

BDPK News

Nachrichten, Positionen, Berichte

ViSdP: BDPK – Bundesverband Deutscher Privatkliniken e.V.,
Thomas Bublitz, Hauptgeschäftsführer
Friedrichstraße 60 · 10117 Berlin · Telefon (030) 2400899-0
E-Mail: post@bdpk.de · www.bdpk.de



Dr. Katharina Nebel,
Präsidentin
des BDPK

Eine dringend nötige Kampagne

Von Dr. Katharina Nebel

Die Chancen stehen gut. Der aktuelle Entwurf für das „Gesetz zur Stärkung der Rehabilitation und intensivpflegerischen Versorgung“ ist ein vielversprechender Schritt auf dem Weg, die Rahmenbedingungen für die Reha zu verbessern. Und die gerade gestartete Kampagne „Reha. Macht's besser!“, über die wir in dieser Ausgabe berichten, ist gerade jetzt ein gutes und wichtiges Signal für die Stärke und Geschlossenheit der Reha-Einrichtungen und ihrer Interessenvertreter. Dennoch sollten wir uns nicht zu früh freuen, denn niemand kann vorhersagen, wie weit sich das geplante Gesetz im weiteren Gesetzgebungsverfahren noch von dem ursprünglichen Ansatz entfernen wird und ob es bei diesem ersten Schritt bleibt oder weitergeht.

Ich habe keinen Zweifel daran, dass Bundesgesundheitsminister Jens Spahn einige wesentliche Schwachstellen in der Reha-Versorgung wirklich beseitigen will und bin ihm und seinem Ministerium außerordentlich dankbar für die vorgelegte Gesetzesinitiative. Aber es bleibt ein gewisses Unbehagen, weil wir nicht vergessen können und dürfen, dass die Rahmenbedingungen für die Reha vom Gesetzgeber in den vergangenen 20 Jahren kaum angepasst worden sind. Und das, obwohl Wissenschaftler, Gutachter, Verbände und Politiker schon seit Jahren und Jahrzehnten über den notwendigen Handlungsbedarf weitgehend einig waren.

Gerade deshalb ist es jetzt wichtig, der Reha eine gemeinsame, starke Stimme zu geben und die Politik zu motivieren, von der eingeschlagenen Richtung nicht mehr abzuweichen. Denn, wie nicht anders zu erwarten, kommen jetzt besonders von Kassenseite Stimmen, die im Gesetzentwurf Fehlanreize zwischen den Versorgungssektoren und im Verhältnis zwischen Leistungserbringern und Krankenkassen vermuten und die die geplanten Regelungen zur Erforderlichkeitsprüfung bei vertragsärztlicher Verordnung ablehnen. Diese Positionen sind falsch und dürfen sich nicht durchsetzen.

Unser Ziel ist klar: Jeder Mensch in Deutschland sollte eine Reha-Maßnahme erhalten, wenn sie nötig ist. Damit die Rehabilitation ihren immer wichtiger werdenden Versorgungsauftrag erfüllen und mit den rasanten Entwicklungen mithalten kann, braucht sie einen einfachen Reha-Zugang, leistungsgerechte Vergütung und die freie Klinikwahl. Genau das wollen wir mit der Kampagne „Reha. Macht's besser!“ erreichen. Dabei können Sie – ob als Einzelperson, Reha-Einrichtung oder Verband – jederzeit mitwirken und sich beteiligen. Deshalb rufe ich Sie auf: Machen Sie mit! Unterstützen Sie „Reha. Macht's besser!“. Lassen Sie uns die guten Chancen nutzen!

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Mit Herz und Verstand

Was tun Kliniken für ihre Arbeitnehmer in Sachen Gesundheit? Dieser Frage geht eine Beitragsserie nach, die ihren Auftakt im Februar hatte. Zum Stellenwert des Gesundheitsmanagements in ihrem Unternehmen haben wir Nadine Henke, Koordinatorin Betriebliches Gesundheitsmanagement Ameos-Gruppe, befragt.

Welchen Stellenwert hat das betriebliche Gesundheitsmanagement in Ihren Einrichtungen? Ist es „Pflicht“ oder „Kür“ Ihrer Personalpolitik?

Betrachtet man die drei Säulen Arbeits- und Gesundheitsschutz, Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM) und Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) wird eine facettenreiche Tradition in der Ameos-Gruppe deutlich. Geprägt von den multiplen Entwicklungen der heutigen Zeit tritt jedoch die Gesundheitsprävention immer stärker in den Vordergrund, und der Anspruch, BGM als integriertes Managementsystem im Unternehmensalltag zu verorten, steigt. Um sich diesen Anforderungen zu stellen, wurde im Mai des letzten Jahres der Beschluss zur Initiierung einer zentral koordinierenden Stelle durch die Geschäftsführung getroffen. Als Folge dieser Entscheidung wurden zugleich erste Programme auf Gruppenebene initiiert. Auch die BGM-Jahrestagung, die in diesem Jahr bereits zum dritten Mal tagt, ist als ein entsprechendes Signal zu deuten. Neben Fachthemen und Erfahrungsaustauschen finden strategische Gedanken Raum, die der Weiterentwicklung des BGM im Sinne einer Lernenden Organisation dienen. Weitere Strukturentwicklungen folgen. Nicht zuletzt spiegelt sich die Bedeutung des BGM auch in den Ameos-Werten wie „M“ für „Menschlich – Leben und Erleben mit Herz und Verstand“ wider und reiht sich so in die personalpolitischen Grundsätze der Gruppe ein. Und damit wird deutlich, dass das BGM für uns nicht „Pflicht“ ODER „Kür“, sondern „Pflicht“ UND „Kür“ bedeutet.

Welche gesundheitsförderlichen Angebote stoßen bei den Beschäftigten auf besonders große Resonanz und welche eher nicht?

Berücksichtigt man die individuellen, organisationalen und regionalen Erfordernisse ebenso wie die Bandbreite an Professionen, steigt die Herausforderung, wirksame Interventionen zu etablieren, die dieser Vielfalt ebenso Rechnung tragen wie Mindeststandards. Bisherige Umsetzungserfahrungen unterstreichen dies. So wurde beispielsweise ein audiovisuelles Entspannungssystem zur gesundheitsförderlichen Pausengestaltung in der Region Ameos Ost pilotiert mit dem Ergebnis einer deutlichen Verbesserung des physischen und psychischen Wohlbefindens bei fast allen der teilnehmenden Mitarbeitenden. Auch das in der Region initiierte Programm „Rückengerechtes Arbeiten und Bewegen bei Ameos“, mit Beginn im Pflegedienst, stieß auf ein

Nadine Henke, Koordinatorin Betriebliches Gesundheitsmanagement Ameos-Gruppe



durchaus positives Mitarbeiterfeedback und unterstreicht die Notwendigkeit zur Fortsetzung. Die Ausweitung dieses Programms, zunächst auf die Region West, dient zudem als Beispiel für einen Interventions- und Kompetenztransfer innerhalb der Gruppe sowie für die erforderliche Ganzheitlichkeit. Da die Gesundheitsangebote regional variieren, seien an dieser Stelle nur einige exemplarisch genannt: Die Mitarbeitenden der Region Süd erhalten beispielsweise in den Wintermonaten täglich frische Obstkörbe und treffen sich zum gesunden Frühstück. In der Region Nord wurde auf Wunsch der Mitarbeitenden ein eigener Yoga-Kurs im Sportraum der Einrichtung ins Leben gerufen, ein Beispiel für Bewegungs- und Entspannungsangebote. Auf positive Resonanz stoßen zudem die Kooperationen mit externen Fitnessseinrichtungen sowie die Möglichkeit zur Nutzung von Fahrradleasing/E-Bikes in den Regionen Nord, West und Süd. Vor dem Hintergrund künftiger Planungen wurde 2018 eine gruppenweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt, die eine Reihe an Präventionsbedürfnissen widerspiegelt. Neben medizinischen Untersuchungen zählen hierzu zum Beispiel Angebote zur Förderung der psychischen Gesundheit, Sport und Bewegung, Arbeitsergonomie und gesunde Ernährung.

Wie macht sich Ihr Engagement für gesunde Mitarbeiter bezahlt?

Zahlreiche Studien wie auch Erfahrungsberichte kommen immer wieder zum selben Schluss: Ein kluges BGM zahlt sich definitiv aus! Die Reduzierung krankheitsbedingter Fehlzeiten, wenn auch steigend, sollte dabei nicht alleiniger Motivator sein. Denn BGM setzt zum einen viel früher an und gibt damit auch die Möglichkeit einer grundlegenden Weichenstellung, und zum anderen sind die krankheitsbedingten Fehlzeiten meist multikausal. BGM sollte daher als unverzichtbarer Bestandteil einer modernen Personal- und Organisationsentwicklung verstanden werden und die Kulturentwicklung im Unternehmen in Richtung Wertschätzung, Zufriedenheit und Gesundheit von „Herz“ und „Verstand“ aller in Zeiten des demografischen Wandels, Fachkräfteengpasses und insbesondere psychischen Belastungen gezielt vorantreiben.

Reha-Kampagne

Mit starker Stimme für die Reha

Im Oktober 2019 startete die trägerübergreifende Reha-Stärkungskampagne „Reha. Macht's besser!“. Initiatoren der deutschlandweiten Medienaktion sind mehr als 250 Reha-Einrichtungen, der Arbeitskreis Gesundheit und der BDPK. Weitere Reha-Einrichtungen oder andere Verbände können sich jederzeit an der Kampagne beteiligen und diese aktiv unterstützen.

Der Auftakt war vielversprechend und die erste Medienresonanz beachtlich: BDPK-Präsidentin Dr. Katharina Nebel, der Erste Vorsitzende des Arbeitskreises Gesundheit, Georg Freund, und BDPK-Hauptgeschäftsführer Thomas Bublitz informierten am 10. Oktober 2019 nationale Pressevertreter und Fachjournalisten im Tagungszentrum der Bundespressekonferenz in Berlin über Inhalte, Ablauf und Hintergründe der Kampagne. Diese richtet sich an die Politik und die breite Öffentlichkeit, denen die weitreichende Bedeutung der medizinischen Rehabilitation und die dringend notwendige Anpassung ihrer Rahmenbedingungen deutlich gemacht werden sollen.

Dringender Handlungsbedarf

Warum eine stärkere Öffentlichkeitsarbeit für die Reha unerlässlich ist, machten die drei Kampagnenvertreter mit einem Blick auf die aktuelle Situation deutlich: Medizinische Reha wirkt zwar erfolgreich drängenden und wachsenden gesellschaftlichen Problemen entgegen, weil sie kranke Menschen zurück ins Erwerbsleben bringt und ältere Menschen vor Pflegebedürftigkeit bewahrt. Aber dennoch sind die Rahmenbedingungen für die Reha vom Gesetzgeber in den vergangenen 20 Jahren kaum angepasst worden. Dadurch droht die ernsthafte Gefahr, dass Angebotsstrukturen der medizinischen Rehabilitation perspektivisch vom Markt verschwinden – mit der dramatischen Folge, dass die sozialen Systeme aufgrund des demografischen Wandels und des Fachkräftemangels implodieren könnten. Der im August 2019 vorgelegte Entwurf für ein „Gesetz zur Stärkung der Rehabilitation und intensivpflegerischen Versorgung“ ist zwar ein erster Schritt in die richtige Richtung. Die Initiatoren der Kampagne wollen jedoch die Politik darin bestärken, sich im Gesetzgebungsverfahren nicht von diesem Ansatz zu entfernen und weitere notwendige Änderungen vorzunehmen. Auch wenn der Gesetzentwurf Verbesserungen verspricht, bleibt die Notwendigkeit, über die Chancen und Möglichkeiten von medizinischer Rehabilitation zu informieren und zu sensibilisieren.

Zentrale Forderungen

Um die Rahmenbedingungen für die Reha durchgreifend und nachhaltig zu verbessern, ist ein Bündel an strukturellen und gesetzgeberischen Maßnahmen erforderlich. Die Initiatoren

der Kampagne haben den Handlungsbedarf in drei Problemfeldern zusammengefasst und Forderungen dazu formuliert:

Verbesserung der Genehmigung

Krankenkassen und Rentenversicherung entscheiden nur auf Antrag über die Genehmigung einer Leistung zur medizinischen Rehabilitation. Das führt dazu, dass nicht der Bedarf des Patienten den Ausschlag über die Genehmigung der Leistung gibt, sondern die bürokratische Qualität seiner Beantragung und das jeweilige Budget. Dabei bleiben zu viele Patienten ohne Versorgung auf der Strecke. Es sollen mehr Reha-Anträge genehmigt werden. Willkürentscheidungen der Krankenkassen bei der Bewilligung von Reha-Anträgen müssen verhindert werden.

Freie Klinikwahl

Was in allen anderen Bereichen der Gesundheitsversorgung selbstverständlich ist, die freie Wahl unter den zugelassenen Ärzten oder Krankenhäusern, gilt in der medizinischen Rehabilitation nicht. Viel zu häufig ziehen sich notwendige Genehmigungsverfahren in die Länge und enden damit, dass die Versicherten zusätzlich zur gesetzlichen Zuzahlung draufzahlen müssen. Es soll erreicht werden, dass die Patientinnen und Patienten unter den geeigneten und zugelassenen Reha-Einrichtungen frei wählen können ohne Mehrkosten tragen zu müssen.

Höhere Vergütungssätze

Obwohl die Vergütungssätze der Reha-Kliniken seit dem Inkrafttreten der Regelungen für Reha-Schiedsstellen häufig im Rahmen der sogenannten Grundlohnrate angepasst wurden, ergibt sich eine zunehmende Finanzierungslücke bei den Sach-, Personal- und Investitionskosten. Ziel ist eine leistungsgerechte Vergütung für Reha-Leistungen, die sicherstellt, dass Mitarbeiter in Reha-Einrichtungen marktüblich bezahlt werden können.

Vielfältige Medienpräsenz

Herzstück der langfristig angelegten Kampagne ist die ständig aktualisierte Webseite mit der Adresse www.rehamachts.besser.de. Sie ist die zentrale Informationsbasis mit einer Übersicht der Forderungen, aktuellen Zahlen und Fakten zur Reha und ihrer Wirksamkeit sowie den Bildmotiven und



Die Bildmotive und Kernbotschaften der Reha-Kampagne finden sich in allen Medien und Anwendungen wieder.

Kernbotschaften der Kampagne. Die Seite gibt Informationen zu den Initiatoren, bringt Blogbeiträge über Betroffene, hat einen Download-Bereich für alle Materialien und ist auf alle Aktionen verlinkt.

Dazu gehören Reportagen aus Reha-Einrichtungen, Porträts und Interviews von und mit Fachkräften und Patienten, die in O-Tönen über ihre Erfahrungen berichten. Auch Prominente kommen zu Wort, wie bereits zum Start Trainer-Urgestein Volker Finke vom SC Freiburg, der in einem Videoclip von seiner Reha nach einer Hüft-OP erzählt. Oder Prof. Dr. Guido Knopp, jahrzehntelang Chefhistoriker des ZDF und wohl der populärste Historiker Deutschlands. Humorvoll schildert er im Video, wie das Team aus Medizin, Therapie und Pflege in der Reha-Einrichtung zusammenwirkt. Knopp: „Eine solche Reha: Die ist Gold wert. Wenn es sie nicht gäbe, dann müsste man sie erfinden.“

Zudem kann jeder Besucher der Seite auch selbst aktiv werden und mit einem Unterstützerformular der Reha seine Stimme geben. So sollen weitere Bekenner zur Initiative gewonnen werden. In einem geschützten Mitgliederbereich sind für die beteiligten Kliniken und Verbände alle relevanten Unterlagen hinterlegt. Dazu gehört Informationsmaterial zur Nutzung in den Kliniken wie Patienten- und Mitarbeiter-Fly-

er, Plakate, Postkarten, E-Mail-Abbilder und Website-Banner. Ein großer Teil der Kampagne findet in den sozialen Medien statt. Zum Start zunächst auf Facebook (URL: facebook.com/rehamachtsbesser/) und Twitter (URL: twitter.com/rehamachtsbesser/) und ab 2020 zusätzlich auf Instagram. Um auch in den sozialen Medien die Reha mit einer Stimme zu stärken, wurden feste Hashtags verbindlich definiert, die überall verwendet werden sollen: <#rehamachtsbesser>, <#rehavorpflege> und <#gesunddurchreha>.

Unterstützen und mitmachen

Idee und Anstoß zur Kampagne kamen im Herbst 2018 von den Reha-Kliniken im BDPK und im Arbeitskreis Gesundheit. Nach einer Konzept- und Entwicklungsphase in verschiedenen Gremien wurde das Projekt bundesweit unter Werbeagenturen ausgeschrieben, im Frühjahr 2019 erhielt die Trio Group aus München den Zuschlag und Auftrag für die Umsetzung. Der ausgearbeitete Kampagnenrahmen bietet vielfältige Möglichkeiten zur Unterstützung oder aktiven Beteiligung für Einzelpersonen, Reha-Einrichtungen und Verbände – mitmachen ist jederzeit möglich. Alle Informationen finden Sie unter www.rehamachtsbesser.de