

## Kurzbericht zum BMG-geförderten Forschungsvorhaben

Vorhabentitel	Entwicklung, Umsetzung und Evaluation einer Nationalen Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie zu Diabetes mellitus
Schlüsselbegriffe	Diabetes mellitus, Prävention, Aufklärung, Kommunikation
Vorhabendurchführung	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)
Autor(en)/Autorin(nen)	Tanja-Maria Kessel, Dr. Martina Plaumann
Vorhabenbeginn	01.07.2016
Vorhabenende	31.12.2019

### 1. Vorhabenbeschreibung, Vorhabenziele

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) (Tonnie et al., 2019). 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 sozioökonomischer Status (Maier et al., 2014). 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 (Haack et al., 2019, Paprott et al., 2019).

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.

## 2. Durchführung, Methodik

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](http://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.

## 3. Gender Mainstreaming

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.

#### 4. Ergebnisse, Schlussfolgerung, Fortführung

In der ersten Projektphase wurden zahlreiche grundlegende und wegbereitende Arbeitsaufträge auf den Weg gebracht, 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 bevölkerungsweit 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.

Die Entwicklung und Umsetzung einer bevölkerungsweit ausgerichteten, primärpräventiven Awareness-Kampagne zur Sensibilisierung der Allgemeinbevölkerung und spezifischer Zielgruppen sowie Fortführung und Weiterentwicklung der Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie sind Gegenstand einer zweiten Projektphase bis 2021. Dabei soll die Anschlussfähigkeit an die bisherige Entwicklung der Kommunikationsstrategie und bestehende bzw. vorbereitete Maßnahmen sichergestellt und auf bereits etablierte Netzwerkstrukturen, Vorarbeiten und Leistungen aufgebaut werden.

## 5. Umsetzung der Ergebnisse durch das BMG

Die Diabetes-Aufklärungs- und Kommunikationsstrategie leistet einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Gesundheitskompetenz, zu Kenntnissen des individuellen Diabetes-Risikos und zur Stärkung eines gesundheitsförderlichen Verhaltens in der Allgemeinbevölkerung und bei Menschen mit erhöhtem Diabetes-Risiko (Primärprävention).

Um die vorhandenen Angebote der Aufklärungsstrategie weiterzuentwickeln, Akteure stärker zu vernetzen, Maßnahmen auf die Bereiche Früherkennung (Sekundärprävention) und Versorgungsinanspruchnahme (Tertiärprävention) auszudehnen und weitere, zielgruppenspezifische Formate zu entwickeln, unterstützt BMG eine Folge-Förderung bis Ende 2021.

## 6. Verwendete Literatur

HAACK M, MEYER A, WALTER U, DIERKS M-L, SAßMANN H, DEHN-HINDENBURG 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.

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.

PAPROTT R, HEIDEMANN C, STÜHMANN LM, et al.. (2018) Erste Ergebnisse der Studie „Krankheitswissen und Informationsbedarfe – Diabetes mellitus (2017)“. Journal of Health Monitoring.

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

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.