

Wie wir Männer gesünder machen

... und dabei vom
Gender-Marketing
profitieren

Gesundheitskompetenzen

- ..zu stärken, ist ein weites Feld.
- Mein Fokus sind folgende Kompetenzen:
- Nutzung (der Akteure) des Gesundheitssystems
- Präventionsangebote
- Riskmanagement an den Beispielen Autofahren, E-Bike-Fahren

Männer gesünder machen?

- Meine Ausgangslage:
- Männer gehen seltener zum Arzt
- Ab dem Jahr 1850 beträgt das Verhältnis der Arztbesuche Männer zu Frauen 40 zu 60 %.
- Selbst nach Abzug des gynäkologischen Bedarfs und des Frauenüberschusses in der Bevölkerung bleibt immer noch ein Überhang von 12 %

Ausgangslage

- Männer betreiben Reparaturmedizin
- Frauen Vorsorgemedizin
- Nur jeder vierte Mann geht zur Krebs-Vorsorge

Wichtige Fragen:

- Wie schaffen wir es, dass Männer früher zum Arzt gehen
- (oder zu anderen Akteuren)
- Und wie gewinnen wir Männer für Präventionsangebote?

Beziehung Arzt-Mann

- Zur Erinnerung: Männer gehen seltener zum Arzt
- Aus einer systemischen Perspektive sagt das etwas über Männer aus...
- aber eben auch über uns Behandler
- Nur ein Beispiel: Ärzte reden in der Sprechstunde weniger mit Männern

Was folgt daraus?

- Sprechen Sie Männer direkter an!
- Abendsprechstunde für Männer
- Spezialangebote für Männer
- Werben Sie aktiver für Vorsorge-Angebote
- Gestalten Sie Ihre Praxis männeraffiner
- Z.B. bei der Auswahl der Zeitschriften im Wartezimmer

Wie erreiche ich Männer?

- ... in der Arzt-Patient-Kommunikation
- Ressourcenorientierte Kommunikation
- Sympathisches Auftreten
- Roten Teppich ausbreiten
- Der wichtigste Wirkfaktor in Arzt-Mann-Beziehung:

4M

- Man muss Männer (oder das Männliche) mögen, auch wenn sie
- weniger lächeln
- etwas wortkärger sind
- und uns gegenüber kritischer sind.

Männer gesünder machen

- Im Rahmen von (Präventions-)Kampagnen
- Was wir vom Gender-Marketing lernen können

Definition Gender-Marketing

- Gender-Marketing ist ein Ansatz zur Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen, die für Männer und Frauen unterschiedliche Bedeutung haben. Diese Vorteile sollen bei der Bewerbung und Verkauf besonders herausgestellt werden. (Wikipedia).

Was wir lernen können

- Arbeit mit positiven Männerbildern
- Männliche Ressourcen ansprechen:
- Selbstironie
- Lust an guten Sprüchen
- Männlichen Humor

1000 mutige Männer

- Darmkrebs-Früherkennung
- 2010 mit Erfolg durchgeführt
- Im Schnitt 7,3 % mehr Koloskopien
- Zum Vergleich: Aachen: -17,5%,
Krefeld -12,7%, Remscheid: -11%.

FC Besseresser

- Novitas BKK
- Betriebliche Gesundheitsförderung
- Männerkochkurs für Männer in Schichtarbeit
- Inhalte werden in Fußballsprache übersetzt
- 5000 Männer in 10 Betrieben

Mein Favorit:

iPad

10:50
dev.ffit.org.uk

63 %

HOME

DEVELOPING AND EVALUATING FFIT

FFIT FOLLOW UP

HOME OF THE FOOTBALL FANS IN TRAINING OUTCOME STUDY



The Football Fans in Training (FFIT) programme is a healthy living and weight loss programme that was carefully designed to appeal to men. It incorporates the latest scientific approaches to weight loss, physical activity and diet and taps the potential of professional football clubs to engage overweight and obese men in weight loss. It has been developed and successfully evaluated in a major research project led by the University of Glasgow.

This website is for those

Football Fans in Training

- Programm zur Gewichtsreduktion bei Männern
- Programm ist an Profifußballclubs angegliedert
- Zielgruppe: Übergewichtige Männer im Alter von 35 - 65
- 12 Wochen mit theoretischen und praktischen Einheiten

Football Fans in Training

- Idee hinter FFiT:
- Loyalität zum Verein führt dazu, dass mehr Männer teilnehmen.
- Ergebnisse:

Football Fans in Training

- Teilnehmer BMI: 35,5
- Über 90 % adipös.
- Sozioökonomisch gemischt
- Nach 12 Monaten: 5,6 kg Gewichtsabnahme
- Taillenumfang um 7,3cm reduziert
- Mehr Bewegung um den Faktor 3

Football Fans in Training

- Deutlich weniger fetthaltig ernährt (50 % weniger).
- Alkoholreduktion stärker
- Selbstachtung etwas erhöht
- Seit 2016: FFiT vom IFT Nord umgesetzt in Zusammenarbeit mit Holstein Kiel

Football Fans in Training

- 1. FC Köln, 1. FC Nürnberg
- 1. FSV Mainz, Bayer 04 Leverkusen
- Eintracht Braunschweig, FC Ingolstadt, Hertha BSC
- RB Leipzig, Schalke 04
- SV Darmstadt

Riskantes Verhalten

- Männer verhalten sich riskanter
- Gewalt
- Ernährungsgewohnheiten
- Berufswahl
- Alkohol- und Drogenkonsum
- Riskantes Freizeitverhalten
- Autofahren

Wichtige Frage:

- Wie schaffen wir es, dass junger Männer weniger riskant Auto fahren?
- Wie gewinnen wir männliche Best-Ager-E-Bike-Käufer dazu, ein Fahrtraining zu absolvieren?

Junge Raser

- Welche männlichen Motive stecken hinter einem riskanten Fahrstil?
- Reizhunger (Sensation seeking)
- Status
- Welche Botschaften im Rahmen einer Kampagne?

Junge Raser

- Seine Clique oder Freundin ‚sicher‘ (=risikoarm) nach Hause zu fahren,
- hat mit Größe oder
- Souveranität zu tun
- ist etwas ‚Heldenhaftes‘.

Seniore E-Bike-Nutzer

- Welche Motive stecken hinter dem E-Bike-Kaufs eines ‚Silver Agers‘
- Fit sein, Mobilität erhalten
- Mithalten können
- Wie können wir (ältere) Männer mehr erreichen, ein Fahrtraining zu absolvieren?

Seniore E-Bike-Nutzer

- Image-Kampagne: Weg vom Image ‚Rentner-Fahrrad‘
- Fitnessstraining mit dem E-Bike
- Modul: sicheres Fahren

Fazit

- Wenn wir Männer mehr ansprechen wollen....
- müssen wir anprechender werden.
- Frohmedizin statt Drohmedizin
- Mit positiven männlichen konnotierten Motiven, Ressourcen und Bildern arbeiten.

Fazit

- Vielen Dank fürs Zuhören!
- Weitere Informationen unter:
- www.maennergesundheits-sh.de