381 - 789

Unterstützt durch:

Ärztekammern Nordrhein und Westfalen-Lippe

Spürtärztesbünde Nordrhein und Westfalen

mach

GEK

Landesministerium des Landes Nordrhein Westfalen

NRW.

LANDESPORTBUND
Wir bringen Bewegung in Bewegung

LSB-Plakataktion – Ziele und Vorgehen

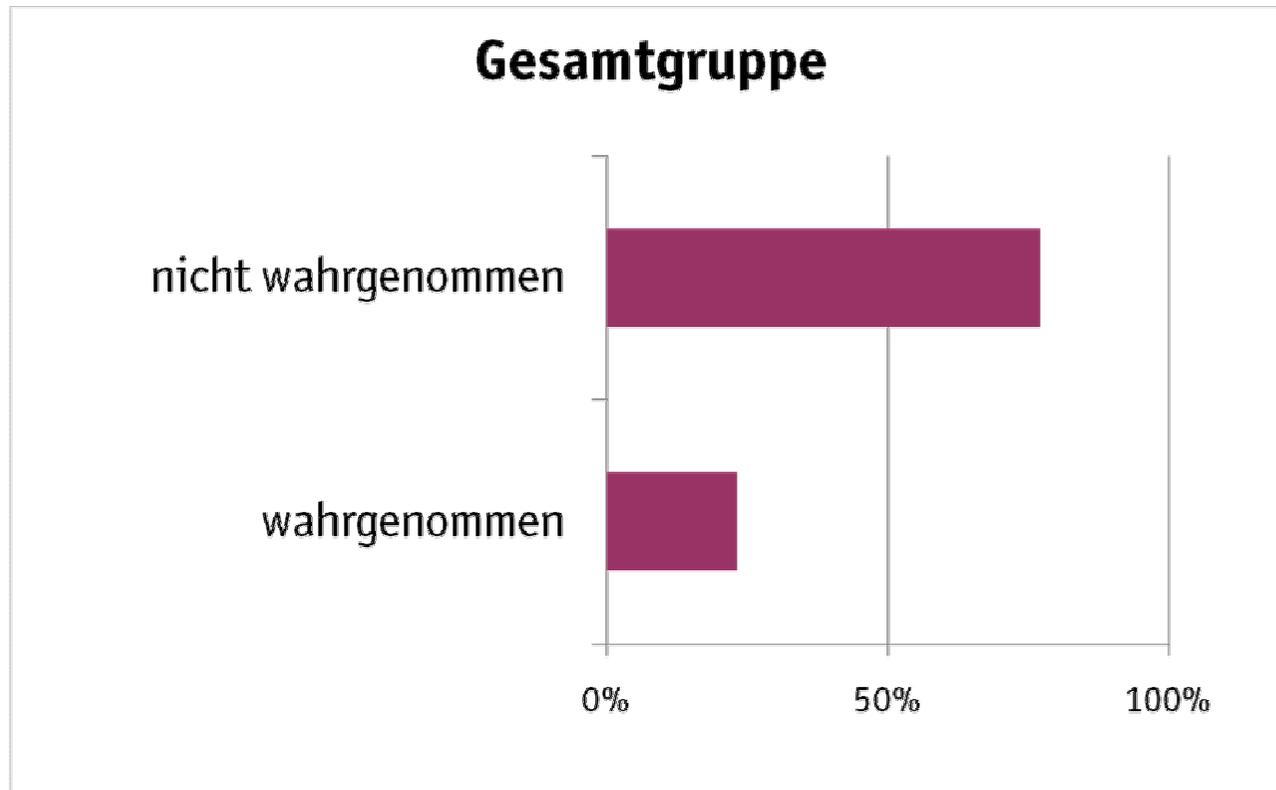
Ziel: Personen zur Teilnahme an LSB-Gesundheitssportangeboten motivieren

Zielgruppe: Personen ab 50 Jahren, Sportinaktive

Anbieter: LandesSportBund NRW

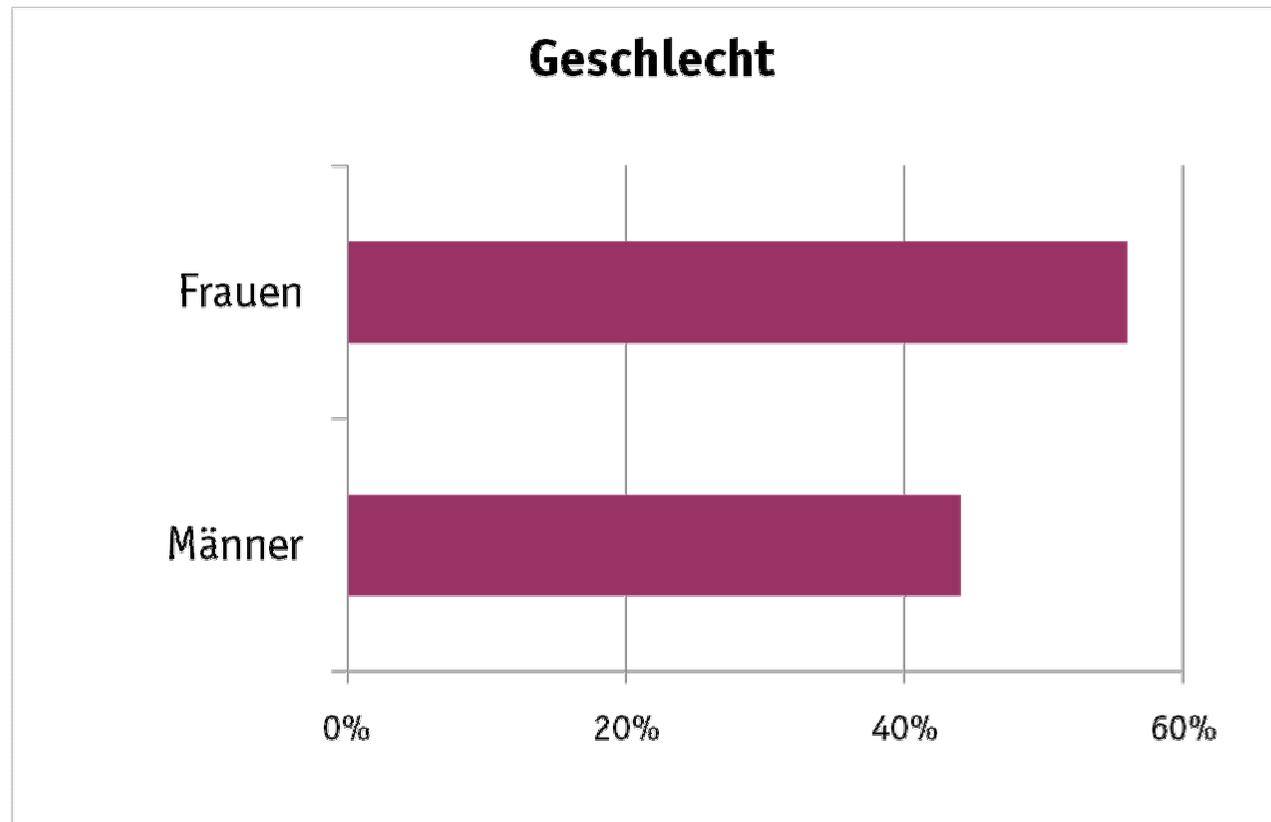
Befragung: Teilstrukturierte Interviews vor Plakatstandorten (n=60)

Plakatwahrnehmung - Gesamt



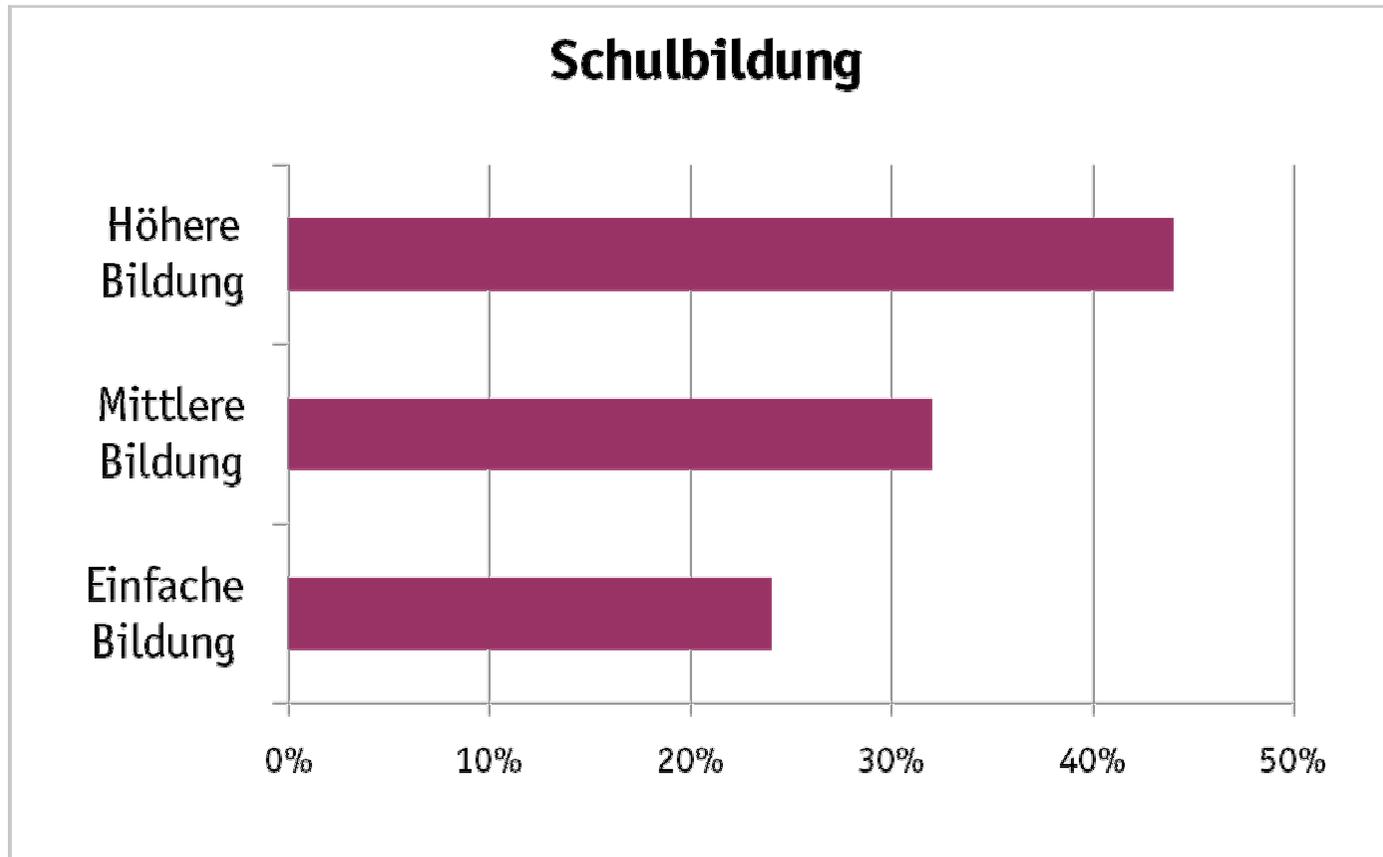
Das Plakat ist von der Mehrheit der Befragten nicht wahrgenommen worden

Plakatwahrnehmung - Geschlecht



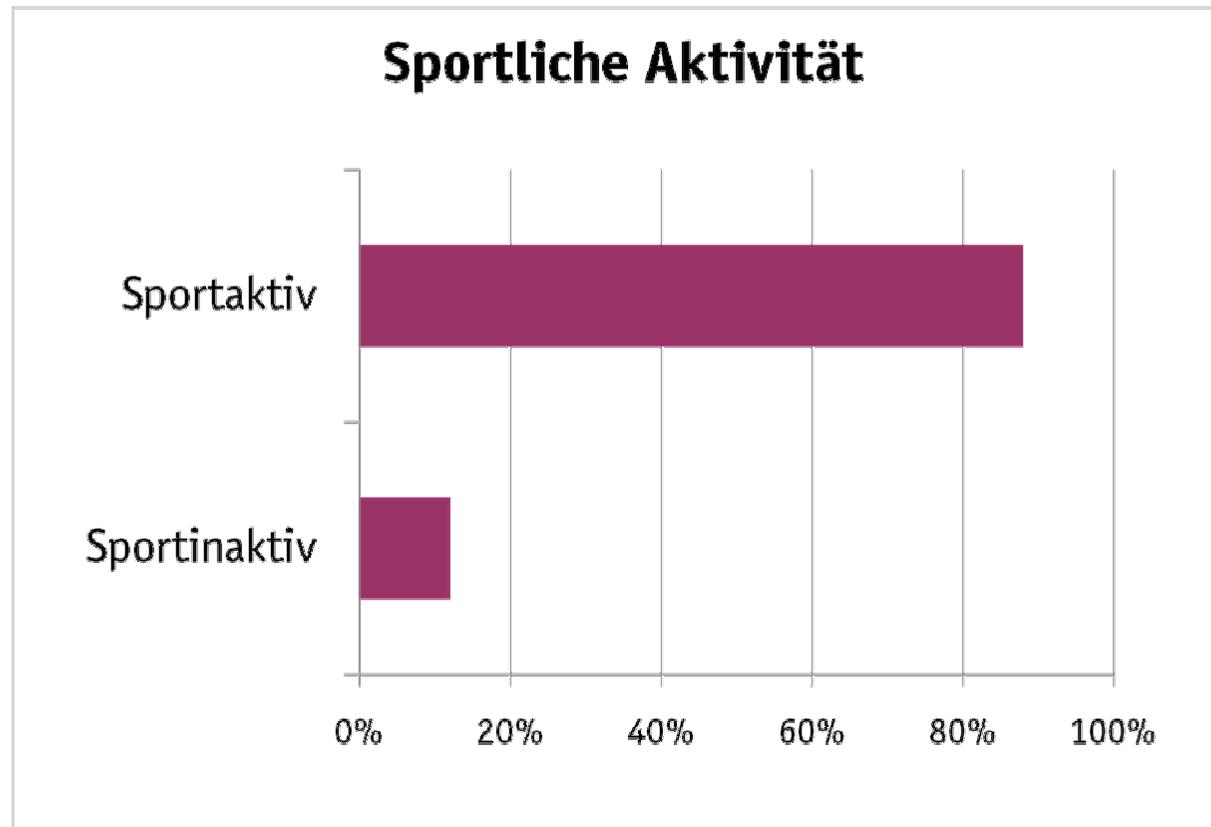
Personen, die das Plakat wahrgenommen haben, unterscheiden sich nicht hinsichtlich des Geschlechts

Plakatwahrnehmung - Schulbildung



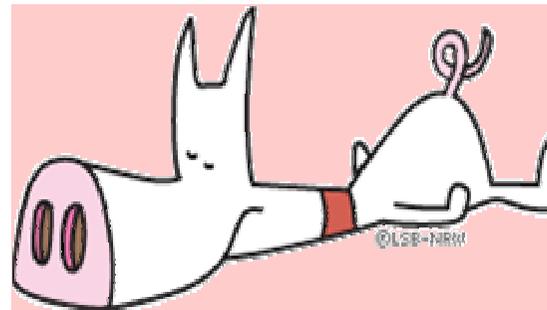
Diejenigen, die das Plakat wahrgenommen haben, sind vor allem Personen mit höherer und mittlerer Schulbildung

Plakatwahrnehmung - Sportaktivität



Personen, die das Plakat wahrgenommen haben, sind vor allem Sportaktive

Indirekter Zugangsweg: Website



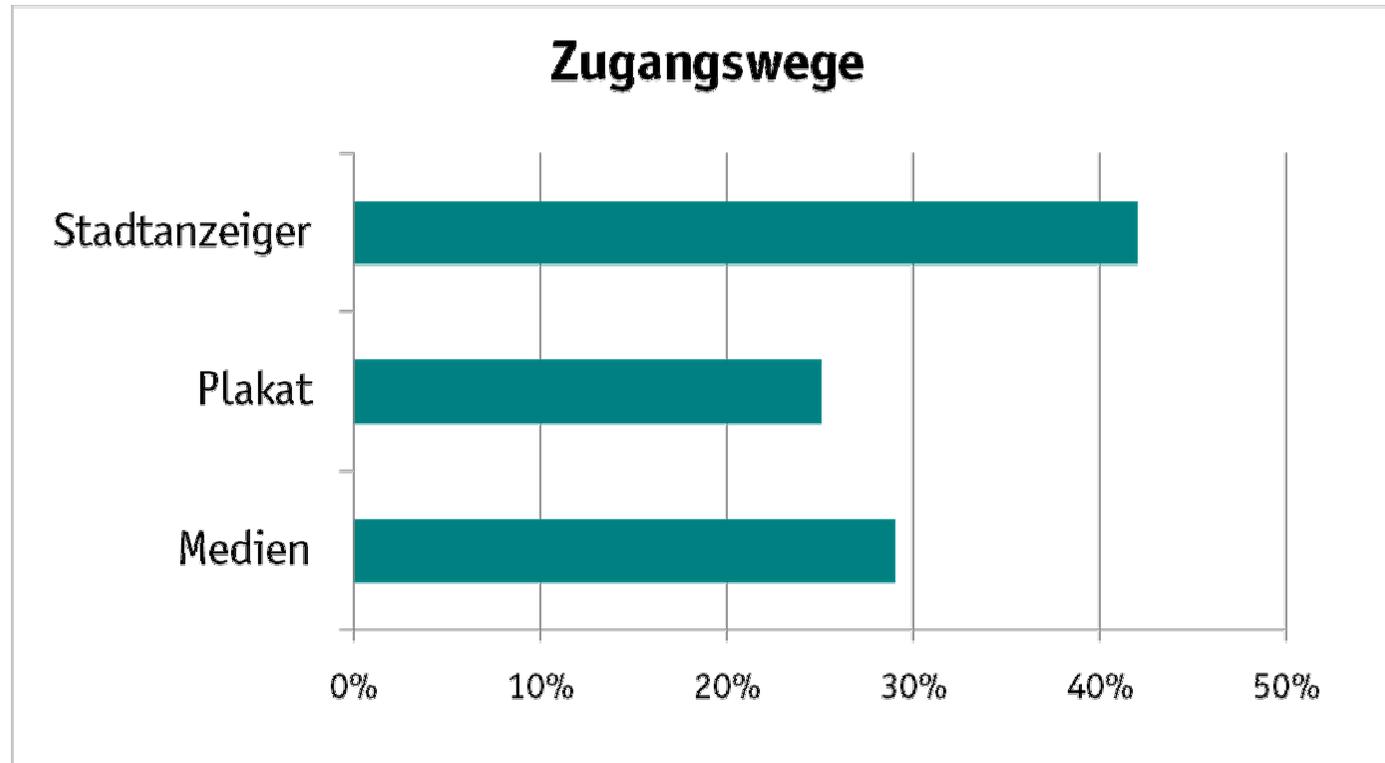
Sport und Gesundheit
Überwinde deinen inneren Schweinehund



LSB-Website - Ziele und Vorgehen

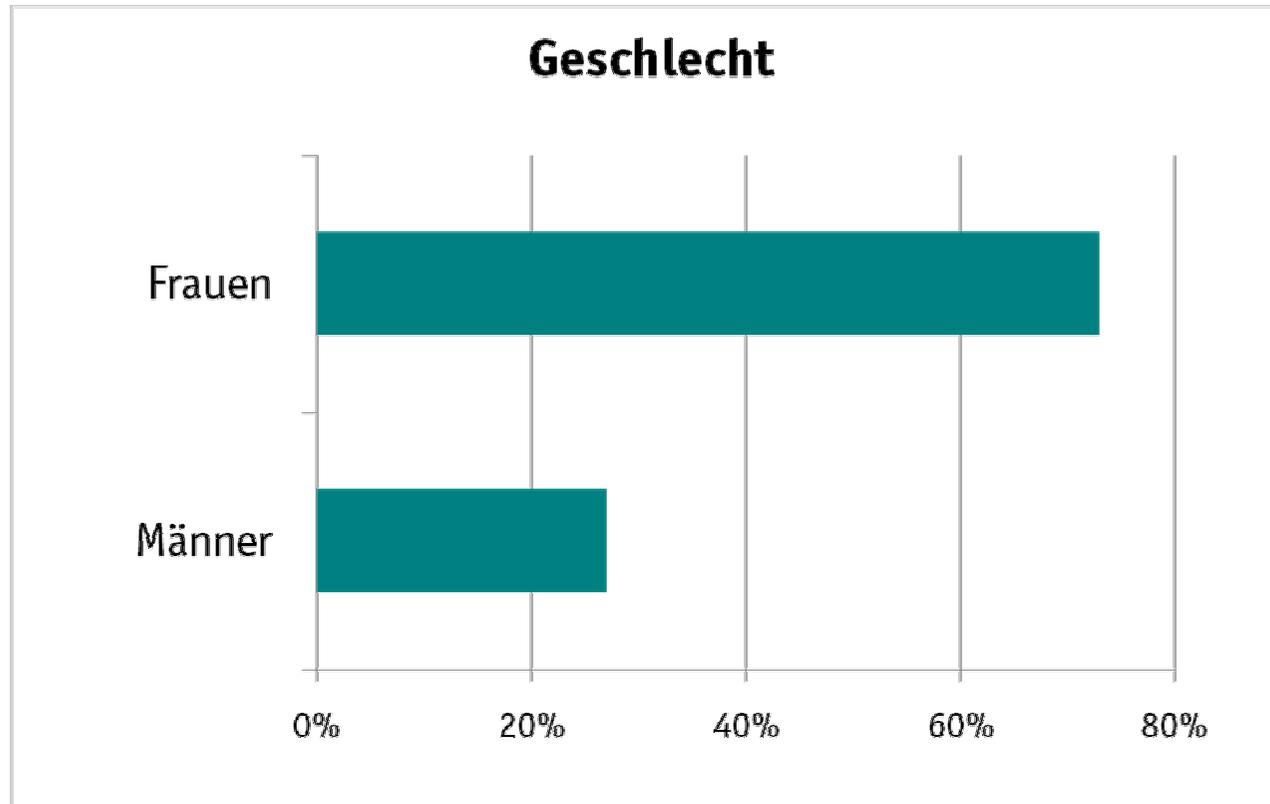
- Ziel: Personen zur Teilnahme an LSB-Gesundheits-sportangeboten motivieren
- Zielgruppe : Personen ab 50 Jahren, Sportinaktive
- Anbieter: LandesSportBund NRW
- Befragung: Online - Befragung auf der LSB-Website (n=252)

Online-Befragung - Zugangswege



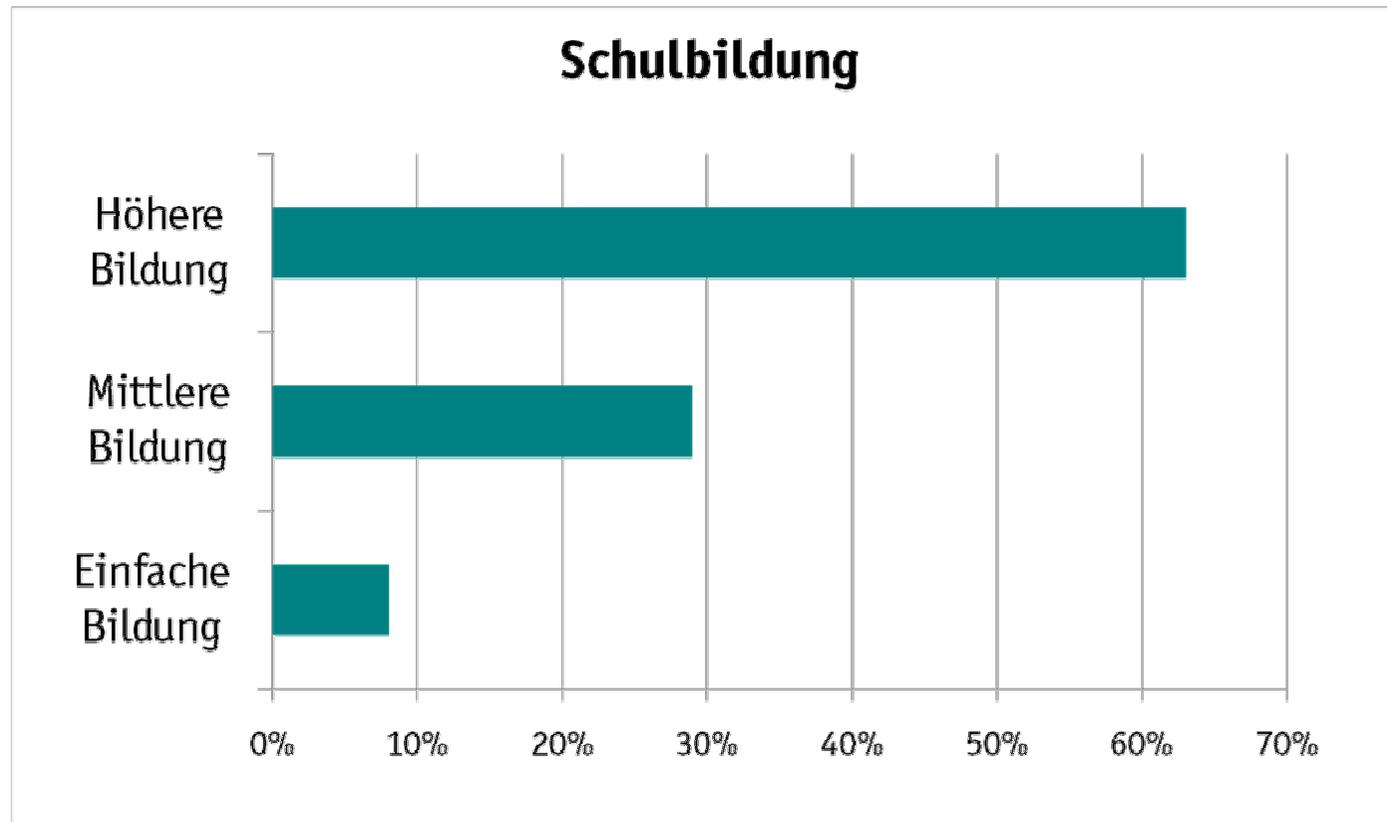
Den Zugang zur Online-Befragung auf der LSB-Website haben vor allem Personen gefunden, die auf die Online Befragung ausdrücklich hingewiesen wurden (Kölner Stadtanzeiger)

Online-Befragung - Geschlecht



Mehr Frauen als Männer nehmen an der Online-Befragung teil

Online-Befragung - Schulbildung



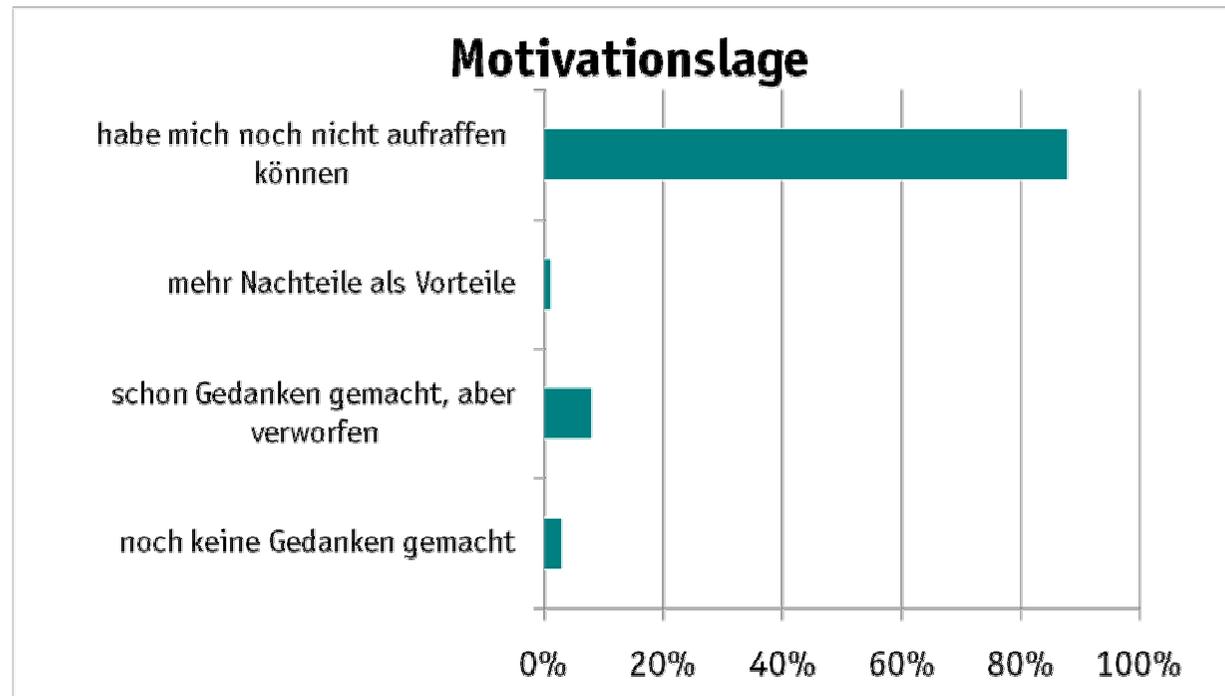
An der Online-Befragung auf der LSB-Website nehmen vor allem Personen mit mittlerer und höherer Schulbildung teil

Online-Befragung - Sportaktivität



Mehr Sportaktive als Sportinaktive haben an der Online-Befragung auf der LSB-Website teilgenommen

Online-Befragung - Sportinaktive



➔ Für die überwiegende Mehrheit der Sportinaktiven gilt:
„Eigentlich möchte ich Sport treiben, kann mich aber nicht dazu aufraffen“

Direkter Zugangsweg: Direct-Mailing

Termine & Anmeldung

TSV-Fitness und Gesundheitsstudio
Sedentaler Straße 109
40699 Erkrath-Hochdahl
ab 17.01.2008
12 x donnerstags 18.00 Uhr bis 19.00 Uhr

Melden Sie sich an!

Sie erreichen das **IKKimpuls**-Team in der Woche von 7-16 Uhr unter der folgenden Rufnummer: **(0 22 04) 9 12 -463** oder unter der E-Mail-Adresse **impuls-team@ikk-nordrhein.de**.

Darüber hinaus erreichen Sie unter der 24-h-Hotline auch außerhalb der Geschäftszeiten immer einen IKK-Nordrhein-Mitarbeiter, der Ihnen rund um die Uhr unter der Telefonnummer **(0 18 02) 31 32 72** gerne weiterhilft (6 Ct./ Anruf Festnetz T-Com).

Wissenschaftliche Begleitung

Vital 55+ ist ein gemeinsames Angebot Ihrer IKK Nordrhein und des gesund e.V. Der Kurs ist Bestandteil der Kampagne "Überwinde deinen inneren Schweinehund" des LandesSportBundes und des Innenministeriums Nordrhein-Westfalen und wird mit Fördermitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung wissenschaftlich vom gesund e.V. begleitet.



Aktiv werden



"Vital 55+ hat mir geholfen, wieder Freude an der Bewegung zu finden. Ich merke, wie fit ich mich jetzt fühle und wie gut mir regelmäßige Bewegung tut."

Dorit Witt (67 Jahre)

"Ich dachte, Sport sei nur etwas für junge Leute. Bei Vital 55+ habe ich kennen gelernt, was ich noch alles kann. Jetzt weiß ich, was ich für meine Gesundheit tun kann."

Michael Geilfus (62 Jahre)



"Vital 55+ ist ein Kurs nach unserem Geschmack: die gute Anleitung, der Spaß in der Gruppe, die Vielfalt an Übungen und Sportmöglichkeiten – es ist für jeden was dabei!"

Agnes & Bruno Veit
(65 & 66 Jahre)



Die Krankenkasse, die ihr Handwerk versteht.



Direct-Mailing – Ziele und Vorgehen

- Ziel: Teilnehmer gewinnen für „vital 55+“
- Zielgruppe : 55 – 70 Jährige, insb. Sportinaktive und Personen mit einfacher Bildung
- Anbieter: IKK Nordrhein in Kooperation mit Sportvereinen
- Auswahl: 55-70 jährige Mitglieder der IKK-Nordrhein (Postleitzahlenauswahl, n=10746)
- Anschreiben: - Informationsschreiben über das Projekt
- Bewerbungsflyer für vital 55+
- Fragebogen

Direct-Mailing - Erfolgsquote

10.746 Adressaten

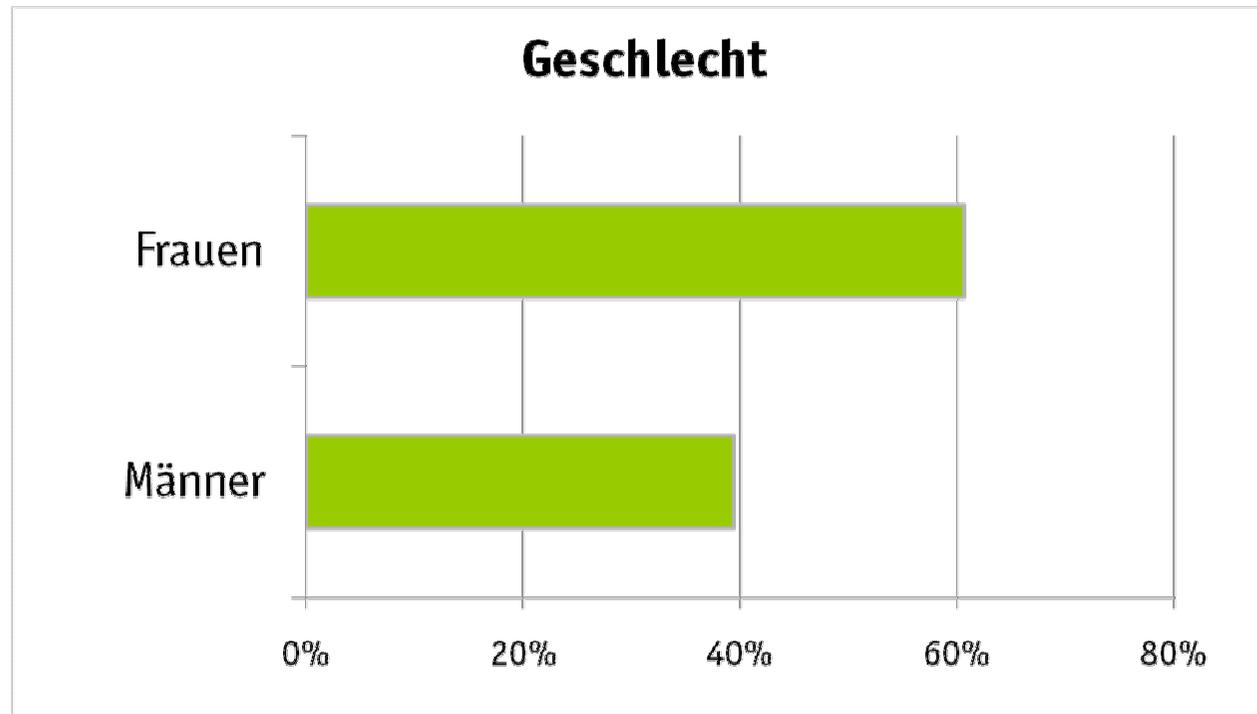


220 Anmeldungen (2,0%)



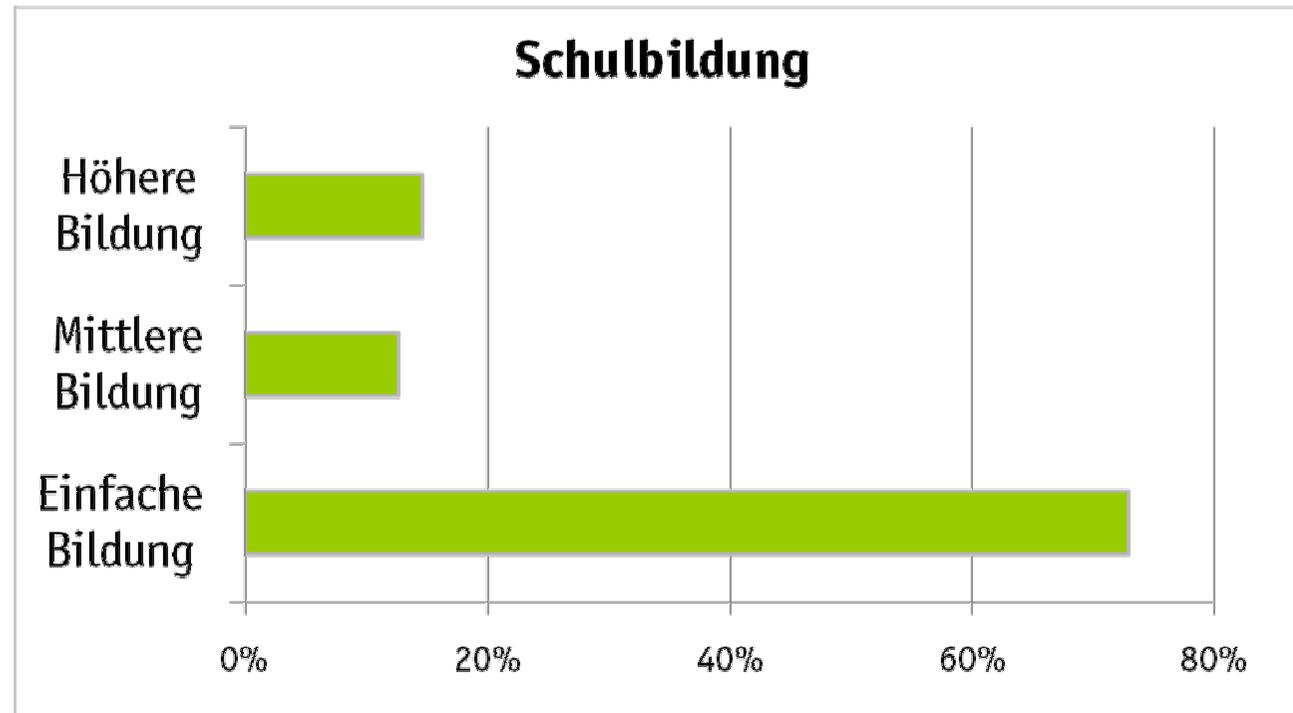
182 Teilnehmer (1,7%)

Teilnehmerprofil - Geschlecht



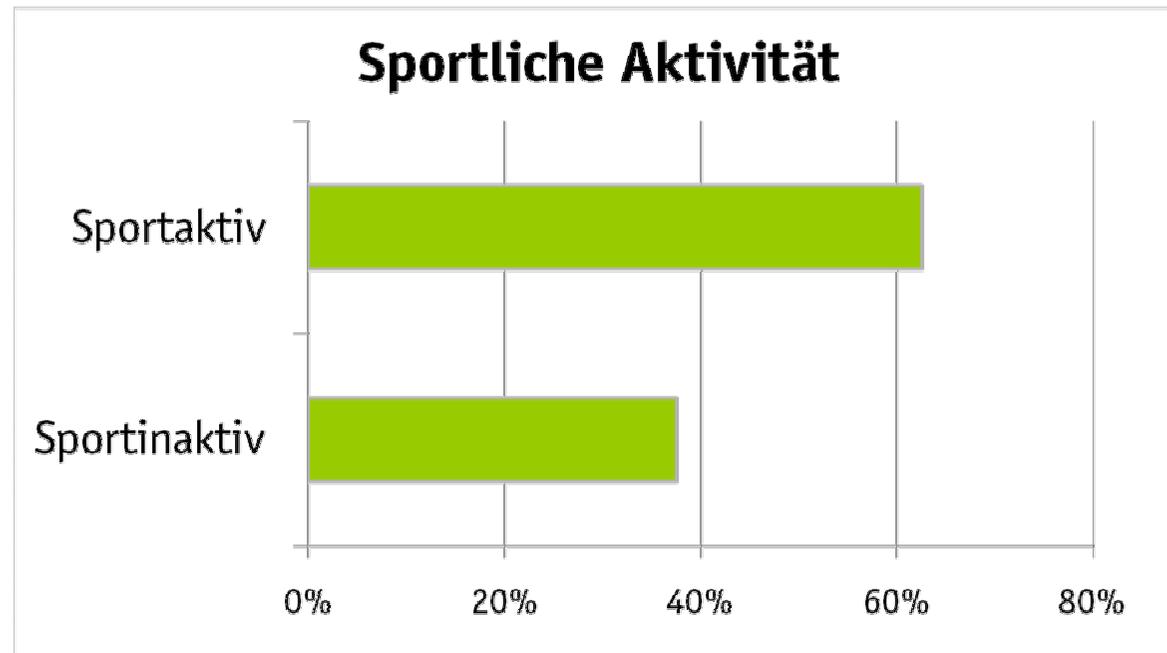
Fast 40% der Teilnehmer sind Männer

Teilnehmerprofil - Schulbildung



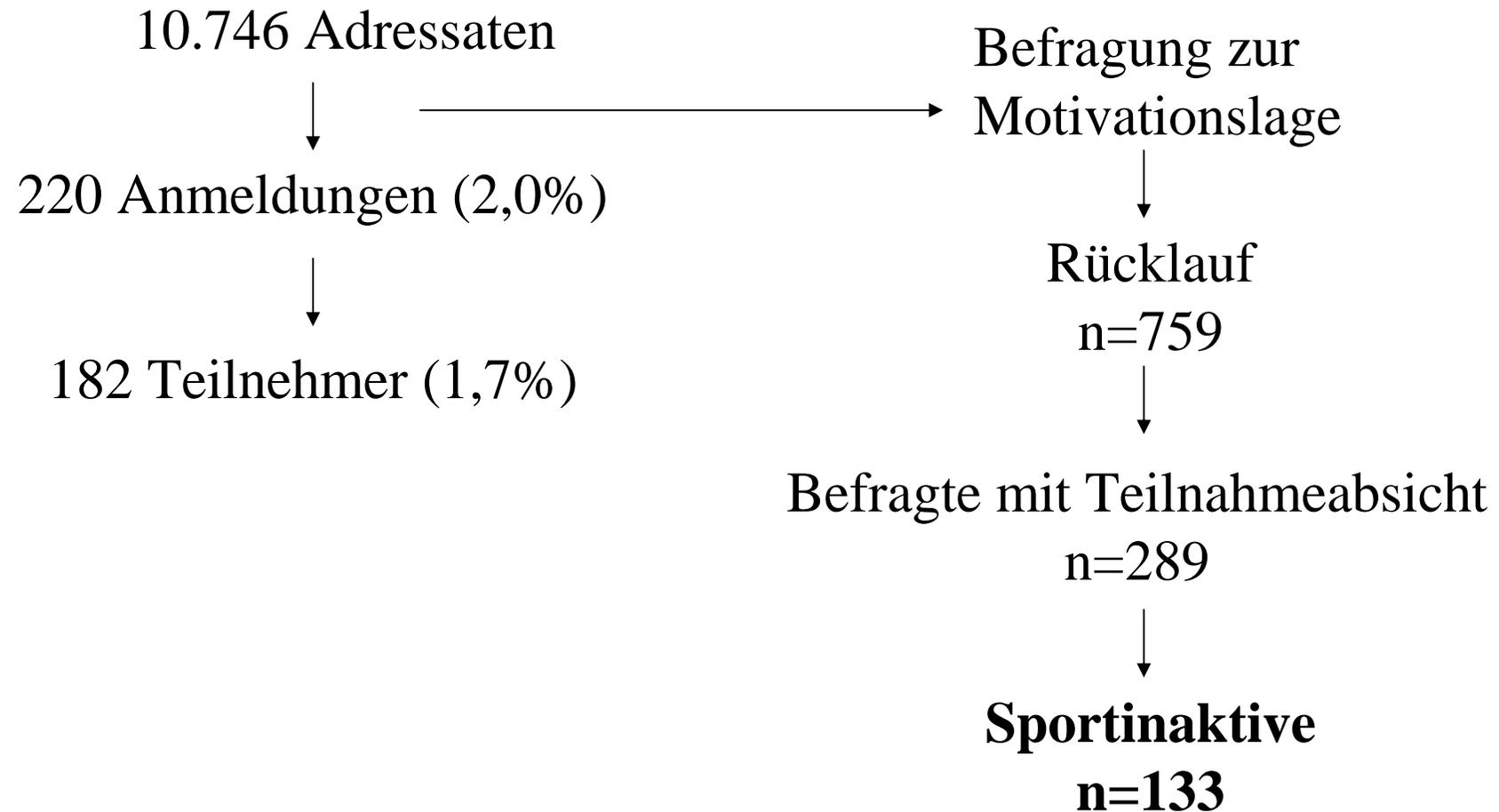
Mit dem Direct-Mailing werden mehrheitlich Personen mit einfacher Schulbildung zur Teilnahme motiviert

Teilnehmerprofil - Sportaktivität

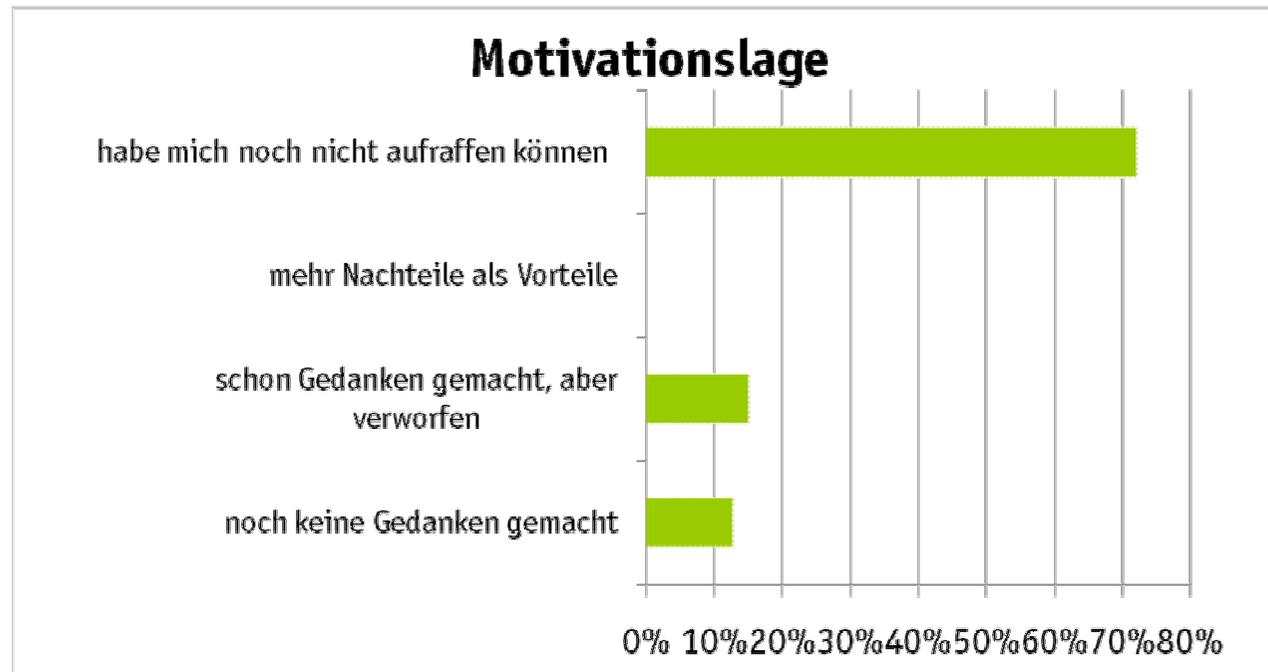


Mehr als 1/3 der Teilnehmer sind bisher Sportinaktive

Direct-Mailing - Befragung



Befragung - Sportinaktive mit Teilnahmeabsicht



Für die überwiegende Mehrheit der Sportinaktiven gilt:
„Eigentlich möchte ich Sport treiben, kann mich aber nicht dazu aufrufen“

Direkter Zugangsweg: Face to Face



(Bildquelle: www.gettyimages.de)

Ärzte als Multiplikatoren – Ziele und Vorgehen

Ziel: Teilnehmer gewinnen für „Aktiv in Bewegung“

Zielgruppe: Personen ab 50 Jahren, Männer, Sportinaktive

Anbieter: Gesundheitszentren & Sportvereine in
Kooperation mit der TK

Multiplikator: Niedergelassene Hausärzte
n = 235 (ca. 18-20 Ärzte pro Anbieter)

Auswahl: Zufallsprinzip über die Ärztekammer Nordrhein &
Ärztekammer Westfalen im Umkreis der Anbieter

Anschreiben: - Informationsschreiben über das Projekt
- Bewerbungsflyer für die Bewegungskurse



AKTIV IN BEWEGUNG



Fitnesskurse für Männer und Frauen
ab 50 Jahre

BEWEGUNG IST GESUND

Mit dem Alter werden bekommt nicht nur unsere Haut »Falten«, sondern auch unsere Körperfunktionen und -strukturen. Ab dem 30. Lebensjahr kommt es erfahrungsgemäß pro Lebensjahrzehnt zu folgenden Veränderungen:

- Reduktion der Ausdauerleistungsfähigkeit um 15%
- Nachlassen der Muskelkraft um 10-15%
- Rückgang der Beweglichkeit um 5-15%
- Verringerung der Knochendichte um bis zu 20%

Aber, keine Sorge – diesem Rückgang können Sie entgegen wirken! Durch viel Bewegung können Sie den Abbau aufhalten oder zumindest deutlich verlangsamen. Beispielsweise kann sich die Muskelkraft auch im Alter entwickeln und sich in wenigen Monaten sogar verdoppeln. Finden Sie für sich eine Strategie aktiv zu bleiben. Der Kurs »Aktiv in Bewegung« hilft Ihnen dabei!



BEWEGUNG IST GESUND

»Der Kurs »Aktiv in Bewegung« hat mir geholfen Spaß an der Bewegung zu finden. Ich merke, wie fit ich mich fühle und wie gut mir die regelmäßige Bewegung tut!«



Heinz M., 55 Jahre



Dorit W., 65 Jahre

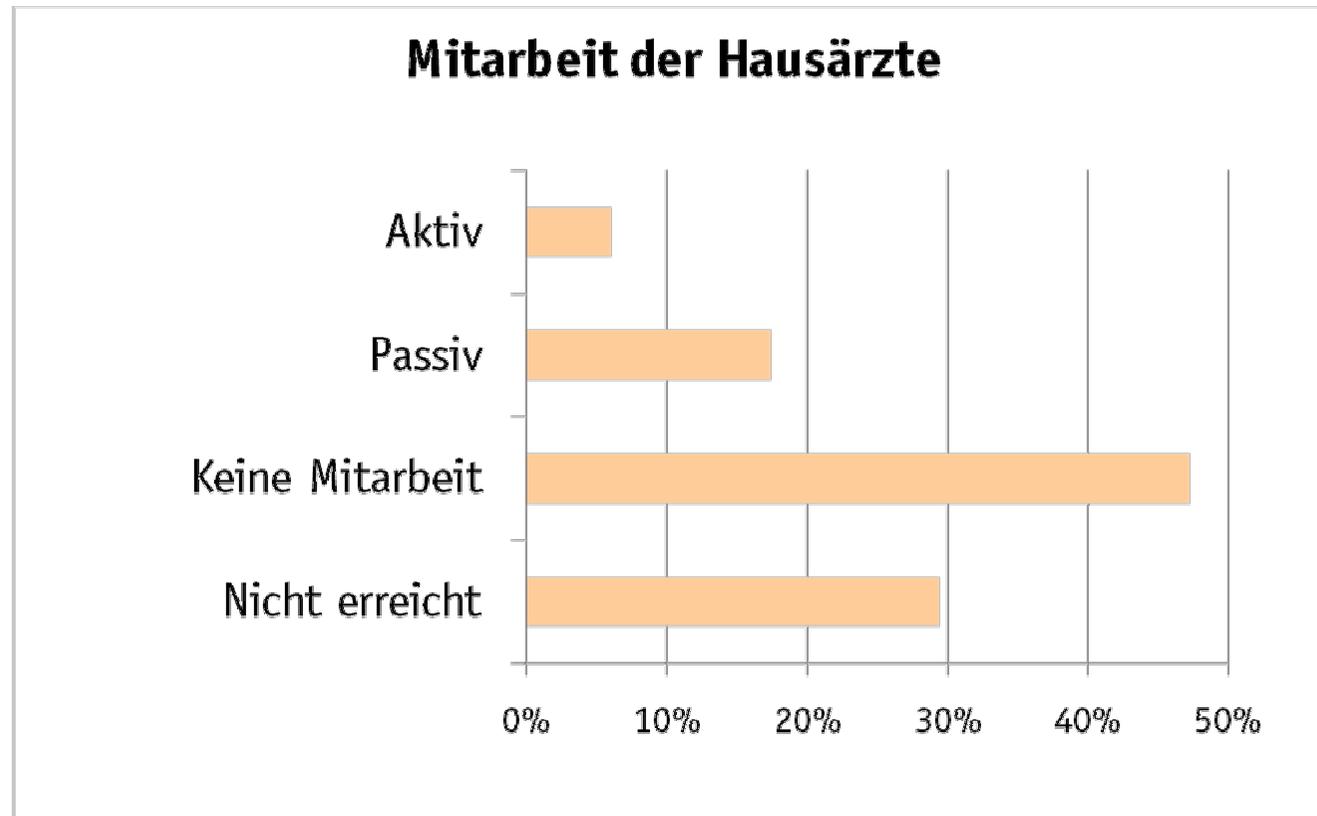
»Ich dachte Training an Geräten ist nur etwas für Leute, die in die »Muckibude« gehen, aber es macht mir Spaß und ich merke den Erfolg! Allerdings gefallen mir auch die Einheiten im Kursraum, die Übungen kann ich wunderbar auch zu Hause durchführen.«

»Aktiv in Bewegung« ist endlich ein Kurs nach meinem Geschmack. Mir gefällt die Abwechslung von Ausdauertraining, Krafttraining und Übungen zur Verbesserung meiner Beweglichkeit – ich kann ihn nur jedem empfehlen!«



Jürgen B., 50 Jahre

Zugangsweg Hausärzte



Nur 6% der Hausärzte sind bereit, dem Zugangsweg „face to face“ nachzugehen



Hauptgrund: Zeitmangel

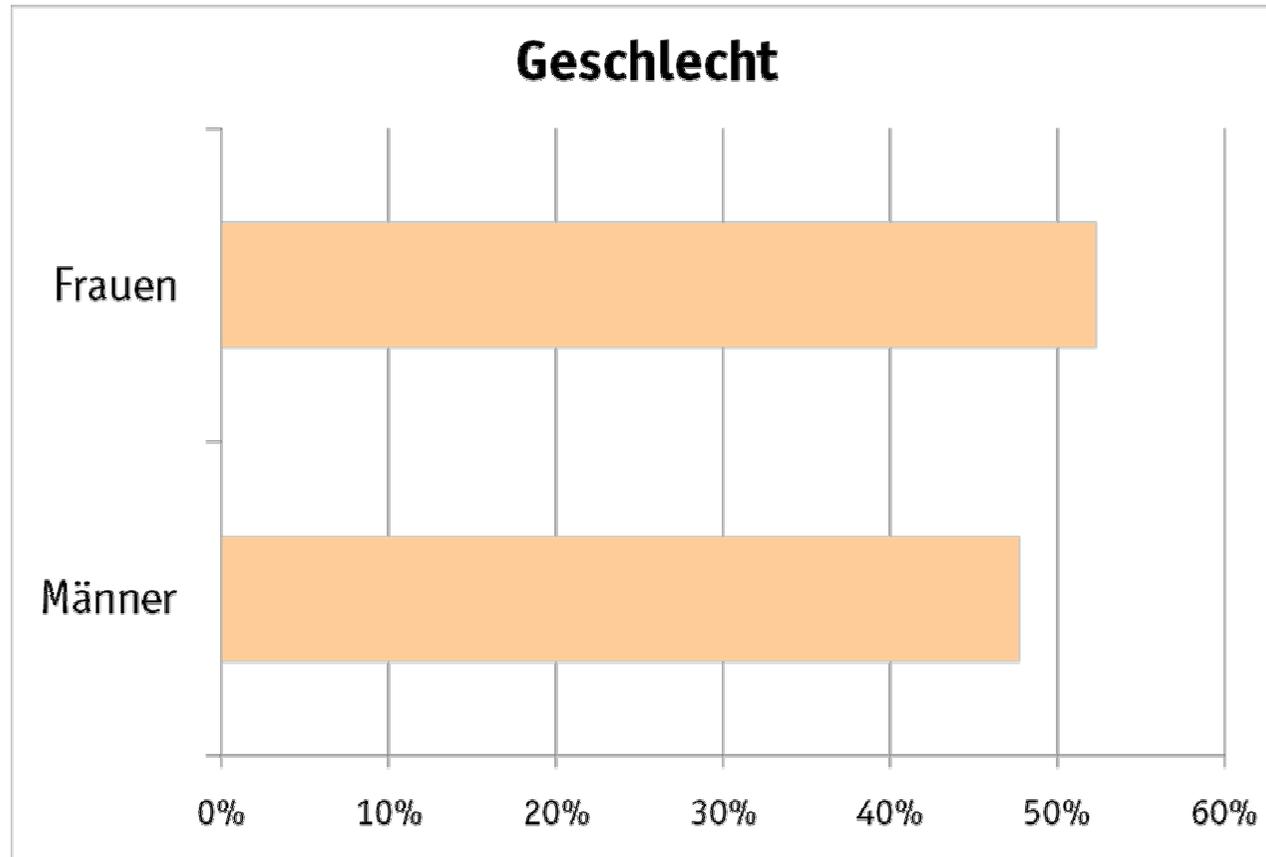


Aufbereitung von neuen Zugangswegen

Teilnehmerakquise – Weiteres Vorgehen

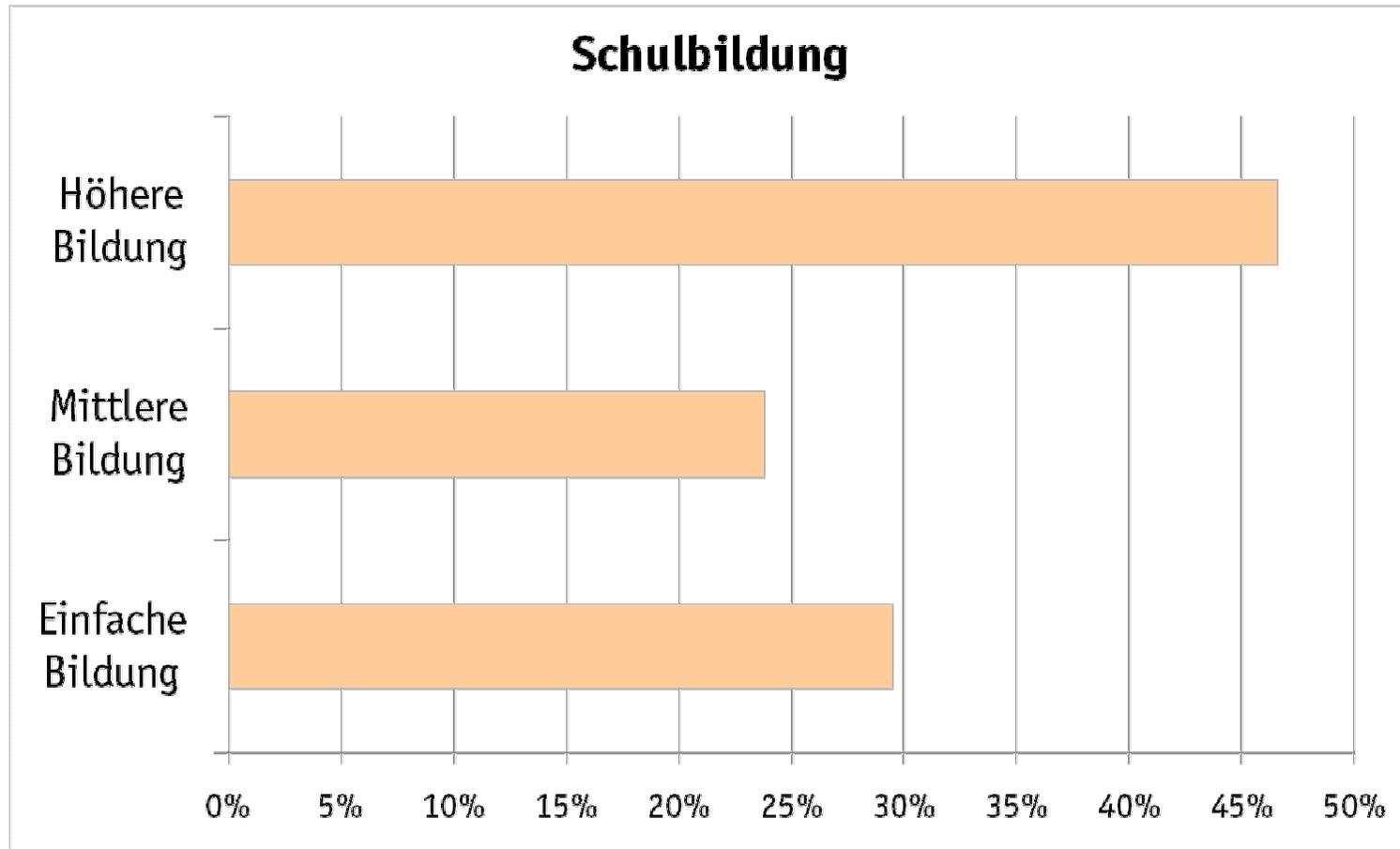
- Zeitung 33,0%
- Freunde und Bekannte 26,8%
- Rehasentren 14,3%
- Krankenkassen 2,7%
- Hausärzte 4,5%
- Sonstiges 9,8%

Teilnehmerprofil – Geschlecht



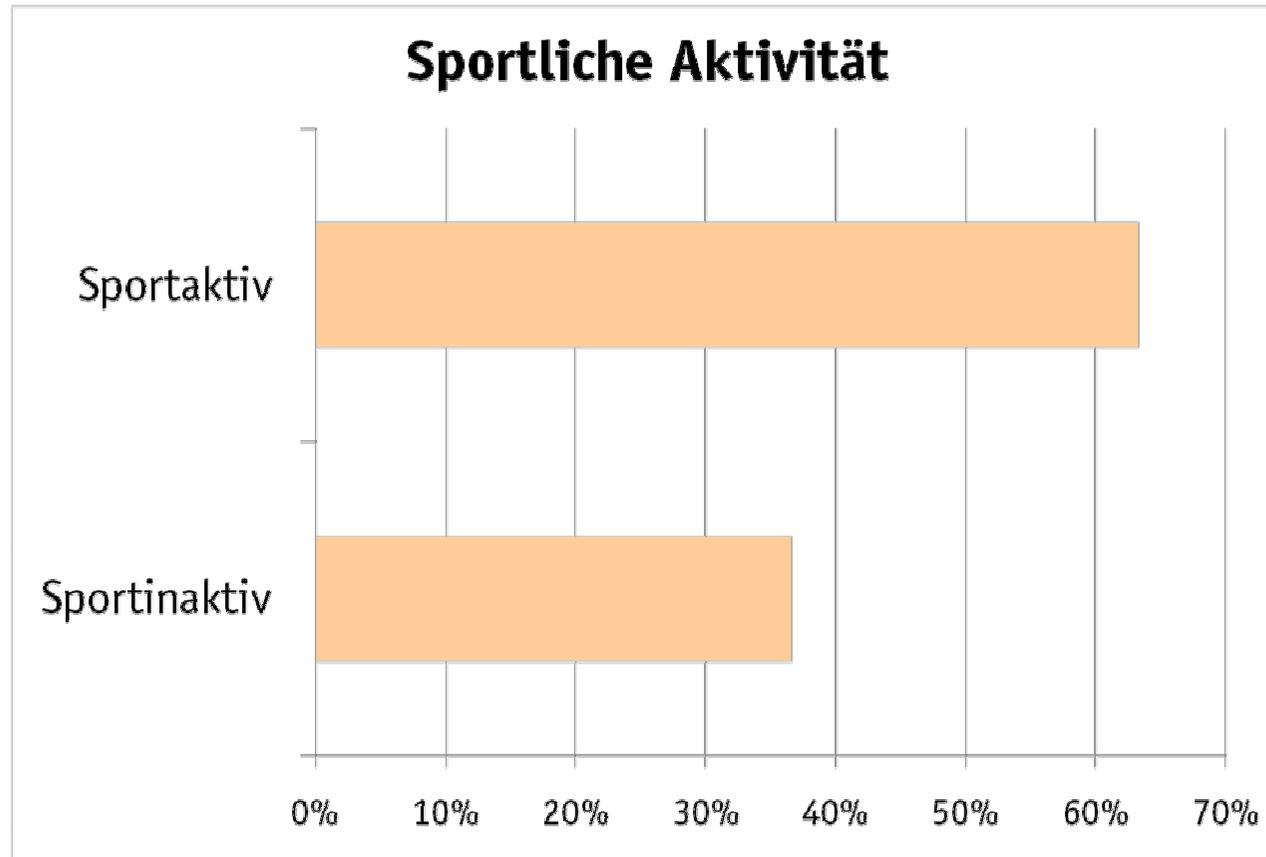
- ➔ Überproportional hoher Männeranteil kann erreicht werden (→ Ø-Alter: $59,33 \pm 8,0$)
- ➔ Der relativ hohe Prozentsatz der Männer ist nicht auf den Zugangsweg zurückzuführen

Teilnehmerprofil - Bildung



Zu fast 50% wird die höhere Bildungsschicht erreicht

Teilnehmerprofil - Sportaktivität



Fast 2/3 der Teilnehmer sind bereits sportaktiv

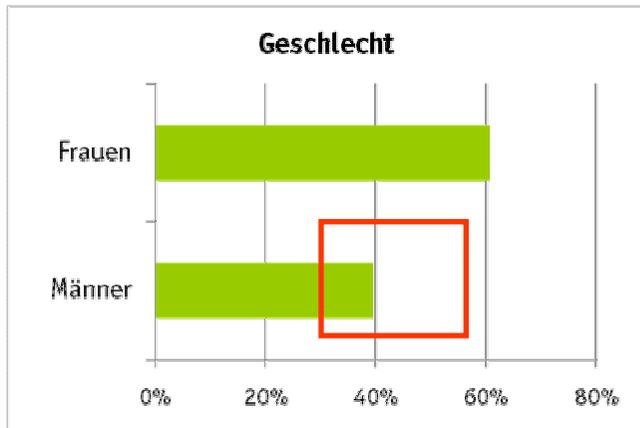


Der Prozentsatz der Sportinaktiven variiert nicht in Bezug auf den Zugangsweg

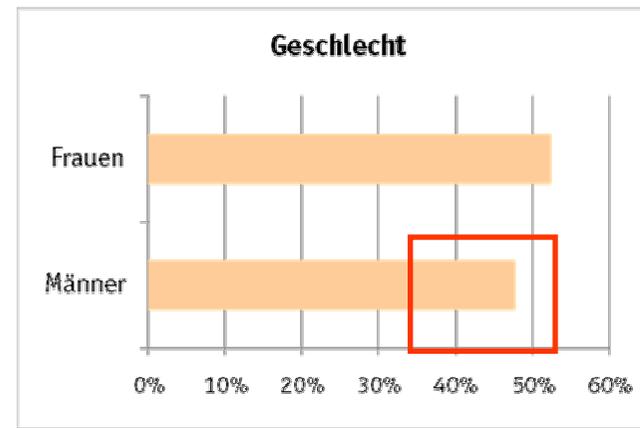
Vergleichende Analyse – Geschlecht / Bildung

Durch welche Zugangswege können spezielle Zielgruppen wie Männer oder Personen mit einfachem Bildungsstand erreicht werden?

Vergleichende Analyse - Geschlecht



Direct-Mailing - Kursteilnahme

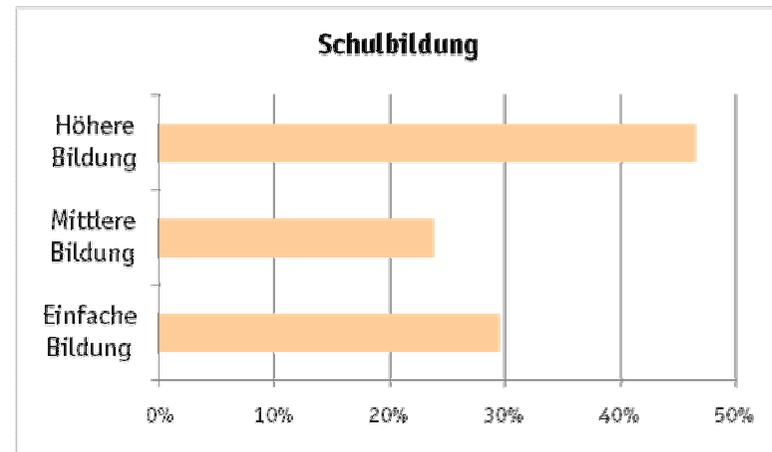
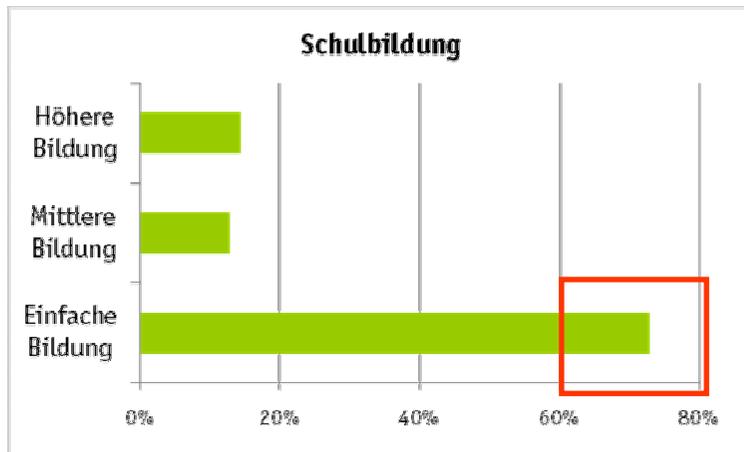


Zugangsmix - Kursteilnahme

Überproportional hohe Teilnahme von Männern an den Präventionskursen – Begründung:

- Konkretes, attraktives Gesundheitssport-Angebot
- Direkte Ansprache

Vergleichende Analyse - Bildung



Direct-Mailing - Kursteilnahme Zugangsmix - Kursteilnahme

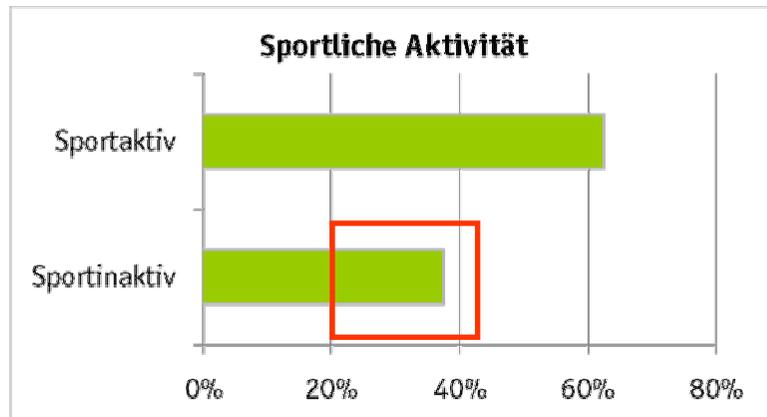
Hoher Anteil von Personen der einfachen Bildungsschicht bei vital 55+ - Begründung:

- Direkter Zugangsweg zur Zielgruppe (IKK Nordrhein)

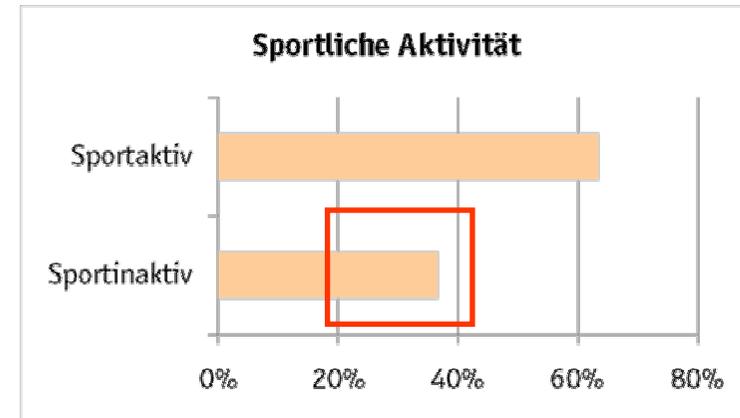
Vergleichende Analyse - Sportinaktive

Durch welche Zugangswege können Sportinaktive am ehesten erreicht werden?

Vergleichende Analyse - Sportaktivität



Direct-Mailing - Kursteilnahme



Zugangsmix - Kursteilnahme

Ca. 1/3 der Teilnehmer an den Präventionskursen sind Sportinaktive – Begründung:

- Konkretes, zielgruppenspezifisches Angebot
- Direkte Zugangswege

- ❖ Indirekte Zugangswege für Ältere zu Bewegungsangeboten sprechen insbesondere Frauen, Personen aus der höheren Bildungsschicht und Sportaktive an.
- ❖ Männer, Personen der einfachen Bildungsschicht und Sportinaktive sind eher durch direkte Ansprache und / oder ein konkretes Angebot zu erreichen.
- ❖ Die Sportinaktiven, die sich für gesundheitsförderliche Angebote interessieren, weisen eine realisierungsnahen Motivationslage auf.



Verschiedene Zugangswege erreichen unterschiedliche Zielgruppen!

Empfehlungen

- ❖ Möglichkeiten und Grenzen von Zugangswegen erkennen –
Beispiel Ärzte als Multiplikatoren.
- ❖ Zugangswege in dem Lebensumfeld der Zielgruppe suchen –
Beispiel Direct-Mailing bei IKK-Mitgliedern.
- ❖ Verschiedene Zugangswege kombinieren –
Beispiel Zeitung und Internet.



Vielfalt der Zugangswege kreativ zu nutzen hat!

Ende

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

