

Männer ticken anders

PRAXIS. Gesundheitsvorsorge? Für die meisten Männer ein Tabuthema. Zwei Beispiele zeigen, wie auch die schwierige Zielgruppe Männer für BGM gewonnen werden kann.

Von **Anette von Löwenstern**

Betriebliches Gesundheitsmanagement soll aktive Vorsorge in den Betriebsalltag integrieren. Doch eine Zielgruppe erweist sich hier als besonders schwierig: Männer. „Die Devise lautet nach wie vor: Männer gehen zur Arbeit, nicht zum Arzt“, bestätigt der Arbeitsmediziner Dr. Peter Kölln. Sein Tipp: „Die meisten Männer definieren sich über Leistung, nicht über den abstrakten Begriff der Gesundheit. Um sie zu erreichen, müssen wir ihre Leistungsfähigkeit ansprechen, nicht ständig ihre Defizite.“ Bedarfsorientiertes BGM bietet hier die Möglichkeit, geeignete Angebote zu platzieren, aber auch die Chance, eine Zielgruppe zu erschließen, die in der klassischen Vermittlung von Gesundheitsinformationen – etwa durch Medien oder Krankenkassen – kaum eine Rolle spielt. Insbesondere die Themen Abnehmen und Ernährung sind fast immer auf Frauen zugeschnitten, dabei haben Männer oft den größeren Handlungsbedarf.

Fakten statt Appelle

„Frauen reden eher, Männer somatisieren, das heißt, aus dem seelischen

wird dann ganz schnell ein körperliches Problem“, berichtet Kölln. In der Gesprächsführung heißt das: Aktiv zuhören, möglichst konkret sein – gerne mit Beispielen aus dem Arbeitsalltag oder technischen Analogien, etwa aus der Auto-Welt. „Ein übergewichtiger Mann will keinen Vortrag über die gesundheitlichen Nachteile seines Bauches hören. Aber frage ich ihn, nach wie vielen Stufen er auf der Treppe aus der Puste kommt, wird er hellhörig“, so der Arzt. Gerade die Frage nach einem wirksamen und alltagstauglichen Abnehmprogramm tauche in seinen Gesprächen immer öfter auf. Viele Männer seien von gescheiterten Diätversuchen frustriert, ihr Übergewicht eine Folge von Problemen und Stress.

Leistungsbremse Übergewicht

„In vielen Unternehmen leidet schon heute jeder zweite Mitarbeiter unter Krankheiten, die direkt oder indirekt auf Übergewicht zurückzuführen sind: Bluthochdruck, Rückenschmerzen, Fettstoffwechselstörungen, Typ-2-Diabetes, Leberverfettung“, berichtet Gesundheitsexperte Dr. Hardy Walle. Mittelfristig sei der wirtschaftliche Schaden enorm, die Produktivität reduziere

sich zum Teil um ein Drittel. „In den Arbeitsalltag integrierte Programme bieten gute Möglichkeiten, auch diejenigen zu erreichen, die sich sonst eher wenig um ihre Gesundheit kümmern“, so Walles Erfahrung. Gerade im betrieblichen Umfeld sei der Nutzen präventiver Interventionen, etwa zur Gewichtsreduktion, sehr hoch. Nicht nur, dass deutlich mehr Männer zum Abnehmen motiviert werden als im ambulanten Bereich; neben dem Gewicht reduzieren die Teilnehmer auch ihr Risiko, Adipositas-assoziierte Folgeerkrankungen wie Typ-2-Diabetes, Bluthochdruck oder einen Herzinfarkt zu erleiden. Wie solche Programme funktionieren können, zeigen die folgenden zwei Praxisbeispiele.

Abnehmen in der KVG

Der Impuls kam von Geschäftsführer Andreas Schulz: Der Chef der Kieler Verkehrsgesellschaft (KVG), einem Betrieb mit 400 Busfahrern im Schichtdienst, hatte sein früheres Sportprogramm wieder aufgenommen und plante eine Diät. Gemeinsam mit dem BGM-Anbieter Bodymed entstand der Plan, im Rahmen des betrieblich geförderten Gesundheitsmanagements einen Abnehm-Kurs durchzuführen. Mit Hilfe von Personalabteilung und Betriebsrat wurden Mitstreiter gesucht, die sich gemeinsam mit dem Chef über gesundes Essen informieren, regelmäßig untersuchen, wiegen lassen und abnehmen wollten. „Das war am Anfang nicht einfach“, berichtet Personalleiterin Viola Wormuth. „Wer setzt sich schon gerne



„Keiner tut sich leicht damit, zuzugeben, dass er selbst übergewichtig ist, geschweige denn, andere darauf anzusprechen.“ **Andreas Schulz, Geschäftsführer KVG**



„Männer definieren sich über Leistung. Also sprechen wir ihre Leistungsfähigkeit an, nicht ihre Defizite.“

Dr. Peter Kölln, Facharzt für Arbeitsmedizin, Bremen

mit seinem Übergewicht auseinander, insbesondere wenn es mehr als die zwei, drei üblichen Wohlfühl-Kilo sind?“ Doch der Chef als Vorbild überzeugte, der selbstkritisch einräumt: „Keiner tut sich leicht damit, zuzugeben, dass er selbst übergewichtig ist, geschweige denn, andere darauf anzusprechen.“ 17 Männer trafen sich schließlich Anfang 2014 zum ersten Informationsabend mit Dr. Dirk Padberg, der das Projekt von ärztlicher Seite betreute, und bis heute von der Motivation der Teilnehmer begeistert ist: „Nach anfänglicher Skepsis war Abnehmen plötzlich ganz cool.“ Doch wie hält jemand Diät, der Bus fährt und im Schichtdienst arbeitet? Das Abnehm-Konzept punktete mit Praktikabilität, intensiver Betreuung und guter Umsetzbarkeit im Arbeitsalltag. Das Ergebnis nach 12 Wochen: Die Teilnehmer haben fast 200 Kilogramm Körpergewicht verloren – und sichtlich an Lebensfreude gewonnen. Weil die Aktion so erfolgreich war, hat die KVG inzwischen einen weiteren Kurs gestartet. Anders als beim ersten Durchgang sind diesmal auch Damen mit dabei.

Hafenbetriebe: Check-up to go

Rund 6.000 Mitarbeiter betreuen Dr. Peter von Coburg und seine Kollegen in den Hafengebieten von Wilhelmshaven, Bremen, Bremerhaven und Hamburg. 95 Prozent der Beschäftigten sind männlich, viele haben gesundheitliche Probleme, Schichtdienst ist die Regel, an ihrem Arbeitsplatz herrscht an 365 Tagen im Jahr Hochbetrieb.

„Diese Männer sehe ich nie in meiner Praxis“, berichtet von Coburg, der den arbeitsmedizinischen Dienst AMD Hanse leitet. Speziell für sie wurde das Format „Check-up to go“ entwickelt. „Auch Männer wissen, dass Rauchen ungesund ist. Was sie aber viel mehr interessiert,

ist die Frage: Wie hoch ist mein individuelles Risiko und was kann ich dagegen tun?“, so von Coburg. In einem 15-minütigen Test erheben die Mediziner Daten zu den „Big five“ der männlichen Gesundheitsrisiken: Rauchen, Bluthochdruck, Alkohol, Cholesterin und Übergewicht. „Am Schluss gibt es eine Auswertung mit vielen bunten Pfeilen. Und dann sieht man die Männer zusammenstehen und sich vergleichen“, sagt von Coburg. Für den Mediziner liegt der

Schlüssel zur Zielgruppe Mann im „Abholen vor Ort“ – und im einordnenden Gespräch. Männer wollten Zusammenhänge verstehen, einzelne Labordaten interessierten sie nicht. „Wenn sie aber begriffen haben, warum ein bestimmter Wert wichtig ist und wie sie ihn beeinflussen können, dann haben sie auch Lust, Verantwortung für sich zu übernehmen.“ Und damit wäre das vielleicht wichtigste Ziel doch schon erreicht. ■



ANETTE VON LÖWENSTERN

ist freie Journalistin und Fachautorin in Hamburg.