



ENTWICKLUNG, UMSETZUNG UND EVALUATION EINER NATIONALEN AUFKLÄRUNGS- UND KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE ZU DIABETES MELLITUS

Abschlussbericht des Projektzeitraums vom 01.07.2016 bis 31.12.2019

30.06.2020

Titel und Verantwortliche

Kennzeichen	Inhalt
Titel des Projekts	Entwicklung, Umsetzung und Evaluation einer Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus
Förderkennzeichen	FKZ 2520DIA700
Kontaktdaten	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung Maarweg 149-161, 50825 Köln Tel: 0221 8992-0 Fax: 0221 8992-300 E-Mail: gs-diabetes@bzga.de
Laufzeit	01.07.2016 bis 31.12.2019
Fördersumme	4.765.633 EUR

Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung	4
2. Einleitung.....	5
3. Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse	7
4. Diskussion der Ergebnisse, Gesamtbeurteilung	19
5. Gender Mainstreaming Aspekte.....	20
6. Verbreitung und Öffentlichkeitsarbeit der Projektergebnisse.....	21
7. Verwertung der Projektergebnisse (Nachhaltigkeit/Transferpotential)	22
8. Publikationsverzeichnis.....	23

Anmerkung:

Da die sonst verwendete Gliederung auf das hier beschriebene Projekt nicht in allen Aspekten anzuwenden ist, wurde diese geringfügig angepasst.

1. Zusammenfassung

Beim Diabetes mellitus handelt es sich um eine chronische Erkrankung, die in mehreren Dimensionen eine große Herausforderung für die öffentliche Gesundheit bundes- und weltweit darstellt. Derzeit sind in Deutschland etwa 7 Millionen Menschen an Diabetes erkrankt, davon ca. 90-95 % an einem Typ-2-Diabetes. Nach aktuellen Berechnungen wird auf der Basis von 2015 bis 2040 ein relativer Anstieg der Diabetes-Prävalenz um 21 % (auf 8,3 Millionen Betroffene) vorhergesagt – unter Berücksichtigung von Mortalitäts- und Inzidenzraten sogar um bis zu 77 % (auf 12,3 Millionen Betroffene). Neben dem Alter und einer genetischen Prädisposition tragen insbesondere Lebensstilfaktoren zum Erkrankungsrisiko für einen Typ-2-Diabetes bei. Dazu zählen ungesunde Ernährung, Bewegungsmangel, Übergewicht und Adipositas, die über Präventionsmaßnahmen positiv zu beeinflussen sind, aber auch regionale Deprivation sowie sozio-ökonomischer Status. Erkenntnisse aktueller nationaler Studien zu defizitärem Wissen über Diabetes, Risikofaktoren, Risiken und Folgeerkrankungen sowie zu mangelndem Risikobewusstsein gefährdeter bzw. unzureichendem Selbstmanagement betroffener Personen verdeutlichen das zusätzliche hohe Potential, das in primär-, sekundär- oder tertiärpräventiven Maßnahmen liegt.

Vor diesem Hintergrund fördert das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) die Entwicklung, Umsetzung und Evaluation einer Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus in der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Ziel dieser Strategie ist die Entwicklung und Umsetzung eines umfassenden Aufklärungs- und Kommunikationsangebots, um das Wissen über Prävention und Früherkennung von Diabetes und seiner Risikofaktoren sowie das Wissen über Versorgungsangebote für Diabetes einschließlich seiner Folgeerkrankungen nachhaltig zu verbessern. Dadurch soll die Grundlage für gesundheitsrelevante Bewusstseins-, Einstellungs- und Verhaltensänderungen in der Bevölkerung gelegt und eine Steigerung der diesbezüglichen Gesundheitskompetenz der Allgemeinbevölkerung und besonderer Zielgruppen erreicht werden.

Innerhalb der ersten Projektphase (2016-2019) wurde ein Fachbeirat mit 33 Vertreterinnen und Vertretern aus für die Diabetesaufklärung relevanten staatlichen und nicht-staatlichen Verbänden, Organisationen und Institutionen eingerichtet. Damit soll eine möglichst große Akzeptanz, Reichweite und Zielgruppengerechtigkeit der Aufklärungs- und Informationsmaßnahmen sichergestellt sowie die Zusammenarbeit zwischen maßgeblichen Akteuren im Diabetesbereich gestärkt werden. Gemeinsam mit dem Fachbeirat wurden drei übergeordnete Handlungsfelder (1) „Diabetes vermeiden“, (2) „Diabetes früh erkennen“ und (3) „Diabetes gut behandeln“ erarbeitet und abgestimmt. Zudem wurde mit diesem Gremium der Fokus der Strategie auf die Primärprävention von Typ-2-Diabetes festgelegt, insbesondere auf die Risikofaktoren Fehlernährung, Bewegungsmangel, gesundheitsriskanter Alkoholkonsum, Rauchen und psychische Belastung. Zur Entwicklung der Strategie erfolgt kontinuierlich ein enger Austausch mit dem Robert Koch-Institut (RKI), das derzeit die Diabetes-Surveillance für Deutschland aufbaut. Zur weiteren wissenschaftlichen Erkenntnisgewinnung wurden systematische Literaturrechen durchgeführt, die die nationale und internationale Evidenz bzw. Aufklärungsaktivitäten zu Diabetes erheben und zusammenfassen. Zudem wurden verschiedene wissenschaftliche Pilotprojekte zu unterschiedlichen Themen gefördert. Diese umfassen u. a. die Analyse des bestehenden Wissenstands sowie Informations- und Gesundheitsverhalten über Diabetes und die verbundenen Risikofaktoren und Risiken sowie die Untersuchung insbesondere vulnerabler Gruppen mit ihren spezifischen Zugangswegen und Charakteristika. Für die Allgemeinbevölkerung, insbesondere für Menschen mit einem besonderen Diabetes-Risiko und Menschen mit Diabetes sowie deren Angehörige, wurde das unabhängige, online-basierte Nationale Diabetes-informationsportal (www.diabinfo.de) aufgebaut. Zur Bekanntmachung des Portals wurden unter anderem Wartezimmerplakate entwickelt. Neben weiteren Maßnahmen wurde mit der Konzeption einer umfassenden Aufklärungskampagne zu Typ-2-Diabetes begonnen, um Aufmerksamkeit für die Erkrankung, die assoziierten Risikofaktoren und Folgeerkrankungen zu schaffen sowie gesundheitsförderliches Verhalten zu unterstützen.

Die Entwicklung und Umsetzung der umfassenden Aufklärungskampagne sowie die Fortführung und Weiterentwicklung der Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie sind Gegenstand der zweiten Projektphase bis Ende 2021. Dabei soll die Anschlussfähigkeit an die bisherige Entwicklung der Kommunikationsstrategie und bestehende bzw. vorbereitete Maßnahmen sichergestellt sowie auf bereits etablierte Netzwerkstrukturen, Vorarbeiten und Leistungen aufgebaut werden.

2. Einleitung

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) hat 2016 den Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG) erhalten, eine Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus zu entwickeln, durchzuführen und zu evaluieren. Der vorliegende Abschlussbericht stellt die durchgeführten Aktivitäten zur Entwicklung und Umsetzung dieser Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie für die Projektlaufzeit von 01.07.2016 bis 31.12.2019 dar.

In Deutschland sind derzeit rund 7 Millionen Menschen an Diabetes mellitus erkrankt. Jedes Jahr werden mehr als 560.000 Menschen neu diagnostiziert. In der überwiegenden Zahl der Fälle (bei rund 95 % der Erkrankten) handelt es sich dabei um einen Typ-2-Diabetes. Die Diagnose Typ-1-Diabetes ist wesentlich seltener und spielt nur bei rund 5 % aller Menschen mit Diabetes eine Rolle. Nach aktuellen Berechnungen wird ausgehend von 2015 bis 2040 ein relativer Anstieg der Diabetes-Prävalenz um 21 % (auf 8,3 Millionen Betroffene) vorhergesagt – unter Berücksichtigung von Mortalitäts- und Inzidenzraten sogar um bis zu 77 % (auf 12,3 Millionen Betroffene) (Tonnies et al., 2019¹). Schätzungen gehen davon aus, dass etwa 1,3 Millionen Menschen unerkannt an Typ-2-Diabetes erkrankt sind (RKI, 2019²). Hinzu kommt die Vorstufe, der so genannte Prädiabetes, mit einer Prävalenz von ca. 19 bis 23 %. Die Diabetes-Erkrankung kann eine hohe psychosoziale Belastung mit negativen Auswirkungen auf die Lebensqualität und Lebensführung bedeuten, zumal ein Teil der Betroffenen von gravierenden Folgen wie Amputationen, Erblindungen und Einschränkungen der Nierenfunktion mit Dialysepflicht betroffen sein kann. Neben dem hohen körperlichen und psychischen Leidensdruck der Patientinnen und Patienten sowie ihrer Angehörigen stellen die jährlich auf ca. 35 Milliarden Euro geschätzten volkswirtschaftlichen Kosten für die Behandlung von Diabetes mellitus und seiner Folgekomplikationen eine große ökonomische Belastung für das deutsche Gesundheitssystem dar (Gallwitz und Kröger, 2016³).

Aufgrund der demographischen Entwicklung, eines veränderten Lebensstils verbunden mit Bewegungsmangel und ungesunder Ernährungsweise sowie einer damit einhergehenden erwarteten Zunahme von Risikofaktoren wie Übergewicht und Adipositas ist davon auszugehen, dass die Zahl der Diabetes-Erkrankungen – insbesondere hinsichtlich des Typ-2-Diabetes – in Deutschland weiter zunehmen wird. Nach Hochrechnungen der International Diabetes Federation werden 2045 in Europa bereits 67 Millionen der 20- bis 79-Jährigen von einer Diabetes-Erkrankung betroffen sein, verglichen mit noch 58 Millionen im Jahr 2017. Im weltweiten Vergleich ist Deutschland als einziger europäischer Staat unter den zehn Ländern mit der aktuell höchsten Diabetes-Prävalenz auf Platz neun vertreten. Des Weiteren befindet sich Deutschland mit 42 Mrd. USD in 2017 auf Platz drei der Länder mit den höchsten Ausgaben für Diabetes mellitus in der Gesundheitsversorgung (International Diabetes Federation, 2017⁴).

Neben dem Alter und einer genetischen Prädisposition tragen Lebensstilfaktoren, die über Präventionsmaßnahmen positiv zu beeinflussen sind (bspw. unausgewogene Ernährung, Bewegungsmangel, Übergewicht und Adipositas, Rauchen, Alkoholkonsum), aber auch regionale Deprivation und sozioökonomischer Status, wesentlich zum Erkrankungsrisiko für einen Typ-2-Diabetes bei (Maier et al., 2014⁵; Pfohl, 2014⁶). Vulnerable Gruppen (z. B. Menschen aus sozial benachteiligten und bildungsferneren Schichten, Menschen mit Migrationshintergrund) sind vergleichsweise häufiger von Typ-2-Diabetes betroffen und oftmals schlechter versorgt

¹ Tonnies T, Röckl S, Hoyer A, Heidemann C, Baumert J, Du Y, Scheidt-Nave C, Brinks R. (2019). *Projected number of people with diagnosed Type 2 diabetes in Germany in 2040. Diabet Med.*

² RKI. (2019). *Diabetes in Deutschland – Bericht der Nationalen Diabetes-Surveillance 2019. Nationale Diabetes-Surveillance am Robert Koch-Institut, Berlin.*

³ Gallwitz B, Kröger J. (2016). *Gesundheitsbericht Diabetes 2017 – Erreichtes und Unerreichtes. In: Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG) und diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe (Hrsg.). Deutscher Gesundheitsbericht. Diabetes 2017 - Die Bestandsaufnahme.*

⁴ International Diabetes Federation (2017). *IDF Diabetes Atlas – Eight edition.*

⁵ Maier W, Scheidt-Nave C, Holle R, Kroll L, Lampert T, Du Y, Heidemann C, Mielck A. (2014). *Area level of deprivation is an independent determinant of prevalent type 2 diabetes and obesity at the national level in Germany. Results from the National Telephone Health Interview Surveys German Health Update GEDA 2009 and 2010. Plos One.*

⁶ Pfohl M (2014). *Pathogenese des Diabetes mellitus Typ 2. In: Schatz H, Pfeiffer A. (Hrsg.). Diabetologie kompakt. Grundlagen und Praxis. Springer, Heidelberg.*

Einleitung

(Maier et al., 2013⁷). Der Einfluss sozioökonomischer Bedingungen auf die Entstehung eines Typ-2-Diabetes zeigt sich auch darin, dass es in Deutschland deutliche regionale Unterschiede in der Diabetes-Häufigkeit gibt. Die Diabetes-Prävalenz weist in der Tendenz ein Nordost-Südwest-Gefälle auf und ist in wirtschaftlich schwachen Regionen mit hoher Arbeitslosigkeit signifikant höher (Schipf et al., 2012⁸). Erkenntnisse aktueller nationaler Studien zu defizitärem Wissen über Diabetes, seiner Risikofaktoren, Risiken und Folgeerkrankungen in der Bevölkerung sowie zu mangelndem Risikobewusstsein gefährdeter bzw. unzureichendem Selbstmanagement betroffener Personen verdeutlichen das hohe Präventionspotential in Primär-, Sekundär- und Tertiärprävention (Haack et al., 2019⁹).

Vor diesem Hintergrund wächst der Bedarf insbesondere an evidenzbasierten, wissenschaftsfundierten und verständlichen Informationen zur Prävention und Behandlung des Diabetes. Ziel des vom BMG geförderten Vorhabens ist es, eine Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus in Form eines zielgruppengerechten, umfassenden, qualitätsgesicherten Aufklärungs- und Informationsangebotes für alle Phasen der Erkrankung bereitzustellen und in Form konkreter Maßnahmen zu realisieren. Dadurch soll die Grundlage für gesundheitsrelevante Bewusstseins-, Einstellungs- und Verhaltensänderungen in der Bevölkerung gelegt werden.

⁷ Maier W, Holle R, Hunger M, Peters A, Meisinger C, Greiser K, Kluttig A, Völzke H, Schipf S, Moebus S, Bokhof B, Berger K, Mueller G, Rathmann W, Tamayo T, Mielck A. (2013). *The impact of regional deprivation and individual socio-economic status on the prevalence of Type 2 diabetes in Germany. A pooled analysis of five population-based studies.* Diabet Med.

⁸ Schipf S, Werner A, Tamayo T, Holle R, Schunk M, Maier W, Meisinger C, Thorand B, Berger K, Mueller G, Moebus S, Bokhof B, Kluttig A, Greiser K, Neuhauser H, Ellert U, Icks A, Rathmann W, Völzke H. (2012). *Regional differences in the prevalence of known Type 2 diabetes mellitus in 45-74 years old individuals: results from six population-based studies in Germany (DIAB-CORE Consortium).* Diabet Med.

⁹ Haack M, Meyer A, Walter U, Dierks M-L, Saßmann H, Dehn-Hindenberga A. (2019). *Awareness für das Risiko Typ 2 Diabetes unter Erwachsenen in der ersten Lebenshälfte – Informationsverhalten, Bedürfnisse und Empfehlungen für die Informationsaufbereitung und -vermittlung: Abschlussbericht.* Medizinische Hochschule Hannover (MHH), Hannover.

3. Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Einrichtung und Verortung der Organisationseinheit, Personal

Die BZgA richtete eine eigene Stabsstelle „Geschäftsstelle Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus“ zur Konzeptionierung, Implementierung und Evaluation der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus ein. Aufgrund des inhaltlichen Zusammenhangs zu den Aufgaben der Abteilung 1 und den in diesem Bereich bereits vorhandenen Kompetenzen – u. a. auch in Bezug auf die erforderliche Öffentlichkeitsarbeit – wurde die Geschäftsstelle am 03.05.2019 organisatorisch in das neu gegründete Referat 1-10 der Abteilung 1 mit der Bezeichnung „Prävention des Diabetes mellitus, seiner Risikofaktoren und Folgeerkrankungen“ integriert.

Das befristete Projekt war ursprünglich in die drei Phasen

- Bestandsaufnahme und Konzeptentwicklung,
- Implementierung- und Evaluation sowie
- Fortführung- und Verstetigung

unterteilt, auf die nachstehend eingegangen wird.

Phase 1: Bestandsaufnahme und Konzeptentwicklung

Einrichtung eines Fachbeirates

Zur fachlichen Unterstützung bei der Entwicklung einer wissenschaftlich fundierten Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus wurde ein Fachbeirat eingerichtet, in den 33 erfahrene Vertreterinnen und Vertreter aus für die Diabetesaufklärung relevanten staatlichen und nicht-staatlichen Verbänden, Organisationen und Institutionen berufen wurden. Ziel der Beiratsarbeit war es, neben der Unterstützung bei der Strategieentwicklung eine breite, übergreifende Akzeptanz zu erreichen und in Form des neu etablierten „Diabetesnetz“ bestehende Aufklärungs- und Informationsmaßnahmen zur Diabetesprävention und -bekämpfung, so auch Einzelmaßnahmen und Präventionsprojekte, zu bündeln und zu systematisieren.

Bildung von themenspezifischen Arbeitsgruppen

Es wurden gemeinsam mit dem Fachbeirat Arbeitsgruppen (AGs) zu verschiedenen Themenbereichen eingerichtet:

1. Die „ad hoc“-AG beschäftigte sich mit der Herangehensweise an die Strategie und sprach sich für eine zielgruppenspezifische Herangehensweise aus.
2. Die AG-Literatur wurde gegründet, um im Rahmen der Bedarfsanalyse und Bestandsaufnahme für Themenbereiche, in denen keine bzw. wenig Evidenz vorliegt, mögliche Fragestellungen für Recherchen zu formulieren.
3. Die AG-Internetportal hat Vorarbeiten bei der Konzeption des Nationalen Diabetesinformationsportals (s. u.) geleistet.
4. Die AG-Strategieevaluation beschäftigte sich mit der Entwicklung konkreter Fragestellungen und Methoden bzgl. der Evaluation der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus. Diese Vorarbeiten werden in der Fortsetzung des Projektes in 2020 und 2021 sowie in die Erstellung des Evaluationskonzepts einfließen.

Zweimal jährlich fand eine durch die BZgA organisierte Sitzung des Fachbeirats zu unterschiedlichen Schwerpunktthemen statt. Gemeinsam mit dem Fachbeirat wurden drei Handlungsfelder zur Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie mit ihren jeweiligen Teilzielen (s. u.) erarbeitet und konsentiert, ebenso wie im Projektzeitraum umgesetzte Pilotprojekte und Einzelmaßnahmen. Es erfolgte von Seiten des Referats eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung mit der Sprecherin und dem Sprecher des Fachbeirats, auch zwischen den halbjährlichen Sitzungen. Zudem bestehen Kooperationen mit Fachbeiratsmitgliedern im Rahmen durchgeführter Maßnahmen und Forschungsprojekten (s. u.).

Erfahrungen

In der Zusammenarbeit mit dem Fachbeirat zeigte sich, dass sich die Einbringung der unterschiedlichen Erfahrungen der Mitglieder und das Setzen von Handlungsimpulsen zur Strategieentwicklung als vorteilhaft erwies. Der Fachbeirat ist ein wichtiges beratendes Gremium, um die Aufklärungsstrategie zu entwickeln und

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

fortzuschreiben, bietet aber keine Kooperationsstruktur für diabetesspezifische Fachorganisationen. Es erscheint daher notwendig, ein Kooperationskonzept für die diabetesspezifischen Fachorganisationen zur Umsetzung der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu entwickeln.

Durchführung von Projekten

Für die Entwicklung der Strategie und die damit verbundene Definition von Handlungsfeldern und Zielen sowie Konzeptionierung der Maßnahmen hat die BZgA im Rahmen der Bestandsaufnahme 2018 verschiedene Pilotprojekte, deren Ergebnisse in die Erarbeitung einer Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie einfließen, gefördert (für eine detaillierte Darstellung der Projekte siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Übersicht der durchgeführten Forschungsprojekte im Förderzeitraum 2018/2019

Projekttitle und Projektverantwortliche	Inhalte und Ergebnisse
<p>Awareness für das Risiko Typ-2-Diabetes unter Erwachsenen in der ersten Lebenshälfte – Informationsverhalten, Bedürfnisse und Empfehlungen für die Informationsaufbereitung und -vermittlung (Take Care!)</p> <p>Projektleitung: Prof. Dr. Ulla Walter, Prof. Dr. Marie-Luise Dierks</p> <p>Institut für Epidemiologie, Sozialmedizin und Gesundheitssystemforschung, Medizinische Hochschule Hannover</p>	<p>Vorgehensweise</p> <ul style="list-style-type: none"> – Leitfadengestützte Fokusgruppen (n=16) und Einzelinterviews (n=8) mit Menschen (w=65, m=26, 18-40 Jahre) mit erhöhtem Typ-2-Diabetes-Risiko (Übergewicht und/oder Gestationsdiabetes (GDM)) – Adressierung von Wissen, individuellem Risikobewusstsein hinsichtlich Typ-2-Diabetes, allgemeinen Gesundheitsinteressen, bevorzugten Informationsquellen, Strategien zur Bewertung von Gesundheitsinformationen, generellem Medienverhalten – Inhaltsanalytische Auswertung qualitativer Aussagen <p>Ergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> – Bereich Gesundheit: Interesse an den Lebensstilaspekten, Ernährung und Bewegung – Typ-2-Diabetes: Eigenes Risiko gering eingeschätzt, Diabetes als Alterserkrankung mit guter Prognose – Informationsquellen zu Gesundheitsthemen: Internet, Hausärztin /Hausarzt – Allgemeine Mediennutzung: Online-Angebote, YouTube, Facebook und Instagram <p>Relevanz für die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Hinweise auf weiter zu nutzende, qualitativ hochwertige erfolg-versprechender Informationsangebote einschließlich neuer Medien und präventiver Interventionen für die zentrale Zielgruppe der jüngeren Erwachsenen inkl. Frauen mit GDM – Identifikation von Lücken für spezifischen Handlungsbedarf für vulnerable Subgruppen – Ergebnisse zu <i>Awareness</i>, vorliegendem Wissen und Verständnis der jungen Erwachsenen – Potenziell effektive interaktive Zugangswege zu dieser Zielgruppe: soziale Medien, Influencer, Blogs und präferierte TV-Formate (<i>virtual reality</i>) <p>Fazit des Projektes</p> <p>Informationen zum Typ-2-Diabetes sollen personalisiert an aktuell relevante Herausforderungen junger Erwachsener gekoppelt werden. Hierzu zählen u. a. Schwangerschaft, Kindererziehung, Kitas, Schulen und der Freizeitbereich. Die Phase der Familiengründung stellt dazu eine besonders sensible Phase für Präventionsmaßnahmen dar. Besonders hohe Akzeptanz finden <i>face-to-face</i> Kontakte mit Ärzten und webbasierte (YouTube) Informationen. Für Letztere wird die Etablierung eines Qualitäts-Siegels mit hoher Reputation empfohlen.</p>
<p>MOTivationale und hemmende Faktoren (MOTIF)</p> <p>Projektleitung: Prof. Dr. Christine Graf</p>	<p>Vorgehensweise</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ziel: Identifikation beeinflussender Faktoren bzgl. der Teilnahme an präventiven Maßnahmen im Kontext des Typ-2-Diabetes und GDM unter besonderer Berücksichtigung vulnerabler Zielgruppen

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Projekttitle und Projektverantwortliche	Inhalte und Ergebnisse
<p>Institut für Bewegungs- und Neurowissenschaft Abteilung für Bewegungs- und Gesundheitsförderung Deutsche Sporthochschule Köln</p> <p>Kooperationspartner: Dr. Dawid Pieper</p> <p>Institut für Forschung in der Operativen Medizin Universität Witten/Herdecke</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Systematische Literaturrecherche in mehreren Datenbanken zur Erstellung eines <i>Scoping Reviews</i> mit anschließender Diskussion der Ergebnisse in Fokusgruppen – Rückspiegelung der Resultate, Finalisierung, abschließende Diskussion, Abstimmung mit den Ergebnissen weiterer Projekte („Take Care!“, <i>Come Up</i>) <p>Ergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> – Häufigste adressierte vulnerable Gruppen: Migranten/Migrantinnen, „Ethnische Gruppe“ – Häufigste Barrieren: fehlendes Wissen, Familie/Freunde, ökonomische Faktoren – Häufigster förderlicher Faktor: Familie/Freunde – Vier Kategorien, die zum Gelingen primär- bis tertiärpräventiver Maßnahmen spezifischer vulnerabler Gruppen beitragen: Zielgruppen-spezifische Zugangswege, Ansprache bzw. inhaltliche Ausgestaltung, Kompetenzen für Multiplikatoren und Multiplikatorinnen, sonstige verhältnispräventive Aspekte <p>Relevanz für die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Steigerung der Erreichbarkeit vulnerabler Gruppen: Kenntnis zielgruppenspezifischer Besonderheiten, Erzeugung von entsprechendem Bewusstsein, eine partizipative Herangehensweise, Kultursensibilität; dadurch höhere Nutzung, nachhaltigerer Effekt von Präventionsmaßnahmen – Hohe Bedeutung: zielgruppenspezifische niederschwellige Zugangswege, Maßnahmen, die qualitätsgesicherten und einheitlichen Botschaften entsprechen – Vulnerable Gruppen: Informationen, Botschaften verständlich (ggf. bildlich) ausgestalten <p>Fazit</p> <p>Diese Ergebnisse verdeutlichen den Mehrwert, Kernbotschaften, Maßnahmen und Materialien konkret auf die Zielpopulation bzw. Bedarfe vulnerabler Gruppen auszurichten. Hierzu finden sich in den Ergebnissen erste Hinweise bzgl. einer geeigneten Ansprache, adäquater Zugangswege und Ausgestaltung von Maßnahmen. Die Kenntnisse motivierender und hemmender Faktoren sind insbesondere in der Qualifikation von Multiplikatoren und Multiplikatorinnen sowie der Gestaltung von Interventionen relevant.</p>
<p>KOMMunikations- und Zugangswege für vulnerable Gruppen (COME-UP)</p> <p>Projektleitung: Dr. Dawid Pieper</p> <p>Institut für Forschung in der Operativen Medizin Abteilung für evidenzbasierte Versorgungsforschung Universität Witten/Herdecke</p>	<p>Vorgehensweise</p> <ul style="list-style-type: none"> – Systematische Literaturrecherche, Erstellung eines <i>Scoping Reviews</i> – Diskussion/Anpassung Ergebnisse je zwei Fokusgruppendifkussionen (Experten, Akteure) – Rückspiegelung zusammengefasster Katalog an Experten und Akteure – Finalisierung Katalog in Abstimmung mit dem Projekt „Take Care!“ (s. o.) <p>Ergebnisse (15 Studien)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Adressierte vulnerable Gruppen: „Ethnische Gruppe“ (n=7), „Migranten“ (n=4), „Menschen mit einem geringen sozio-ökonomischen Status“ (n=4) – Studiendesign: Interventionen (n=6), qualitative Studien (n=6) – Kategorien: <i>Community Health Worker</i> (n=2), mediale Ansätze (n=5), angepasste Programme/Adaptierung bestehender Programme (n=7), Motivational Interviewing (n=1) <p>Relevanz für die nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie</p> <p>In den Fokusgruppen wurde der Bedarf nach qualitätsgesicherten und einheitlichen Botschaften im Kontext entsprechender Maßnahmen deutlich. Neben der reinen Wissensvermittlung spielte Bewusstmachung (<i>Awareness</i>) eine große Rolle. Zusätzlich müssen die jeweiligen Zugangswege und kulturellen Besonderheiten der jeweiligen vulnerablen Gruppe bedacht werden.</p>

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Projekttitle und Projektverantwortliche	Inhalte und Ergebnisse
<p>Charakterisierung vulnerabler Gruppen zur Entwicklung zielgerichteter Diabetespräventionsstrategien: Eine populationsbasierte Studie für Deutschland (VuDIAP)</p> <p>Projektleitung: PD Dr. Lars Schwettmann</p> <p>Institut für Gesundheitsökonomie und Management im Gesundheitswesen Helmholtz Zentrum München – Deutsches Zentrum für Gesundheit und Umwelt (GmbH) (HMGU)</p>	<p>Fazit des Projekts</p> <p>Die Inhalte von Aufklärungskampagnen sollten sich im Wesentlichen an der Zielgruppe orientieren. Die Informationen sollten evidenzbasiert und zielgruppengerecht aufbereitet sein und partizipativ entwickelt werden. Die Erstellung eines Transferleitfadens soll Praxisakteure unterstützen, Kommunikationsstrategien bzw. Zugangswege zielgruppenspezifisch auszugestalten. Damit soll insbesondere die Erreichbarkeit sog. vulnerabler Gruppen gesteigert werden.</p> <p>Vorgehensweise</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ziel: Identifikation und Charakterisierung von Personengruppen mit (1) einem erhöhten Erkrankungsrisiko für Typ-2-Diabetes (Prädiabetes), mit (2) einem unerkanntem Typ-2-Diabetes, sowie (3) Patienten mit schlechten Selbstmanagement/ schlechter Versorgungsqualität – Datenbasis: Selbsterhobene qualitätsgesicherte Follow-Up Untersuchungen/Befragungen der bevölkerungsrepräsentativen KORA-Plattform – Analyse: Multivariate statistische Verfahren (inkl. Kovariablen, Stratifizierung nach Alter und Geschlecht) zur Identifizierung demografischer, sozioökonomischer und regionaler Faktoren, welche mit den relevanten Zielparametern assoziiert sind <p>Ergebnisse</p> <p>Hinsichtlich aller drei genannten Zielgruppen ließen sich Faktoren identifizieren, die mit einem höheren Risiko assoziiert sind. Männer, ältere Menschen, Personen mit hohem BMI oder großem Taillenumfang und Probanden mit einem elterlichen Diabetes wiesen sowohl (1) in der Gruppe der bisher nicht an Diabetes Erkrankten ein größeres Prädiabetes-Risiko als auch (2) unter den Personen, für die bisher keine Diabeteserkrankung festgestellt wurde, häufiger einen unerkannten Typ-2-Diabetes auf. Zudem trat Prädiabetes häufiger in städtischen Wohnregionen auf. Andere Faktoren, wie Bildungsstand oder sozioökonomischer Status, zeigten keine Unterschiede. War ein Typ-2-Diabetes diagnostiziert (Gruppe 3), so war die Qualität des Selbstmanagements kaum mit soziodemografischen Eigenschaften assoziiert, wohl aber mit dem Stadium der Erkrankung (ablesbar an der Behandlung mit oder ohne Insulin). Neben typischen krankheitsbezogenen Charakteristika, wie Adipositas, Diabetesdauer oder dem Auftreten von Komplikationen, war die Teilnahme an einer Diabetikerschulung insbesondere in frühen Erkrankungsstadien mit einem guten Selbstmanagement assoziiert.</p> <p>Relevanz für die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie</p> <p>Eine zielgerichtete Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie ist wichtig, um Typ-2-Diabetes-Erkrankungen zu verhindern bzw. zu verzögern, und um eine effektive Behandlung und Versorgung von Erkrankten zu ermöglichen. Die Identifizierung vulnerabler Gruppen spielt für die Primär-, Sekundär- und Tertiärprävention eine essentielle Rolle, um präzise und effektive Maßnahmen im Rahmen der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie der BZgA auf spezifische Gruppen ausrichten zu können.</p> <p>Fazit des Projektes</p> <p>Die Ergebnisse zeigen, dass sich Risikogruppen mithilfe einfacher Parameter identifizieren lassen. Diese Erkenntnisse ermöglichen es, effektive Präventionsmaßnahmen zielgerichtet und effizient zu initiieren. Ein Fokussieren bereits des Prädiabetesstadiums ist bisher weniger verbreitet, doch zeigen die Projektergebnisse mögliche Ansatzpunkte auf.</p>
<p>Subgruppen von Menschen mit Diabetes mellitus mit unterschiedlichen Informationsbedürfnissen</p>	<p>Vorgehensweise</p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Mixed-Methods Design</i>: Quantitative sowie qualitative Forschungsmethoden

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Projekttitle und Projektverantwortliche	Inhalte und Ergebnisse
<p>aus der KORA-Studie: eine Latent Class Analysis</p> <p>Projektleitung: Prof. Dr. Dr. Andrea Icks</p> <p>Deutsche Diabetes Forschungsgesellschaft e.V. Deutsches Diabetes Zentrum, Institut für Versorgungsforschung und Gesundheitsökonomie</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Datenbasis: Daten einer populationsbasierten Erhebung im Rahmen der KORA GEFU-4-Studie (n=ca. 800 Menschen mit Diabetes) mittels eines publizierten Fragebogens – Fragebogen: Informationsbedürfnisse zu verschiedenen diabetesbezogenen Themen – Analyse: qualitative Inhaltsanalyse und deskriptive Analysen zur Beschreibung, Latent Class Analyse zu Assoziationen zwischen den Profilen und weiteren Faktoren (z. B. Geschlecht) <p>Ergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> – 837 Menschen mit Diabetes: 54 % männlich, 93 % Typ-2-Diabetes, mittleres Alter 71 Jahre – 480 Respondenten auf die Frage zu dem aktuellen Wunsch nach diabetespezifischen Informationen, davon Bedarf bei 30 % bis 40 % nach themenspezifischen Informationen – Insgesamt vier verschiedene Klassen mit folgenden Informationsbedürfnismustern: <ul style="list-style-type: none"> – „hohe Wahrscheinlichkeit für ein Informationsbedürfnis zu allen diabetespezifischen Themen“ – „hohe Wahrscheinlichkeit für kein Informationsbedürfnis zu allen diabetespezifischen Themen“ – „mittlere Wahrscheinlichkeit für ein Informationsbedürfnis sowie mit erhöhter Wahrscheinlichkeit zu komplikationsbezogenen und alltagsnahen Informationen“ – „hohe Wahrscheinlichkeit für ein spezifisches Informationsbedürfnis zu Themen, die eher seltener im Kontext medizinischer Behandlungen angesprochen werden“ <p>Die Klassen unterscheiden sich in verschiedenen Merkmalen signifikant voneinander: Alter, Ausbildungsjahre, Diabetestyp, Diabetesdauer, benannte Komorbidität, aktuelles Rauchverhalten, Teilnahme an einer Diabetes-schulung, Grad der Informiertheit und nach der Einstellung zur Relevanz des aktuellen Wohlbefindens im Vergleich zu einem späteren Gesundheitszustand.</p> <p>Relevanz für die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie</p> <p>Alle diabetespezifischen Themen wurden als Informationsbedürfnis benannt, d. h. auch potenzielle Randthemen (z. B. „Soziales und Rechtliches“) sind für einen Teil der Zielgruppe von Interesse und sollten daher berücksichtigt werden. Die Strategie sollte einen personen- und bedürfnisbezogenen Ansatz unterstützen, indem sie unterschiedliche Informationsbedürfnisprofile berücksichtigt. Besonders Informationen zu klinischen Wirkungszusammenhängen, Handlungsempfehlungen im Alltag und zu neuen Erkenntnissen und wissenschaftlichen Studien sind gewünscht und sollten erstellt/aufbereitet werden.</p> <p>Fazit</p> <p>Durch die identifizierte Vorhersagewahrscheinlichkeit der Informationsbedürfnisprofile unter Berücksichtigung verschiedener Personenmerkmale können mögliche Zielgruppen definiert und angesprochen werden.</p>
<p>Best Practice eHealth: Überblick über angewandte und in Entwicklung befindliche Best Practice-eHealth und Social Media Maßnahmen für Patienten mit Diabetes und zur Diabetesprävention</p> <p>Projektleitung: Prof. Dr. med. habil. Peter Schwarz, MBA</p>	<p>Vorgehensweise</p> <p>Erstellung einer strukturierten Übersicht zu Social Media, eHealth, Telemedizin und Smartphone-Applikationen im Diabetessektor und zur Diabetesprävention mittels einheitlicher wissenschaftlicher Matrix und eine standardisierten Scores (deskriptive Bewertung der Kernbestandteile der Social Media Maßnahmen).</p> <p>Ergebnisse</p> <p>Strukturierter Überblick über Zielgruppen, Ziel der Maßnahme, Nachhaltigkeit, Qualität, Inhalt, Anspruch, Interaktivität und Nutzer-zufriedenheit</p>

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Projekttitle und Projektverantwortliche	Inhalte und Ergebnisse
<p>Abteilung für Prävention und Versorgung des Typ 2 Diabetes, Technische Universität Dresden</p>	<p>Relevanz für die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie Ein Überblick über digitale Präventionsmaßnahmen trägt dazu bei, solche Maßnahmen skalierbar in die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu integrieren.</p> <p>Fazit Bestehende Maßnahmen und digitale Angebote sind sehr heterogen und machen eine zielgenaue Analyse der Mediennutzung der jeweiligen Zielgruppe notwendig.</p>
<p>Evaluation einer Initiative zur Stärkung des Bewusstseins für die Erkrankung Diabetes</p> <p>Projektleitung: Prof. Dr. Thomas Kubiak</p> <p>Psychologisches Institut Abteilung Gesundheitspsychologie Johannes Gutenberg-Universität Mainz</p>	<p>Hintergrund und Zielsetzung Im Rahmen der Präventionskampagne „Diabetes – Nicht nur eine Typ-Frage“ des Deutschen Diabetes Zentrums (DDZ) wurden Kurzfilme (animierte Kurzfilme, „Ruth- und Rainer“-Filme, Testimonials) entwickelt, die das Wissen über den Diabetes in der Bevölkerung steigern sollen.</p> <p>Vorgehensweise</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ziel: Gezielte Evaluation der Kurzfilme durch Menschen mit Diabetes bzw. Risiko für Diabetes (z. B. durch Übergewicht) inkl. vulnerabler Gruppen – 8-10 Fokusgruppeninterviews (abgestimmt auf jeweilige Fokusgruppe, alle Formate in jeder Fokusgruppe) mit moderierter Diskussion (Leitfaden aus inhaltlichen und formalen Fragen), diabetes-spezifische Fragebögen, Expertengruppen, quantitative Analysen (Webstatistiken) <p>Ergebnisse Um zukünftig die erwünschten Zielgruppen zu erreichen, sollte die Wahl anderer Medienkanäle in Betracht gezogen werden, da die bisher gewählten sozialen Netzwerke die Aufmerksamkeit der erwünschten Rezipienten nicht erreicht. Inhaltlich sollte sowohl die Vielfalt und Diversität der Erkrankung als auch der Betroffenen betont werden. Dadurch würden mehr Menschen die Kurzfilme als für sich relevant betrachten.</p> <p>Relevanz für die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie Die Evaluationsergebnisse liefern wichtige Informationen über die Passung zwischen den Kurzfilmen und den einzelnen Zielgruppen, die dazu dienen können, Inhalte und Formate der Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie weiterzuentwickeln. Dadurch können schwer erreichbare Populationen gezielt angesprochen und eine nachhaltige und effiziente Wissensvermittlung über präventive und therapiespezifische Maßnahmen gesichert werden.</p> <p>Fazit Erklärfilme (insb. animierte Kurzfilme) haben im Rahmen der Diabetesprävention hohes Potential. Zuvor sollte der Informationsbedarf abgefragt und zielgruppenspezifische Informationen erstellt werden, inhaltlich sollte jeweils ein Aspekt des Diabetes adressiert werden. Gewählte Charaktere sollten genügend Identifikationsfläche bieten. Eine reine Wissensvermittlung über präventive Maßnahmen führt nicht zwangsläufig zu einer Verhaltensveränderung. Relevanz und Akzeptanz der Informationen durch die Zielgruppe sind zentral. Weiterführende Informationshinweise und konkrete Handlungsempfehlungen und die Befähigung diese umzusetzen sind sinnvoll. Die Medienkanäle sollten auf die Zielgruppe abgestimmt sein.</p>
<p>„Nationales Diabetesinformationsportal“ Bedarfsermittlung für die Anforderungen an das Informationsportal</p> <p>Projektleitung: Dr. Astrid Glaser, Deutsches Zentrum für Diabetesforschung (DZD)</p>	<p>Vorgehensweise</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ziel: Bedarfsermittlung hinsichtlich der Zielgruppen, Themen, Art der Informationsaufbereitung (Kanäle) – Runde Tische, Workshops (1. Zielgruppen und Inhalte, 2. Struktur und Navigation) und Fokusgruppen mit Betroffenen (Menschen mit Typ-1-Diabetes, Typ-2-Diabetes), Expertinnen und Experten, Selbsthilfeorganisationen, Untersuchung Kategorien, Schreibwerkstatt, Content Erstellung

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Projekttitle und Projektverantwortliche	Inhalte und Ergebnisse
Ulrike Koller, Helmholtz Zentrum München Dr. Olaf Spörkel, Deutsches Diabetes-Zentrum (DDZ)	<p>Ergebnisse Erstellung des inhaltlichen Konzepts für das Informationsportal, Schreibwerkstatt, Content-Erstellung, Entwicklung zielgruppen-spezifischer Navigation, Aufbau eines Expertenteams, Entwicklung von Logo und Screen-Design, Entwicklung vom Layout der Templates</p> <p>Relevanz für die Nationale Aufklärungs- und Kommunikations-strategie Fokussierung auf die Kategorie „Diabetes vorbeugen“ und „Leben mit Diabetes“, im Aufbau dann Ausbau von „Informationen für Fachkreise“</p> <p>Fazit Basierend auf diesen Ergebnissen konnte die inhaltliche Konzeptionierung vorgenommen und mit redaktionellem Content gefüllt werden.</p>

Erfahrungen und Abweichungen

Die in Tabelle 1 dargestellten Projektergebnisse sind in Verbindung mit bestehenden Vorleistungen und (inter-)nationalen Studien sowie dem u. g. Ad-Hoc-Survey des Robert Koch-Instituts (RKI) richtungsweisend für die Strategie und bieten eine Grundlage für die weitere Maßnahmenplanung und -umsetzung. Neben der Analyse des bestehenden Wissenstands sowie Informations- und Gesundheitsverhalten über Diabetes mellitus und die verbundenen Risikofaktoren und Risiken wurden insbesondere vulnerable Gruppen mit ihren spezifischen Zugangswegen und Charakteristika dargestellt. Im Kontext der Mediennutzung wurde die Medienart „Erklärfilm“ als potenzielles Kommunikationsmedium evaluiert und eine Übersicht über bestehende eHealth Angebote erstellt, welche als Ausgangsbasis für die Konzeptionierung ergänzender sowie Erweiterung bestehender Projekte und Maßnahmen genutzt werden.

„Krankheitswissen und Informationsbedarfe – Diabetes mellitus des RKI (Ad-Hoc-Survey)“

Das RKI führte mit der Unterstützung der BZgA eine bevölkerungsrepräsentative Umfrage zu Krankheitswissen und Informationsbedarfen bei Diabetes mellitus in der Allgemeinbevölkerung durch. Diese Befragung lieferte eine erste Datenbasis für die Strategie und für eine effektive und zielgruppenspezifische Maßnahmenplanung. So zeigte sich eine Divergenz zwischen subjektiv empfundenem und objektiv nachprüfbarem Wissen zu Diabetes mellitus. 56,7 % der Befragten ohne Diabetes mellitus (n=2.327) schätzten ihr Diabeteswissen als „sehr gut“ oder „gut“ ein, mit dem höchsten Informationsbedürfnis im Bereich „Lebensstilanpassung, Gesundheitsförderung und Prävention“. Von Befragten mit Diabetes mellitus (n=1.479) schätzten sogar 92,8 % ihr Diabeteswissen als „sehr gut“ oder „gut“ ein, mit höchstem Informationsbedürfnis im Bereich „Behandlung und Therapie“. Diese subjektive Einschätzung deckte sich nur teilweise mit der Überprüfung objektiven Diabeteswissens, wo sich insbesondere Defizite in der Unterscheidung von Typ-1- und Typ-2-Diabetes mit den entsprechenden Krankheitsverläufen und der Pathogenese der jeweiligen Erkrankung zeigten. Es zeigte sich bei der Beantwortung dieser Fragen ebenso wie bei der subjektiven Einschätzung des Diabeteswissens ein Bildungsgradient: Höheres subjektives und objektives Wissen waren mit einem höheren Bildungsstand assoziiert, ebenso wie höheres Wissen bei Frauen verglichen mit Männern vorlag. Ein Drittel der Befragten hatte sich in der Vergangenheit bereits aktiv zu Diabetes mellitus informiert und dabei v. a. auf gedruckte Informationen zurückgegriffen. 54,7 % dieser Personen fiel es dabei schwer, die Vertrauenswürdigkeit der durch Medien vermittelten Informationen einzuschätzen.

Erfahrungen

Die Ergebnisse geben u. a. Aufschluss über die Informiertheit, die Informationsbedürfnisse, das Informationsverhalten der Bevölkerung zu Diabetes mellitus, ebenso wie über das Gesundheitsverhalten (Risikofaktoren) und die Inanspruchnahme von Vorsorge- bzw. Unterstützungsangeboten. Diese Ergebnisse fließen in die Maßnahmen- und Strategieentwicklung ein.

Durchführung von Literaturrecherchen

Die Literaturrecherchen dienen – neben der Durchführung von Projekten (s. o.) – der Bestandsaufnahme. Es wurde eine Rahmenvereinbarung für die Vergabe von Rechercheaufträgen geschlossen. Auf diese Weise konnten Recherchen, die zur Bestandsaufnahme und Bedarfsanalyse notwendig sind, flexibel bis Projektende am 31.12.2019 in Auftrag gegeben werden. Es wurden zwei Literaturrecherchen im Juli 2019 in Abstimmung mit dem BMG und den Fachbeiratsmitgliedern beauftragt, deren Ergebnisse im Folgeprojekt (2. Quartal 2020) vorliegen werden:

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

1. Systematische Literaturrecherche zu Handlungsempfehlungen zur Primär-, Sekundär- und Tertiärprävention von Diabetes mellitus
2. Literaturrecherche und Social Media Recherche zu nationalen und internationalen Aufklärungs- und Informationskampagnen zu Diabetes mellitus

Ziel der systematischen Literaturrecherche zu den Handlungsempfehlungen ist es, für die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus relevante medizinische Handlungsempfehlungen zu identifizieren und somit die Grundlage eines umfassenden, qualitätsgesicherten und evidenzbasierten Aufklärungs- und Informationsangebots zur Primär-, Sekundär- und Tertiärprävention von Diabetes mellitus zu erstellen. Zur Identifikation der Handlungsempfehlungen werden aktuelle, nationale und internationale, evidenzbasierte Leitlinien, Cochrane Reviews und systematische Reviews identifiziert, jeweilige Empfehlungen extrahiert und in systematischer Form (Synopsis) dargestellt.

Ziel der Literaturrecherche und Social Media Recherche zu nationalen und internationalen Aufklärungs- und Informationskampagnen ist eine Bestandsaufnahme, Charakterisierung und – wenn möglich – Bewertung bestehender nationaler und internationaler Aufklärungs- und Informationskampagnen zu Diabetes mellitus. Daneben werden die adressierten Zielgruppen, die zentralen vermittelten Botschaften inklusive genauer Bild- und Sprachinhalte sowie die genutzten Medien der Aufklärungs- und Informationskampagne inklusive Umfang und Art der Verwendung ermittelt.

Erfahrungen und Abweichungen

Die AG-Literatur des Fachbeirats (s. o.) hatte gemeinsam mit der BZgA vor der zweiten Fachbeiratssitzung im Jahr 2017 eine Übersicht erstellt, die zeigt, zu welchen Themenfeldern der Primär-, Sekundär- und Tertiärprävention noch unzureichende Evidenz vorliegt und dementsprechend Recherchebedarf besteht. Nach deren Vorstellung und Diskussion im Rahmen der zweiten Beiratssitzung wurden die Themen durch die BZgA überarbeitet. Per Umlaufverfahren im Nachgang zur Sitzung stimmte der Fachbeirat den Themen zu. Auf Basis dieser Übersicht formulierte die Geschäftsstelle gemeinsam mit der AG-Literatur Anfang September 2018 eine Fragestellung zum Thema „Bestehende Präventions- /Behandlungsmaßnahmen in Deutschland“. Zunächst konnte kein Konsens mit dem BMG bzgl. dieser Recherche erreicht werden. Die Beauftragung wurde daher einvernehmlich zurückgestellt, so dass bis Juli 2019 noch keine Literaturrecherchen zu dieser speziellen Fragestellung vergeben und durchgeführt wurden.

Konzept zur Umsetzung einer Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus

Basierend auf den Ergebnissen der Bestandsaufnahme und Analyse/-bewertung bestehender Aktivitäten mit der Zielsetzung, die Präventionspotentiale bei Diabetes mellitus voll auszuschöpfen, umfasst die Strategie und somit das Projekt zum Projektende am 31.12.2019 die drei übergeordneten Handlungsfelder (1) „Diabetes vermeiden“, (2) „Diabetes früh erkennen“ und (3) „Diabetes gut behandeln“ mit jeweiligen nachfolgend dargestellten Teilzielen (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Handlungsfelder und Teilziele

Handlungsfeld	Teilziel
Handlungsfeld 1 (Primärprävention) „Diabetes vermeiden“	<ul style="list-style-type: none"> – Verbesserung des Wissensstandes über Diabetes mellitus, Diabetesrisikofaktoren und präventive Maßnahmen durch qualitätsgesicherte, zielgruppengerechte Informationen – Verbesserung der Kenntnis über das individuelle Diabetes-Risiko – Förderung von gesundheitsförderlichem und präventivem Verhalten durch qualitätsgesicherte, zielgruppengerechte Informationen
Handlungsfeld 2 (Sekundärprävention) „Diabetes früh erkennen“	<ul style="list-style-type: none"> – Verbesserung des Wissensstandes über die anerkannten Früherkennungsmöglichkeiten (Check-Up und GDM-Screening) durch qualitätsgesicherte, zielgruppengerechte Informationen – Steigerung der Inanspruchnahme/Nutzung der anerkannten Früherkennungsmöglichkeiten (Check-Up, und GDM- Screening) durch qualitätsgesicherte, evidenzbasierte Informationen
Handlungsfeld 3 (Tertiärprävention) „Diabetes gut behandeln“	<ul style="list-style-type: none"> – Verbesserung des Wissensstandes über Diabetes mellitus und diabetesbedingte Folgeerkrankungen durch qualitätsgesicherte, zielgruppengerechte Informationen

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

- Verbesserung des Wissenstandes zu nach wissenschaftlichen Standards anerkannten Möglichkeiten des Selbstmanagements von Diabetes mellitus durch qualitätsgesicherte, zielgruppengerechte Informationen
- Verbesserung des Wissenstandes über und des Zugangs zu bestehenden Versorgungsangeboten durch qualitätsgesicherte, zielgruppengerechte Informationen

Erfahrungen und Abweichungen

Eine wichtige Voraussetzung zur Entwicklung und Fortschreibung der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus (inkl. Maßnahmenplan) ist ein gemeinsames Verständnis ihrer kurz-, mittel- und langfristigen Ziele, ihrer damit einhergehenden Schwerpunkte und Grenzen. Zu Beginn des Projekts existierten jedoch unter den Beteiligten keine einheitlichen Definitionen sowie bestand kein einheitliches Verständnis von Prävention und Gesundheitsförderung. Dieses gemeinsame Verständnis musste zunächst im zeitaufwändigen partizipativen Prozess entwickelt und entsprechendes Wissen generiert werden, was u. a. dazu führte, dass die Strategieentwicklung in dem Projektzeitraum nicht abgeschlossen werden konnte. Die Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses war auch vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Interessen aller Beteiligten herausfordernd. Des Weiteren lagen die Ergebnisse aus der Bestandsaufnahme (Projekte und Literaturrecherchen, s. o.) erst in der zweiten Projekthälfte bzw. nach Projektende vor.

Evaluationskonzept

Die Entwicklung des Evaluationskonzepts konnte im Projektzeitraum bei noch nicht final vorliegender Strategie nicht abgeschlossen werden

Phase 2: Implementierung und Evaluation

„Diabetesnetz Deutschland – gemeinsam gesünder“

In 2018 wurde die Wort-Bild-Marke „Diabetesnetz Deutschland – gemeinsam gesünder“ entwickelt und unter der URL www.diabetesnetz.info eine Internetpräsenz zur Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie sowie zur Vorstellung der Mitglieder des Fachbeirats und der geförderten Projekte etabliert. Zudem ist das „Diabetesnetz Deutschland – gemeinsam gesünder“ auf nationaler Ebene mit einem eigenen Messestand vertreten (sechs Messeauftritte in 2019, s. u.), um auf die Strategie bei verschiedenen Zielgruppen aufmerksam zu machen. Dazu werden u. a. mit der Wort-Bild-Marke versehene Give-Aways verwendet.

Erfahrungen

Die Umsetzung der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie erfordert es, Akteure zu vernetzen, um erfolgreiche Ansätze transparent zu machen, zu bündeln und koordinierte Maßnahmen zu entwickeln. Derzeit gibt es noch keine etablierte Kooperationsstruktur, in der sich im Rahmen der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie diabetesspezifische Fachorganisationen vernetzen und gemeinsam Aktivitäten durchführen könnten. Für eine gelingende Kooperation zwischen allen Akteuren, insbesondere auch jenseits des Fachbeirats, erscheint es daher notwendig, das gemeinsame Verständnis, Aufgaben, Zuständigkeiten und Ziele in einem Kooperationskonzept und im Rahmen einer gemeinsamen Vereinbarung schriftlich festzuhalten.

Zusammenarbeit mit der Diabetes-Surveillance des RKI

Die BZgA arbeitet mit der Diabetes-Surveillance des RKI zusammen und nutzt die von der Surveillance generierten Daten als Basis für die Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie. Die BZgA ist Mitglied im wissenschaftlichen Beirat der Diabetes-Surveillance des RKI. Das RKI ist Mitglied im Fachbeirat der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus

Erfahrungen

Die Zusammenarbeit ist gekennzeichnet durch ein offenes und vertrauensvolles Verhältnis. Es wurde gemeinsam ein zweitägiger internationaler Workshop zu Präventionsstrategien zu Diabetes und zu Public-Health Surveillance Systems mit positivem nationalen und internationalen Feedback veranstaltet.

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Nationales Diabetesinformationsportal www.diabinfo.de

Der Aufbau des Nationalen Diabetesinformationsportals (Projektstart 10/2018, www.diabinfo.de) erfolgte mit anteiliger finanzieller Förderung der Nationalen Präventions- und Kommunikationsstrategie sowie durch die Träger der bestehenden Diabetesinformationsdienste (Diabetes Zentrum Düsseldorf, Helmholtz Zentrum München). Somit wurde eine sinnvolle Bündelung der nationalen Expertise der relevanten Akteure vorgenommen. Die inhaltliche Konzeption des Portals wurde eng mit der BZgA abgestimmt. Ziel des Vorhabens ist es, dieses Portal nachhaltig als „das“ unabhängige, übergeordnete Diabetes- Informationsportal in Deutschland mit hoher Sichtbarkeit zu etablieren, welches neutral und bedarfsorientiert evidenzbasierte und qualitätsgeprüfte Informationen zu Diabetes mellitus bereitstellt. Durch schnell verfügbare und verlässliche Zugänglichkeit zu Informationen wird dem bestehenden Bedürfnis nach einer vertrauenswürdigen Informationsressource begegnet. Das Portal stellt zudem als bevölkerungsnaher internetbasierter Außenauftritt mit hoher Sichtbarkeit die Schnittstelle der BZgA bzw. des „Diabetesnetz“ mit der Allgemeinbevölkerung und spezifischen Zielgruppen der Diabetesprävention dar. Durch ein in das Portal integriertes Anfrageportal, die Zusammenarbeit mit Expertinnen und Experten und das Angebot einer klinischen Studienplattform wird eine ständige Interaktion mit relevanten Zielgruppen sowie mit der Wissenschaft gefördert und ein Bindeglied zwischen Diabetesversorgung und -forschung geschaffen. Die Schaffung von Synergien in der Wissensvermittlung und Behebung der beschriebenen Wissens- und Fähigkeitsdefizite im Kontext von Diabetes mellitus entspricht der übergeordneten Aufgabe des „Diabetesnetz“, die Gesundheitskompetenz zu Diabetes mellitus in Deutschland nachhaltig zu stärken.

Ein Nachhaltigkeitskonzept sieht vor, dass das Portal ab 2020 weitergeführt und ausgebaut werden kann. Es ist u. a. eine Integration weiterer Zielgruppen, Inhalte bzw. Formate und Kooperationspartner und langfristig ein zielgruppengerechtes Angebot sämtlicher Forschungs- und Versorgungsaspekte aus dem Bereich Diabetes mellitus geplant.

Erfahrungen und Abweichungen

Die (Weiter-)Entwicklung und kontinuierliche redaktionelle Betreuung eines Nationalen Diabetes-informationsportals als zentrale Informationsplattform für die Bevölkerung ist einer der wesentlichen Bestandteile der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus.

Das Portal soll umfassende und aktuelle Gesundheitsinformationen zu Diabetes mellitus bereitstellen, die:

- den Bedürfnissen der Bevölkerung entsprechen,
- nach wissenschaftlichen Standards qualitätsgeprüft sind,
- informierte Entscheidungen ermöglichen und
- wirtschaftlich unabhängig sind.

Das Portal weist Pilotcharakter auch für das geplante Nationale Gesundheitsportal auf. Durch die Anbindung an wissenschaftliche und klinische Einrichtungen in München und Düsseldorf sowie an das Deutsche Zentrum für Diabetesforschung (DZD) mit seinen weiteren Partnern als die zentralen öffentlich geförderten Diabetesforschungsinstitutionen ist ein Maximum an Seriosität, Aktualität, Neutralität, Qualitätssicherung und Evidenz gegeben.

Eckfeldanzeigen zum Weltdiabetestag am 12.11.2019

Im Rahmen der in 2019 eingeleiteten Awareness-Kampagne zur Prävention des Diabetes mellitus, seiner Risikofaktoren und Folgeerkrankungen sowie des anstehenden Launch des Nationalen Diabetes-informationsportals (diabinfo.de) wurde zum Weltdiabetestag am 14.11.2019 eine bundesweite Anzeigenschaltung in der Bild-Zeitung, Berliner Zeitung, Berliner Morgenpost und Frankfurter Allgemeine Zeitung durchgeführt. Ziel der Schaltung war die Sensibilisierung für die Erkrankung Diabetes mellitus und ihrer vermeidbaren Risikofaktoren in der Zielgruppe Allgemeinbevölkerung, ebenso wie die Bekanntmachung des Nationalen Diabetesinformationsportals und des dort hinterlegten Deutschen Diabetes-Risikotests des Deutschen Instituts für Ernährungsforschung.

Erfahrungen und Abweichungen

Mit der gedruckten Eckfeldanzeige wurde eine Nettoreichweite von 17 % bei der Gesamtbevölkerung (ab 14 Jahre) erzielt. Über die Zeitungen wurden 10 Millionen Menschen (Leserinnen und Leser der einzelnen Zeitungen pro Ausgabe) erreicht.

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Telefonaktionen

Im Rahmen der in 2019 eingeleiteten Awareness-Kampagne zur Prävention des Diabetes mellitus, seiner Risikofaktoren und Folgeerkrankungen wurden unmittelbar vor dem Weltdiabetestag (14.11.2019) vom 11. bis 13.11.2019 fünf Telefonaktionen zum Thema Prävention des Diabetes durchgeführt.

Erfahrungen und Abweichungen

Der Nutzen der Telefonaktionen liegt nicht nur in der Zahl der Beratung der einzelnen Bürgerinnen und Bürger, die während der Telefonaktionen anrufen, sondern vielmehr in der Reichweite der Vor- und Nachberichterstattung sowie den dabei vermittelten Informationen an den gesamten Leserinnen- und Leserkreis der Zeitungen. Die Vor- und Nachberichterstattung hat über die Telefonaktionen in fünf Zeitungen eine Gesamtauflagenhöhe von 1,2 Millionen erreicht.

Wartezimmerplakate

Das Nationale Diabetesinformationsportal www.diabinfo.de wird mit einer bundesweiten Versandaktion von (Wartezimmer-)Plakaten und Terminblöcken an Hausarztpraxen sowie an Diabetesberaterinnen und Diabetesberater (insgesamt ca. 50.000 Adressaten) bekannt gemacht. Die Plakate wurden in 2019 entwickelt, mit dem Fachbeirat abgestimmt und einem Pretest unterzogen.

Erfahrungen und Abweichungen

Die Versandaktion der (Wartezimmer-)Plakate und Terminblöcke wird aufgrund der Corona-Krise im 2. Quartal 2020 erfolgen.

Messestand „Diabetesnetz Deutschland – gemeinsam gesünder“

Ziel der Messeauftritte ist es, zum einen auf Fachmessen über die Strategie zu informieren und neue Kontakte zu diabetesspezifischen Fachorganisationen zu knüpfen, zum anderen auf Messen für die Allgemeinbevölkerung die Awareness für das Thema Diabetes zu steigern und Basisinformationen darüber zu vermitteln.

Erfahrungen und Abweichungen

Das „Diabetesnetz Deutschland – gemeinsam gesünder“ war 2019 auf sechs Fachveranstaltungen/Messen vertreten, um auf die Strategie bei verschiedenen Zielgruppen aufmerksam zu machen. Dazu wurden u. a. mit der Wort-Bild-Marke versehene Give-Aways verwendet.

Methodenkoffer

Der Methodenkoffer soll Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie anderen relevanten Akteuren im Gesundheitswesen Methoden für die Typ-2 Diabetes-Präventionsarbeit insbesondere in der Lebenswelt „Betrieb“ zur Verfügung stellen. Durch den Methodenkoffer soll das Wissen über die Erkrankung, das Bewusstsein des Risikos sowie die Gesundheitskompetenz und die Selbstmanagement-kompetenzen insbesondere von Personen im Alter zwischen 18 und 40 Jahren gefördert werden. Awareness für Typ-2 Diabetes und Kenntnisse über geeignete Präventionsmaßnahmen sind insbesondere bei jüngeren Erwachsenen (18-40 Jahre) in der Regel eher gering (Haack et al., 2019¹⁰) 2019 wurde eine Literatur- und Internetrecherche, die didaktische Methoden, relevantes Wissen und Kompetenzen und „Best Practice Beispiele“ identifizieren soll, beauftragt, deren Ergebnisse in 2020 vorliegen werden.

Erfahrungen und Abweichungen

Die Entwicklung des Konzepts zum Methodenkoffer wurde im Projektzeitraum noch nicht abgeschlossen.

Awareness-Kampagne zur Primärprävention von Typ-2-Diabetes

2019 wurde mit der Konzeption und Einleitung einer bevölkerungswelt ausgerichteten, primärpräventiven Awareness-Kampagne in enger Zusammenarbeit mit staatlichen und nicht-staatlichen nationalen Akteuren aus dem Bereich Diabetes mellitus begonnen. Die Kampagne soll 2020/21 fortgeführt werden.

¹⁰ Haack M, Meyer A, Walter U, Dierks M-L, Saßmann H, Dehn-Hindenberg A. (2019). Awareness für das Risiko Typ 2 Diabetes unter Erwachsenen in der ersten Lebenshälfte – Informationsverhalten, Bedürfnisse und Empfehlungen für die Informationsaufbereitung und -vermittlung: Abschlussbericht. Medizinische Hochschule Hannover (MHH), Hannover.

Durchführung, Arbeits- und Zeitplan, Ergebnisse

Erfahrungen und Abweichungen

Die Entwicklung des Konzepts der Awareness-Kampagne zur Primärprävention von Typ-2-Diabetes wurde im Projektzeitraum noch nicht abgeschlossen. Zur Evaluation der Kampagne wird die Durchführung eines Surveys von Seiten der BZgA in das Konzept mitaufgenommen; analog zu bspw. den BZgA-Surveys zur Alkohol- oder Infektionsschutzkampagne.

Phase 3: Fortführung- und Verstetigung

Die Phase der Fortführung und Verstetigung der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus wurde in die Verlängerung des Projekts (Laufzeit: 01.01.2020-31.12.2021) verschoben.

4. Diskussion der Ergebnisse, Gesamtbeurteilung

Die Ergebnisse des Abschlussberichts zeigen, dass zahlreiche grundlegende und wegbereitende Arbeitsaufträge auf den Weg gebracht wurden, um die Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus zu entwickeln und umzusetzen. Deren Ergebnisse und Produkte bilden wichtige Meilensteine, um in der zweiten Projektphase in die Umsetzung gehen zu können. Beispiele sind die Entwicklung, Implementierung und Launch des Nationalen Diabetesinformationsportals diabinform.de, die Abstimmung und Definition von Handlungsfeldern und Zielen für die Strategie, die Zieldefinition und die Entwicklung eines gemeinsamen Selbstverständnisses des heterogenen Fachbeirats zur Förderung der Zusammenarbeit und der Koordination von Aktivitäten der verschiedenen Akteure im Feld sowie die Identifikation von Zielgruppen, Botschaften und Instrumenten der Informationsvermittlung.

Es wurde jedoch auch deutlich, dass die Entwicklung und Umsetzung einer bedarfsgerechten, evidenzbasierten, qualitätsgesicherten und umfassenden Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus ein komplexes Vorhaben darstellt. Erstmals gilt es, zu allen Phasen der Prävention für eine chronische nicht-übertragbare Volkskrankheit ein zielführendes schlüssiges Kommunikationskonzept zu entwickeln, verbunden mit der Neudefinition von Zielen und Zielgruppen sowie darauf aufbauend die Konzeptionierung von präventiven Inhalten und Botschaften sowie die Ausgestaltung entsprechender Kampagnen und Maßnahmen. Dies ist eine große Herausforderung. Aufgabe ist es, ein gemeinsames Verständnis für das Handlungsfeld der gesundheitlichen Aufklärung zu einer nicht-übertragbaren chronischen Erkrankung, insbesondere der Ziele, Schwerpunkte, Grenzen und Verortung innerhalb von Gesundheitsförderung und Prävention zu entwickeln. Zudem sind die Prävention des Diabetes mit seiner Vielzahl an Risikofaktoren wie unter anderem unausgewogener Ernährung, Bewegungsmangel und Adipositas sowie die Behandlung des Diabetes äußerst komplexe und kontrovers wahrgenommene und verfolgte Themengebiete, in denen verschiedenste Akteure unterschiedlicher Provenienz mit teilweise gegensätzlichen Interessenlagen aktiv sind.

Insgesamt konnten in der ersten Projektphase durch das Projekt mit der Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses und der Festlegung gemeinsamer Schwerpunkte für die Strategie tragfähige Strukturen und koordinierte Prozesse etabliert werden. Diese stellen für die Fortführung und Weiterentwicklung der Strategie – Erstellung eines Strategiepapiers, flankiert mit einem Kooperations- und Evaluationskonzept – und die sukzessive Umsetzung einer bevölkerungswelt ausgerichteten, primärpräventiven Awareness-Kampagne zur Sensibilisierung der Allgemeinbevölkerung und spezifischer Zielgruppen eine solide Grundlage dar. Dabei ist davon auszugehen, dass das Strategiepapier aufgrund gemeinsamer Risikofaktoren und Determinanten auch für weitere nicht-übertragbare Erkrankungen handlungsleitend sein kann und Zugangswege sowie Operationalisierungsmöglichkeiten aufzeigen wird.

5. Gender Mainstreaming Aspekte

Bei der Entwicklung und Umsetzung von zielgruppenspezifischen Informations- und Aufklärungsangeboten zu Diabetes mellitus wurden geschlechtsspezifische Aspekte und Prävalenzunterschiede in den verschiedenen Zielgruppen, Altersklassen und sozialen Schichten sowie Unterschiede im Informations- und Mediennutzungsverhalten, im Wissensstand und Risikobewusstsein sowie in der Inanspruchnahme von Risikotests und Früherkennungsuntersuchungen berücksichtigt. So wurde sichergestellt, Maßnahmen zielgruppengerecht unter Einbezug o. g. Spezifika zu adressieren und Besonderheiten spezieller Zielgruppen (bspw. schwangere Frauen) gerecht zu werden.

6. Verbreitung und Öffentlichkeitsarbeit der Projektergebnisse

Es wurden folgende Aktivitäten als auch Veranstaltungen zur Verbreitung und Öffentlichkeitsarbeit der Projektergebnisse durchgeführt:

- Auftaktveranstaltung mit dem Staatssekretär (26.06.2017)
- Sechs Fachbeiratssitzungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten und Workshops
- Internationaler Workshop gemeinsam mit dem RKI zu Präventionsstrategien zu Diabetes mellitus (06.-07.06.2018)
- Webseite <https://www.diabetesnetz.info> zur Darstellung der Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie
- Webseite Nationales Diabetesinformationsportal <https://www.diabinfo.de> für die Allgemeinbevölkerung
- DIN A4 Eckfeldanzeige zu Risikofaktoren des Typ-2-Diabetes am 14.11.2019 zum Pre-Launch des Nationalen Diabetesinformationsportals diabinfo.de mit einer Reichweite von drei Millionen Leserinnen und Lesern in überregionalen Printmedien (u. a. in BILD, ZEIT, FAZ und Süddeutsche Zeitung)
- DIN A2 Wartezimmerplakate zu Risiko- und Schutzfaktoren des Typ-2-Diabetes mellitus (zwei Motivlinien), Pretestung in Q4/2019, Versand an 50.000 Hausärztinnen und Hausärzte in Q2/2020
- Telefonaktionen zur Prävention des Typ-2-Diabetes mellitus (fünf Aktionen vom 11.11. bis 13.11.2019), renommierte Experten (u. a. Dr. Kröger, Vorstandsvorsitzender diabetesDE), Reichweite ca. 1,2 Millionen Leserinnen und Lesern; Fortsetzung in 2020)
- Entwicklung eines Methodenkoffers zur Prävention des Typ-2-Diabetes mellitus bei jungen Erwachsenen in der Lebenswelt Betrieb
- Pressemitteilungen/Tweets der BZgA begleitend zu allen Maßnahmen, Kanäle: Twitter/Youtube/Versand (BZgA, Diabetesnetz, Diabinfo)
- Messeauftritte (fünf in 2019, u. a. Welterlebnisdiabetestag in Berlin), Flyer, Give-Aways
- Fortführung in 2020: Entwicklung einer Wort-Bild-Marke und eines Kommunikationskonzepts für eine bevölkerungsweite Awareness-Kampagne zur Primärprävention des Typ-2-Diabetes. Ausgestaltung dieser Mehrebenenkampagne abhängig vom finanziellen Budget

7. Verwertung der Projektergebnisse (Nachhaltigkeit/Transferpotential)

Alle in diesem Abschlussbericht dargestellten Ergebnisse (Maßnahmen und Projekte) dienen der Prävention des Diabetes mellitus, seiner Risikofaktoren und Folgeerkrankungen sowie insbesondere dazu, eine Nationale Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus (weiter-) zu entwickeln und in Form zugehöriger Maßnahmen nachhaltig im Rahmen bundesweiter Präventionsarbeit zu Diabetes mellitus zu verankern. Dazu sollen die Erkenntnisse aus diesem Projektzeitraum ebenso wie die des Folgeprojekts (2020 bis 2021) kontinuierlich in das zu erstellende Strategiepapier zur Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus einfließen. Dieses wird zu den drei definierten Handlungsfeldern SMARTe Ziele definieren sowie ein Kooperations- und Evaluationskonzept umfassen.

Das Strategiepapier besitzt Pilotcharakter bzgl. der gesundheitlichen Aufklärung nicht-übertragbarer Krankheiten, denn diese besitzen gemeinsame Risikofaktoren und Determinanten. Es ist davon auszugehen, dass das Strategiepapier gemeinsame Handlungsmöglichkeiten und Anknüpfungspunkte der gesundheitlichen Aufklärung zur Primärprävention von nicht-übertragbaren Krankheiten aufzeigt. Um gleichzeitig Sichtbarkeit in der Praxis sicherzustellen, an bestehende Maßnahmen anzuschließen und das Präventionspotential zu Diabetes mellitus zeitnah auszuschöpfen, wird dazu in 2021 ein auf Nachhaltigkeit angelegtes Konzept zur Realisierung, weiteren Umsetzung und langfristigen Implementierung der dargestellten Maßnahmen, insbesondere der Mehrebenen-Aufklärungskampagne zur Primärprävention von Typ-2-Diabetes erstellt. Die ersten Maßnahmen hierzu sind auf den Weg gebracht.

8. Publikationsverzeichnis

Becker J, Emmert-Fees KMF, Greiner GG, Rathmann W, Thorand B, Peters A et al. (2020). Associations between self-management behavior and sociodemographic and disease-related characteristics in elderly people with type 2 diabetes — New results from the population-based KORA studies in Germany. *Primary Care Diabetes*. <https://doi.org/10.1016/j.pcd.2020.01.004>.

Breuing J, Pieper D, Neuhaus AL, Heß S, Lütke-meier L, Haas F, et al. (2020). Barriers and facilitating factors in the prevention of diabetes type 2 and gestational diabetes in vulnerable groups: A scoping review. *PLoS ONE* 15(5):e0232250. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232250>.

Breuing J, Pieper D, Neuhaus AL, Heß S, Lütke-meier L, Haas F, et al. (2018). Barriers and facilitating factors in the prevention of diabetes type II and gestational diabetes in vulnerable groups: protocol for a scoping review. *Systematic reviews* 7:245. <https://doi.org/10.1186/s13643-018-0919-y>.

Greiner GG, Emmert-Fees KMF, Becker J, Rathmann W, Thorand B, Peters A et al. (2020). Towards targeted prevention: Predictors for prediabetes defined by impaired fasting glucose, impaired glucose tolerance and increased HbA1c in the population-based KORA study from Germany. *Acta Diabetologica*. Artikel in Vorbereitung.

Paprott R, Heidemann C, Stühmann LM, et al. (2018) Erste Ergebnisse der Studie „Krankheitswissen und Informationsbedarfe – Diabetes mellitus (2017)“. *Journal of Health Monitoring* 3(S3):23-62. doi:10.17886/RKI-GBE-2018-062.

Reitzle L, Hansen S, Paprott R, et al. (2018). National public health system responses to diabetes and other important noncommunicable diseases: Background, goals, and results of an international workshop at the Robert Koch Institute. *Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz* 61(10):1300-1306. doi:10.1007/s00103-018-2806-z.