

## Neue Produkte, neue Preise



Hans-B. Henkel,  
Chefredakteur

**Über Erfolge zu sprechen, macht Freude.** Deshalb gönne ich mir an dieser Stelle gelegentlich das Vergnügen, Sie über Preise und Auszeichnungen aus der Medienwelt zu informieren – gerade auch dann, wenn sie von Partnern und Kollegen errungen wurden. Anlass zur Freude bietet diesmal „AOK-c@re“, die neue, interaktive Zeitschrift der AOK Baden-Württemberg: Beim „acquisa award

2002“ ist **AOK-c@re als bestes Kundenmagazin Deutschlands ausgezeichnet** worden – zahlreiche Mitbewerber mussten sich geschlagen geben. Chefredakteur von c@re ist mein KomPart-Kollege Hans-Peter Bröckerhoff, der das Erfolgskonzept der Zeitschrift zusammen mit dem Marketing-Chef der baden-württembergischen Gesundheitskasse, Otwin Schierle, sowie dem Frankfurter Zeitschriftenentwickler Helmut Ortner erarbeitet hat. C@re, so die acquisa-Jury, verknüpfe in hervorragender Weise das Informationsangebot einer Zeitschrift mit den Möglichkeiten des Internets. Keine Frage, dass wir uns mit den Kollegen vom Verlag WDV-Wirtschaftsdienst – dort erscheint AOK-c@are – über das Lob freuen.



Freuen sich über den acquisa award (v.l.): WDV-Geschäftsführer Rolf M. Laufer, Otwin Schierle (AOK) und Chefredakteur Hans-Peter Bröckerhoff.

Dass AOK-Medien bei Wettbewerben auf vorderen Plätzen landen, hat im Übrigen fast schon Tradition: Im vergangenen Jahr errang die Zeitschrift „vigo!“ der AOK Rheinland beim acquisa award den ersten Rang, und die Mitarbeiterzeitung „:intro“ belegt ebenfalls regelmäßig vordere Plätze – die Gesundheitskasse ist auf der Höhe der Zeit!

Up to date, liebe Leserinnen und Leser, sind auch **zwei neue Bücher** aus unserer „Kleinen Reihe“: „**Stichwort: Diabetes**“ informiert Sie aus medizinischer Sicht über internationale Erkenntnisse auf dem Gebiet der strukturierten Betreuung von Diabetikern – wichtiger denn je angesichts der jüngsten Entwicklungen und Entscheidungen im Bereich des Disease Managements. „**Stichwort: Gesundheitspolitik**“, unsere zweite Neuerscheinung, fasst Trends und Tendenzen in der Gesundheitspolitik zusammen – kurz vor der Bundestagswahl eine hilfreiche Aufsatzsammlung für Einsteiger und Insider. Interesse? Kopieren Sie einfach unsere Bestellanzeigen auf den Umschlagseiten in diesem Heft, tragen Sie ihre persönlichen Daten ein und faxen Sie das Ganze unter der 02 28/8 49 00-246 an unseren Leserservice – ein paar Tage später erhalten Sie Lektüre, die Freude macht!

In diesem Sinne, Ihr

*Hans-B. Henkel*

## Inhalt



**Gesundheitsförderung** und Prävention stärken wollen alle politischen Parteien. Doch den Worten müssen auch Taten folgen. Was aus Sicht des AOK-Bundesverbandes konkret zu tun ist, beschreibt Gudrun Eberle **ab Seite 32**

### BINWURF

#### KORRUPTION IM GESUNDHEITSWESEN

Unkultur des Gebens und Nehmens  
von Ulrich Goll ..... **3**

### SPERTRUM

#### GRAFIK DES MONATS

Immer mehr ältere Menschen ..... **7**

#### RUNDRUF

Kranken-Card für Europa? ..... **9**

#### SELBSTVERWALTUNG IM GESPRÄCH

Die Chancen der Informationstechnologie nutzen .... **12**

#### KOMMENTAR

Was kostet die Moral?  
von Ursula Nuber ..... **13**

### MAGAZIN

#### PRESSESEMINAR

Neues aus der Reformwerkstatt  
von Jürgen Becker ..... **14**

#### BERLINER GESUNDHEITSPREIS

Qualitätsmängel abbauen  
von Erwin Dehlinger ..... **16**

#### QUALITÄTSMODELL KRANKENHAUS

Ausgezeichnete Forschung  
von Karin Wagner ..... **17**

#### AOK-GESUNDHEITSPORTAL

Umfangreiche Online-Infos  
von Susanne Beniers ..... **18**