



**GOOD PRACTICE**  
in der Gesundheitsförderung bei sozial Benachteiligten



Kooperationsverbund  
Gesundheitliche  
Chancengleichheit



Gesundheitliche  
Chancengleichheit  
Bayern

## Good Practice-Lernwerkstatt Niederbayern

### Kriterien Partizipation und Zielgruppenbezug

für die Mitarbeitenden des Fachbereiches  
Gesundheitsförderung und Prävention und die  
Gesundheitsregionen<sup>plus</sup> in Niederbayern

**10. Januar 2024**



**ZPG**

Bayerisches Zentrum für  
Prävention und Gesundheitsförderung

Bayerisches Landesamt für  
Gesundheit und Lebensmittelsicherheit





# Begrüßung und Einführung

## Ziele der Lernwerkstatt

- Kennenlernen der Good Practice-Kriterien
- Unterstützung bei Reflexion der eigenen Arbeit
- Ansätze zur Nutzung der GP-Kriterien für Qualitätsentwicklung und -sicherung der eigenen Arbeit
- Anknüpfen an Erfahrungen und Kompetenzen der Teilnehmenden
- Austausch untereinander und aktive Auseinandersetzung mit den Kriterien
- Klären offener Fragen

## Agenda

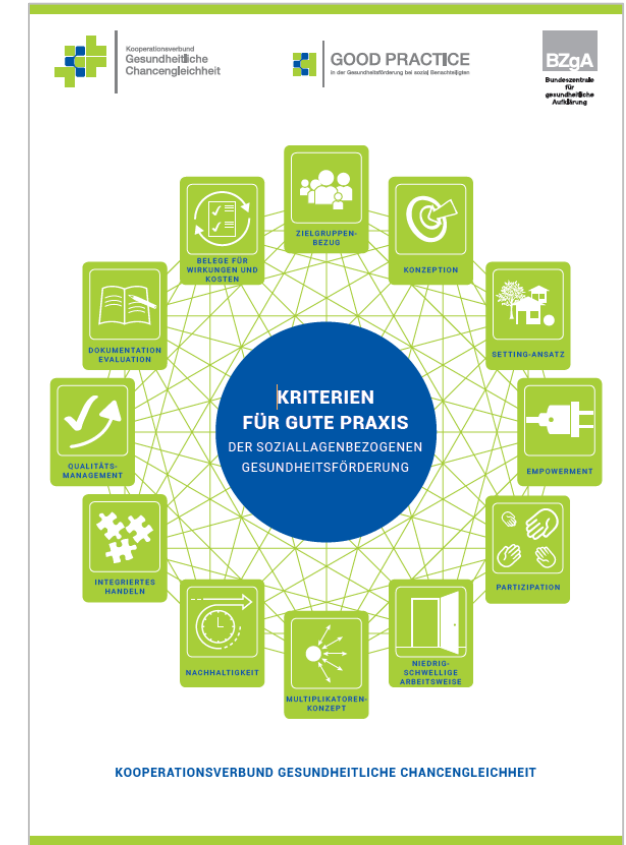
- |           |   |
|-----------|---|
| 12:30 Uhr | <b>Begrüßung</b>  |
| 12:40 Uhr | <b>Vorstellungsrunde und kreativer Einstieg</b>                                     |
| 13:10 Uhr | <b>Input: Das Good Practice-Kriterium Partizipation</b>                             |
| 13:25 Uhr | <b>Methode zur Auseinandersetzung mit dem Kriterium und Erprobung in der Praxis</b> |
| 13:50 Uhr | <i>Kaffeepause</i>  |
| 14:05 Uhr | <b>Input: Das Good Practice-Kriterium Zielgruppenbezug</b>                          |
| 14:20 Uhr | <b>Methode zur Auseinandersetzung mit dem Kriterium und Erprobung in der Praxis</b> |
| 15:05 Uhr | <b>Resümee</b>  |
| 15:20 Uhr | <i>Ende der Veranstaltung</i>   |



## Nutzung der Good Practice-Broschüre

Die Broschüre dient ...

- ... als „**Handwerkszeug**“ für die eigene Arbeit
- ... der **Erleichterung** des Zugangs zum Thema „Good Practice“.
- ... der **Umsetzung der Kriterien** in der Praxis
- ... als **Anregung** zu verschiedenen Umsetzungsmöglichkeiten
- ... als **Ausgangspunkt** für eigene Kreativität: Die Umsetzung kann und sollte individuell angepasst werden!
- ... als **Grundlage** zum Austausch mit Partner/-innen im Netzwerk
- ... u. v. m.







## Kreativer Einstieg in die Kriterien

### Das Good Practice-Bilderrätsel

- Jede Gruppe erhält eine Pinnwand mit den 2 Good Practice-Kriterien **Partizipation** und **Zielgruppenbezug** und einen Satz mit 12 Bildern.
- **Arbeitsauftrag:** Ordnen Sie jeweils ein Bild den beiden Kriterien zu und pinnen Sie diese zueinander.
- Diskutieren Sie Ihre Ansichten in der Gruppe.

### Kreatives Nachdenken und Diskutieren ;-)





## Kreativer Einstieg in die Kriterien



Die drei Gruppen hatten spannende Interpretationen, um die Kriterien zu erklären und darzustellen ;-)





## Kopfstand

### Kopfstand mit dem Kriterium Partizipation

Jede Gruppe führt den Kopfstand durch:

- Leitfrage: Was müssen Sie tun, damit das Kriterium **Partizipation** nicht gut umgesetzt wird?  
Veranschaulichen Sie dies am besten direkt an einem Beispiel aus Ihrem beruflichen Alltag.



Die drei Gruppen erarbeiteten die Methode mittels drei verschiedener Schwerpunkte zum Thema Frauengesundheit:

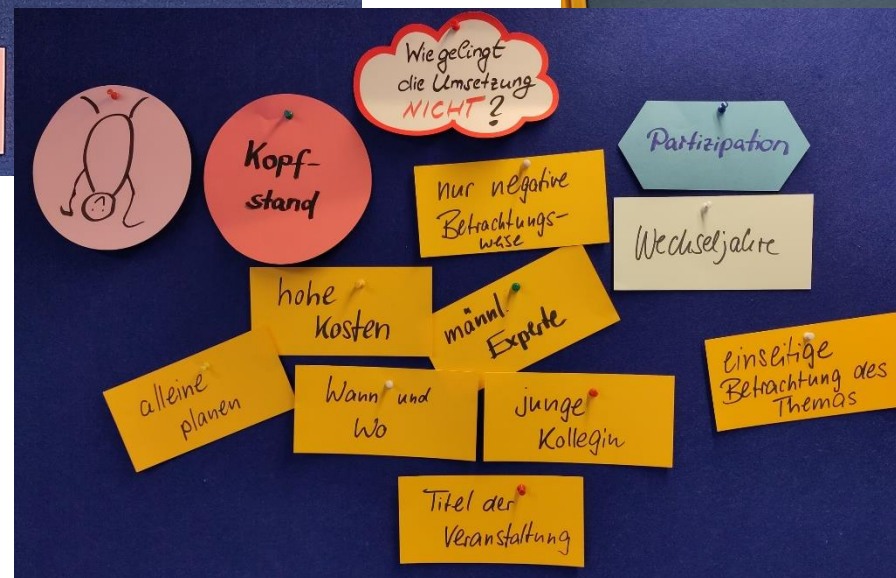
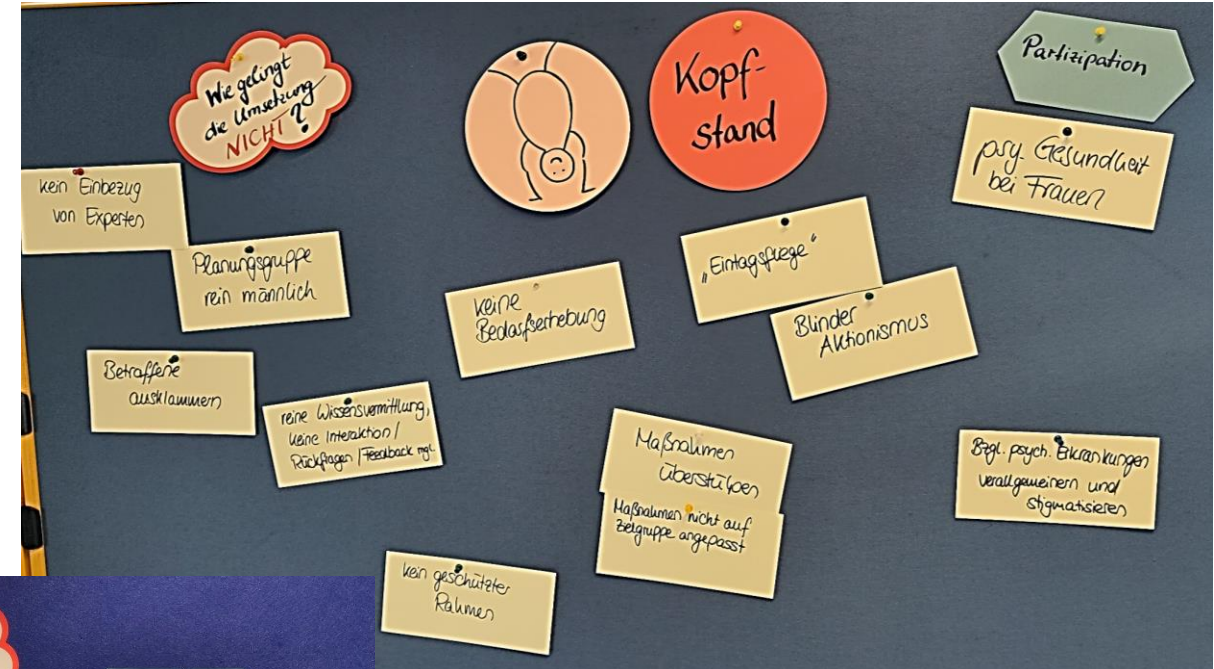
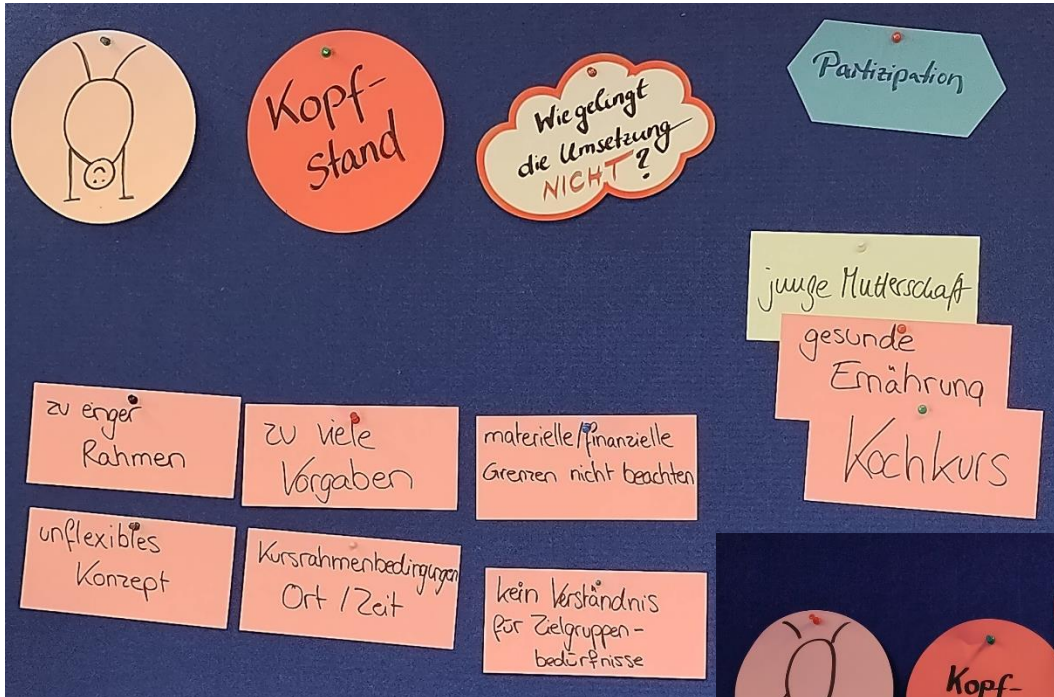
- Psychische Gesundheit bei Frauen, junge Mutterschaft, Wechseljahre







## Kopfstand: Kriterium Partizipation







## SWOT-Analyse

### SWOT-Analyse

Jede Gruppe führt für das Kriterium „Zielgruppenbezug“ die SWOT-Analyse anhand eines Beispiels aus ihrem beruflichen Alltag durch.

- Halten Sie Ihre Ergebnisse auf Moderationskarten fest und heften Sie diese an die Pinwand oder tragen Sie diese direkt in die Tabelle ein.
- Gemeinsame Auswertung im Plenum.



- Die drei Gruppen arbeiteten mit der Methode anhand drei weiterer Schwerpunkte zum Thema Frauengesundheit:
- Geschlechterspezifische Prävention – Frau, Beruf, Kinder, Pflege – Frauen in der Mutterrolle







# SWOT-Analyse

*geschlechtsspezif. Prävention*

## SWOT-Analyse

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Was haben wir schon? (Stärken)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- finanzielle Mittel</li> <li>- Netzwerk / Zugang zu Experten</li> <li>- bestehende Maßnahmen</li> <li>- Erfahrung aus Maßnahmen</li> <li>- Werbemittel / -kanäle</li> <li>- Infragestellen des klass. Rollenbildes</li> </ul> | <p><b>Wo ist Handlungsbedarf? (Schwächen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Versorgung (z.B. Medikamente, Symptome etc.)</li> <li>- Aufklärung d. Zielgruppe → Bewusstseinsbildung</li> </ul>   |
| <p><b>Was können wir tun? (Chancen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- öff. Aufmerksamkeit</li> <li>- "Maßnahmenkoffer"</li> <li>- Schwerpunktthema des SHGP</li> <li>- Bewusstseinsbildung bei der Zielgruppe / Bevölkerung</li> </ul>  | <p><b>Was fordert uns heraus? (Risiken)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Glaubwürdigkeit als männlicher Verantwortlicher</li> <li>- andere Zielgruppen fühlen sich benachteiligt</li> <li>- Klischees könnten verfestigt werden</li> <li>- geringe Einflussmöglichkeiten z.B. auf Versorgungsstrukturen</li> </ul> |

*Frau, Beruf, Kinder, Pflege*

## SWOT-Analyse

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Was haben wir schon? (Stärken)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- gleichstellungsbeauftragte(r)</li> <li>- Vereinbarkeit Familie/Beruf</li> <li>- Homeoffice</li> <li>- flexible Arbeitszeit</li> <li>- Individuellen Beitrag als Stärke nutzen</li> </ul> | <p><b>Wo ist Handlungsbedarf? (Schwächen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Homeoffice</li> <li>- bessere Aufstiegschancen</li> </ul> |
| <p><b>Was können wir tun? (Chancen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- langs. Aufwachen verkrusteter Strukturen</li> <li>- *</li> </ul>  | <p><b>Was fordert uns heraus? (Risiken)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- transparenter Rollenbild</li> </ul>                         |

## SWOT-Analyse

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Was haben wir schon? (Stärken)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Idee</li> <li>- Zielgruppe</li> <li>- Grobkonzept</li> <li>- Kooperationspartner / Experten</li> </ul> | <p><b>Wo ist Handlungsbedarf? (Schwächen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausarbeitung Konzept</li> <li>- Kommunikation mit Kooperationspartnern</li> <li>- geeignete Rahmenbedingungen</li> <li>- Auswahl der Akteure</li> </ul> <p><i>Frauen in der Mutterrolle</i></p> |
| <p><b>Was fordert uns heraus? (Risiken)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- finanzielle Mittel</li> <li>- geringe Teilnahme</li> <li>- fehlende Akteure</li> </ul>              | <p><b>Was können wir tun? (Chancen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vernetzung der Zielgruppe untereinander</li> <li>- Kooperation der Netzwerkpartner</li> <li>- Entwicklungspotential</li> </ul>  |





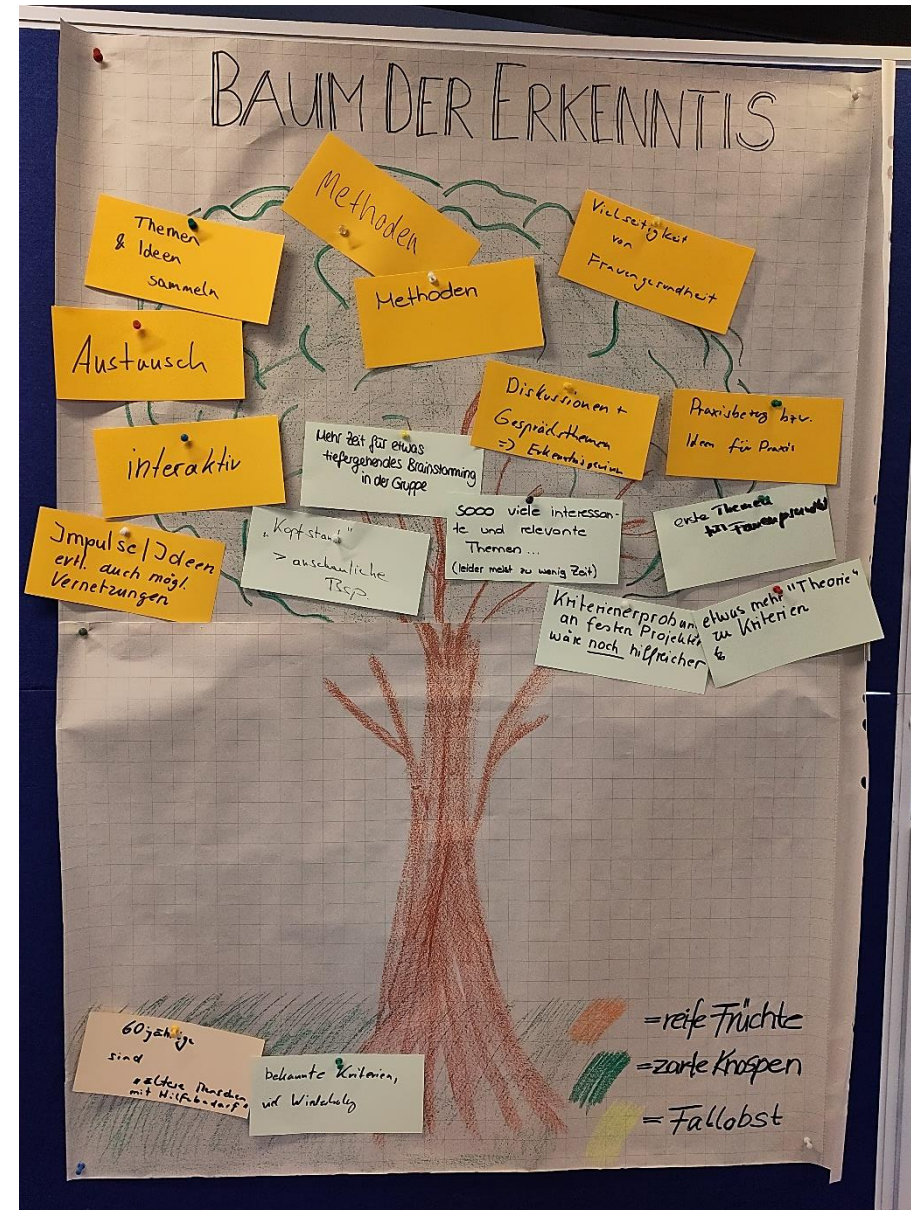
## Baum der Erkenntnis

### Baum der Erkenntnis

Die Teilnehmenden haben nun die Gelegenheit,

- auf die roten Karten die „reifen Früchte“ (das nehme ich mir an Erkenntnis und Erfolg mit aus dem Seminar),
- auf den grünen Karten die „zarten Knospen“ (davon mehr, das war gut und ist noch entwicklungsfähig, weitere Wünsche, Offengebliebenes)
- und auf den gelben Karten das so genannte „Fallobst“ (das ist nicht gelungen, das sollte hier nicht wieder passieren) aufzuschreiben.

Die Karten werden aufgeklebt: die reifen Früchte ganz oben in die Krone, die zarten Knospen ins Geäst und das Fallobst auf den Boden. Im Anschluss werden einige Karten – wenn gewünscht – vorgestellt.







**Vielen Dank für Eure Teilnahme**  
😊 Ihr wart eine tolle Gruppe 😊



## Kontakt:

Iris Grimm, [iris.grimm@lgl.bayern.de](mailto:iris.grimm@lgl.bayern.de); Tel. 09131 6808-4506  
Koordinierungsstelle Gesundheitliche Chancengleichheit (KGC)  
Zentrum für Prävention und Gesundheitsförderung (ZPG)  
Andrea Gugger-Diouf, [andrea.gugger-diouf@lgl.bayern.de](mailto:andrea.gugger-diouf@lgl.bayern.de);  
Tel. 09131 6808-4505  
Zentrum für Prävention und Gesundheitsförderung (ZPG)

