



# 10. addz. e.V. Jahrestagung in Bremen



# Kooperationen mit Firmen zur Darmkrebsvorsorge



# Warum Firmenveranstaltungen?



Zum Zeitpunkt des Marketing-Checks entwickelte Helios auf Konzernebene Helios Prevention Center (weiter).

→ **betriebliche Darmkrebsprävention war unsere regionale Antwort darauf**



Die Unternehmen in Südwestfalen identifizieren sich stark mit der Region. Es besteht eine hohe Bereitschaft, sich sozial zu engagieren.

→ **Gem. Leitbild wollten wir uns als Gesundheitszentrum der Region positionieren**



Unternehmen spielten bis dato als Shareholder im Marketing-Konzept keine Rolle.

→ **Das Darmkrebspräventionsprojekt diente als Pilot-Marketingmaßnahme**



Unsere Chefärzte pflegen gute Kontakte zu Firmeneinhabern/Geschäftsführern.

→ **Diese Vernetzung wollten wir nutzen**

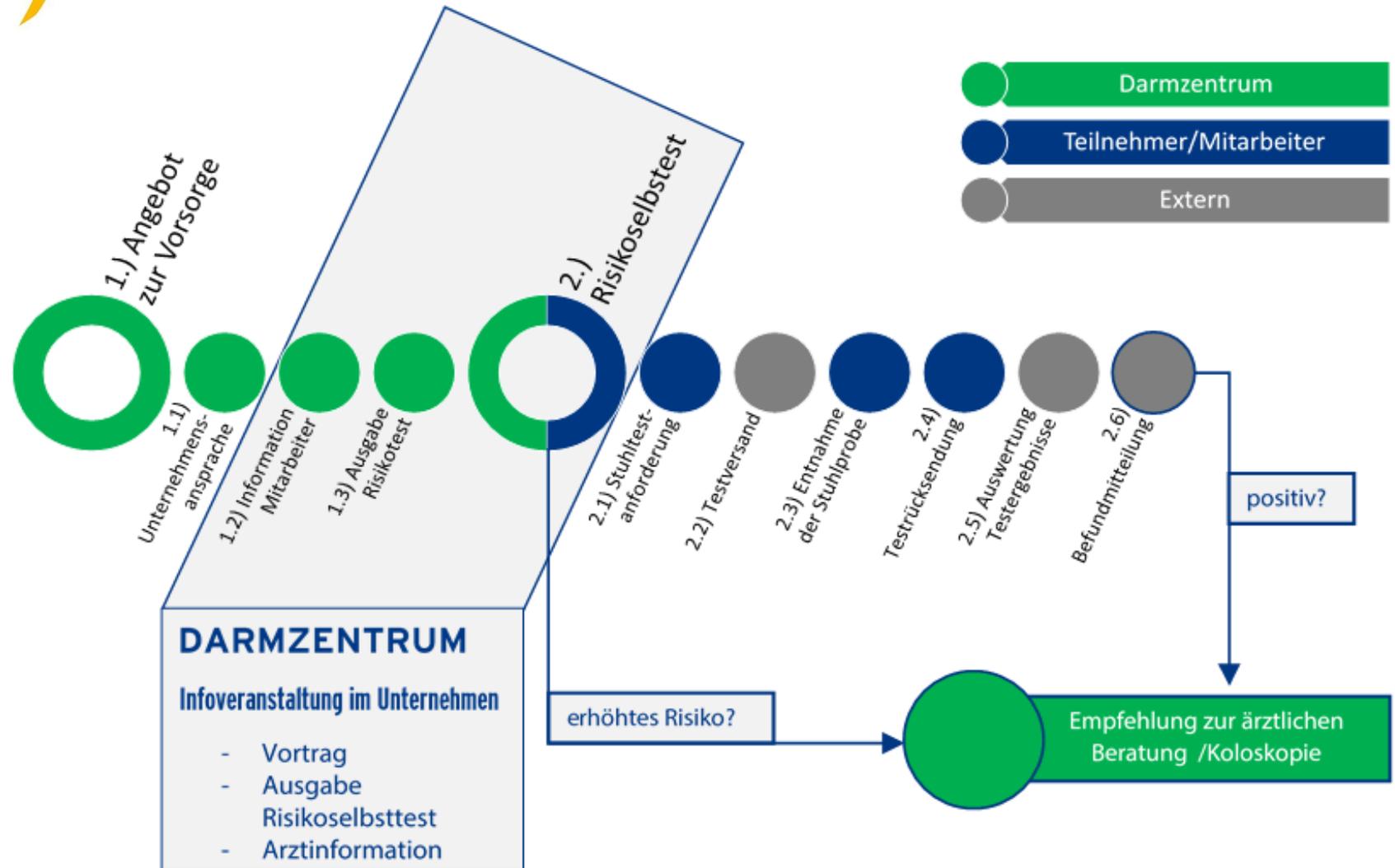


Das betriebliche Gesundheitsmanagement nimmt einen zunehmend hohen Stellenwert ein.

→ **Wir wollten uns als Ansprechpartner für Gesundheitsfragen positionieren**

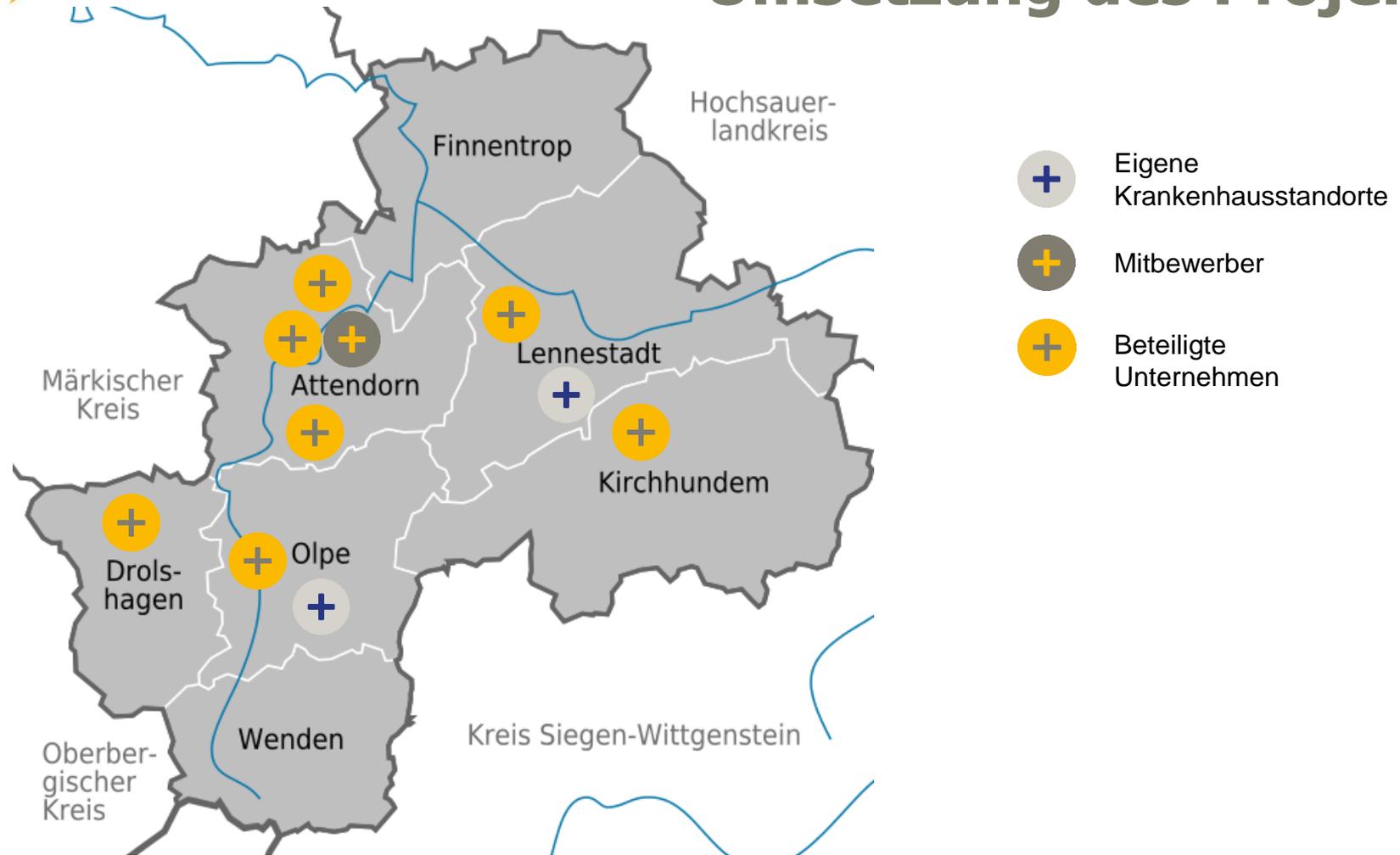


# Strategische und operative Umsetzung des Projekts





# Strategische und operative Umsetzung des Projekts





# Strategische und operative Umsetzung des Projekts

## Unternehmensakquise

Persönliche Ansprache der Firmenchefs durch die Ärzte des Darmzentrums;  
Kurzvorstellung des Vorhabens im Kontakt



Anbahnung eines Planungstermins zwischen den im Unternehmen zuständigen Mitarbeitern (in der Regel BGM) und der Unternehmenskommunikation des Darmzentrums



Konkrete Vorstellung des Vorsorgeangebots im Telefonkontakt, per Mail und persönlich durch die Unternehmenskommunikation

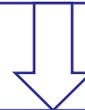


Vereinbarung eines gemeinsamen Veranstaltungstermins bzw. Integration in die Gesundheitstage des Unternehmens

## Durchführung

### Vorbereitung:

- iFOBT-Tests: Organisation der Logistik
- Erstellung Werbematerial, Ankündigungen
- Erstellung einer einheitlichen Power-Point-Präsentation
- Terminkoordination



### Durchführung:

- Begleitung des Arztes durch Unternehmenskommunikation bzw. QM
- Aushändigung der Evaluationsbögen



### Nachbereitung:

- Auswertung der Evaluation durch die Unternehmenskommunikation

## Evaluation

### Fragebogen mit folgenden Inhalten:

- Wie sind Sie auf die Veranstaltung aufmerksam geworden?
- Zufriedenheit
  - Zeitansatz der Veranstaltung
  - Verständlichkeit der Inhalte
  - Relevanz
  - Benotung der Veranstaltung
- Wichtigkeit diverser Themen
- Freitextfelder



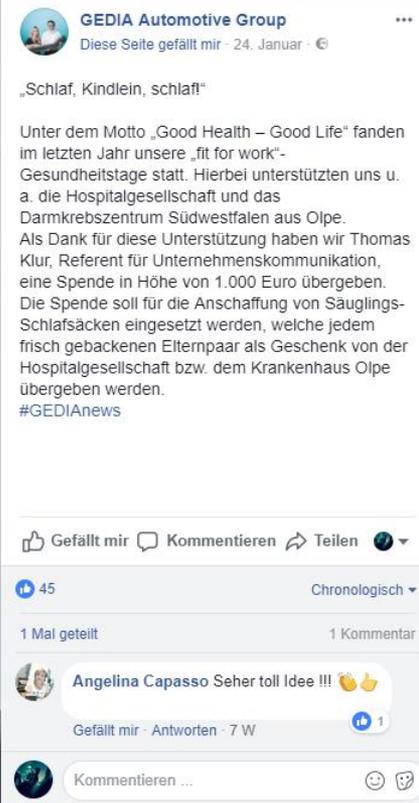
# Was haben uns die Kooperationen gebracht?

1. Patienten, die nach auffälligen iFOBT-Tests zur Vorsorgekoloskopie zu uns gekommen sind
2. Positionierung als Ansprechpartner bei Gesundheitsfragen
  - Diverse Nachkontakte mit den BGMLern
  - Konkrete Unterstützungsanfragen
  - Folgeveranstaltungen
3. Fundraising
  - Zwei Unternehmen haben für Geburtshilfe bzw. Palliativstation gespendet



# Was haben uns die Kooperationen gebracht?

## 4. PR/Imagesteigerung



# Unter dem Motto: Good Health – Good Life...



...fanden in diesem Jahr unsere Aktionstage des ffw-Teams statt. Diesmal gab es ein buntes Programm an Infos und diversen Messungen.

Die Nicolai-Apotheke aus Attendorn führte einen Vitalcheck sowie eine Lipidmessung durch. Die Techniker Krankenkasse beteiligte sich mit Messungen zur Körperhaltung und zur Beweglichkeit.

Großen Anklang fanden zudem die Vorträge und Informationen zum Thema Darmkrebsvorsorge, die von der Hospitalgesellschaft und dem Darmzentrum Südwestfalen durchgeführt wurden. Dabei haben die Herren Dr. med. Karl-Heinz Ebert und Dr. med. Martin Asbach anhand von Vorträgen und visueller Darstellung das Thema Darmkrebs und Maßnahmen zur Früherkennung sehr anschaulich und verständlich vorgebracht.

Es bestand außerdem die Möglichkeit, kostenlos zur Verfügung gestellte Schnelltests zur Darmkrebs-Früherkennung zu erhalten. Alle von uns angebotenen Aktionen waren ausgebucht oder hatten sogar eine Warteliste. Insgesamt bekamen wir rund 190 Anmeldungen.

Wir bedanken uns bei allen externen Akteuren ebenso herzlich wie bei unseren Kolleginnen und



Thomas Klur von der KHS (re) hat erfolgreich gezeigt, dass das Thema Darmkrebs-Prävention kein Tabuthema sein muss. Es fehlt Herr Volker Knie, ebenfalls von der KHS.

Kollegen, die durch ihre Teilnahme unsere Arbeit im Gesundheitsmanagement wieder tatkräftig unterstützt haben. Bitte weiter so!

Anregungen, Tipps oder auch konstruktive Kritik nehmen wir gerne unter [ffw@gedia.com](mailto:ffw@gedia.com) entgegen.

— Im Namen des ffw-Teams: Kerstin Schrejma



...v.l.n.r. Thomas Klur, Jan Zinnenfeld, Andreas Schnell



Eine weitere Mitarbeiterin der Techniker Krankenkasse (Anna Klein) misst bei Josef Schnüttgen, wie beweglich er ist. Auch hier erfolgte eine computergestützte Auswertung mit individuellen Handlungsempfehlungen.



Dr. med. Karl-Heinz Ebert ist Chefarzt der Allgemein- und Visceralchirurgie des St. Martinus-Hospitals in Olpe und Leiter des Departments von Südwestfalen



Katholische  
Hospitalgesellschaft  
Südwestfalen gGmbH

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

## Kontakt

### **Dr. Karl-Heinz Ebert**

Chefarzt für Allgemein- und Visceralchirurgie &  
Leiter des Darmzentrums Südwestfalen

Katholische Hospitalgesellschaft Südwestfalen gGmbH  
St. Martinus-Hospital Olpe  
Hospitalweg 6  
57462 Olpe

Fon (02761) 85-2909

Fax (02761) 85-2349

[k.ebert@martinus-hospital.de](mailto:k.ebert@martinus-hospital.de)

[www.hospitalgesellschaft.de](http://www.hospitalgesellschaft.de)