

## Editorial



Prof. Dr. Georg F. Hoffmann  
Geschäftsführender Direktor der  
Universitätsklinik für Kinder- und  
Jugendmedizin Heidelberg

### Sehr geehrte liebe Kolleginnen und Kollegen,

die zweite Hälfte eines ereignisreichen Jahres hat nach der Sommerpause begonnen, und ich freue mich, Ihnen unseren ersten Newsletter „CHECK-UP“ präsentieren zu können. Spätestens unsere Umfrage bei Ihnen belegte die Notwendigkeit, um wichtige Entwicklungen und Informationen zeitnah bekannt zu machen. Schwerpunktthema dieses Newsletters sind die Ergebnisse zur Evaluation der direkten Interaktionen mit Ihnen.

**CHECK-UP** soll zwei- bis dreimal im Jahr erscheinen. Es birgt viele Möglichkeiten, und es soll so ein lebendiges Forum entstehen, in dem Ihnen neue Entwicklungen unserer Klinik dargestellt und interessante Informationen vermittelt werden. Wir würden uns sehr über Anregungen von Ihnen freuen, welche Bereiche Sie und wie dargestellt wünschen.

Ein Newsletter kann viele Bereiche darstellen, v.a. Informationen zu medizinischen Weiterentwicklungen und Schwerpunktthemen aus unserer Klinik, aber auch Informationen zu herausragenden wissenschaftlichen Ergebnissen und Informationen über unsere Bauvorhaben. Aus allen Bereichen gibt es Erfreuliches zu berichten, was

in dieser Zeit, wo alle jammern, nicht allzu häufig ist. Der Neubau der Klinik für Kinder- und Jugendmedizin hat gerade begonnen, da konnten zwei weitere sehr großzügige Spenden gewonnen werden. Eine Spende von Dr. Hans Peter Wild legt den Grundstein für die Integration der Kinderchirurgischen Abteilung in den Neubau der Klinik für Kinder- und Jugendmedizin und die daneben entstehende Frauenklinik. Ganz aktuell ermöglicht eine Spende der Dietmar-Hopp-Stiftung den Bau und die Ausstattung eines interdisziplinären Perinatalzentrums im gleichen Gebäudekomplex.

Allen Kolleg/Innen wünsche ich interessante Anregungen aus unserem **CHECK-UP** und einen guten und energiegeladenen Start in den Herbst.

Mit besten Grüßen

## Inhalt

**CHECK-UP** – warum ein Newsletter der Kinderklinik?

**Interview** – mit Günter Reimann-Dubbers

**Qualitätsmanagement** – Auswertung der Zufriedenheitsbefragung der einweisenden Kinderärztinnen und Kinderärzte.

**Symposium** – am 29.10.05 findet das 2. Symposium des Curriculum Kinder- und Jugendmedizin in Heidelberg statt.

**Initiative COURAGE** – 2. Benefizgolfturnier war ein voller Erfolg!

## Interview

**CHECK-UP:** Herr Reimann-Dubbers, Sie unterstützen die Kinderklinik der Universität Heidelberg mit Ihrer Stiftung in vielfältiger Weise. Was sind die Gründe für Ihr Engagement?

**G. Reimann-Dubbers:** Wir wollen dazu beitragen, Probleme zu lösen, die sich in dieser Klinik für Kinder- und Jugendmedizin täglich stellen. Meine Frau und ich wurden darauf aufmerksam durch Ihre Aktivitäten unter dem Logo **Courage** – und beschlossen, uns in diesem Bereich zu engagieren.

**CHECK-UP:** Sie haben die Günter-Reimann-Dubbers-Stiftung ins Leben gerufen. Warum?

**G. Reimann-Dubbers:** Nicht zuletzt, weil sich unsere Familie schon immer sozialem Engagement verpflichtet sah. Besonders unsere Mutter hat uns dabei stark geprägt. Und auch meine Geschwister haben Stiftungen eingerichtet, die sich vielen Förderbereichen widmen.

Das Engagement für Kinder und Jugendliche führt uns genau dahin, wo in unserer Gesellschaft dringender Handlungsbedarf besteht – zur **Zielgruppe Kinder**. Kinder haben bekanntlich keine starke Lobby. Eben hier wollen wir ansetzen, um Kinder stärker in den Mittelpunkt der allgemeinen Fürsorglichkeit zu stellen.

**CHECK-UP:** Nach welchen Gesichtspunkten fallen Ihre Entscheidungen bei der Auswahl der Förderobjekte?

**G. Reimann-Dubbers:** Im Mittelpunkt stehen Bedürfnisse der Gesellschaft und nicht die des Stifters. Wir fragen uns, ob das Projekt und dessen Ergebnis von der Gesellschaft wirklich gebraucht wird, ob es zu einer Verbesserung der Lebensumstände einer großen Zahl von Menschen führt, ob die Idee zugrundeliegende Leistung zu sinnvollen Kosten erbracht werden kann und ob mit dem Problemlösungsansatz im Vergleich zu anderen ein Wettbewerbsvorteil zu erlangen ist.

(weiter auf Seite 2)

## Qualitätsmanagement

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

**vor 6 Monaten haben wir die erste Zufriedenheitsbefragung bei den einweisenden Kinderärztinnen und Kinderärzten im Einzugsbereich unserer Klinik auf den Weg gebracht. Das Echo war überwältigend: Über die Hälfte der 360 angeschriebenen Kolleginnen und Kollegen beteiligten sich an der Umfrage. Neben der Beantwortung der vorgegebenen Fragen äußerten Sie in zahlreichen handschriftlichen Kommentaren Lob und Kritik.**

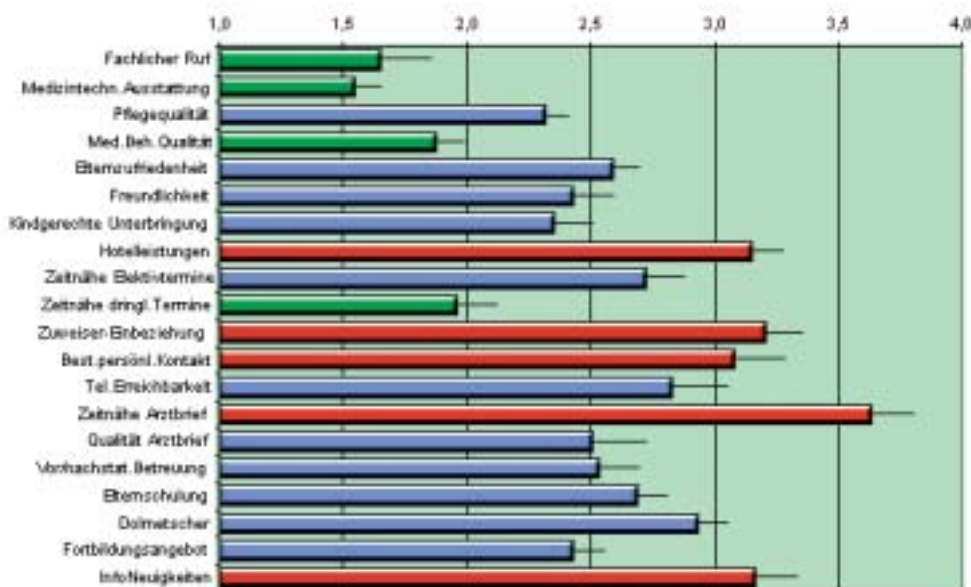
Wir möchten uns auf diesem Weg ganz herzlich bei allen Teilnehmern bedanken und Ihnen zugleich eine Rückmeldung geben, wie Ihr Urteil ausfiel, wo Sie unsere Stärken und unsere „Lernfelder“ sehen und was wir bereits unternommen haben, um Defizite in einzelnen Arbeitsbereichen zu beseitigen.

Unter den genannten **allgemeinen Qualitätskriterien** waren Ihnen die Möglichkeit zur zeitnahen Aufnahme dringender Fälle, die medizinische Behandlungsqualität, der fachliche Ruf der Einrichtung und die Zufriedenheit der Eltern mit der Behandlung am wichtigsten. Dagegen sind die sogenannten „Hotelleistungen“ (Cafeteria, Unterbringung und Verpflegung von Begleitpersonen usw.) für die meisten Zuweiser offenbar von untergeordneter Bedeutung.

Besonders *gute Noten* erhielten wir von Ihnen bei der **medizintechnischen Ausstattung** und dem **fachlichen Ruf** vor allem unserer Spezialbereiche. Auch bezüglich der **zeitnahen Aufnahme dringlicher Fälle** und der **medizinischen Behandlungsqualität** scheinen Sie mit uns zufrieden zu sein.

Als *Schwachpunkte* kristallisierten sich Kriterien heraus, die die Kommunikation zwischen Klinik und Zuweisern betreffen: vor allem der **späte Versand der Arztbriefe** wurde beklagt, aber auch die **telefonische Erreichbarkeit der Klinikärzte** und allgemein die **Einbeziehung der Zuweiser** in die Behandlung werden als unzureichend empfunden. Viele Zuweiser mahnten eine bessere „Kommunikationskultur“ im Umgang mit den Zuweisern an. *(Lesen Sie bitte weiter auf Seite 3)*

### Beurteilung der Leistung (Schulnoten)



## Interview

Es muss eine gute Idee sein, damit daraus ein Projekt werden kann, das wir unterstützen. Die Träger des Projektes müssen einen Plan und eine Strategie vorlegen und selbst in der Lage sein, das Projekt zum Erfolg zu führen.

Die kritischen Erfolgsfaktoren sind demnach: die gute Idee, die richtige Strategie und die Leute, die sie zum Erfolg bringen.

**CHECK-UP:** Welche Projekte der Kinderklinik der Universität Heidelberg unterstützen Sie?

**G. Reimann-Dubbers:** Im Augenblick vor allem zwei. Erstens – Ihr Projekt, das **Mukoviszidose-Zentrum**, in dem Kinder mit dieser Stoffwechselerkrankung sportlich betreut werden, mit therapeutischer Begleitung und Belastungsdiagnostik. Eine Nachricht, über die wir uns sehr freuen: die neuen Lösungsansätze waren so überzeugend, dass sie schon binnen eines Jahres in die klinische Regelversorgung übernommen wurden.

Zweitens – das Projekt **Phenylketonurie**, ebenfalls eine Stoffwechselerkrankung. Durch den Aufbau einer Datenbank mit umfassender Darstellung aller Krankheitsfälle in Deutschland werden die Voraussetzungen für einen einheitlichen Behandlungsmodus geschaffen. Gleichzeitig wird damit ein wichtiger Beitrag zur Qualitätssicherung geleistet.

**CHECK-UP:** Nicht nur materielle und finanzielle Hilfen gehören zu den Leistungen Ihrer Stiftung – offensichtlich bringen Sie auch eine ganze Menge Erfahrung und Wissen mit ein.

**G. Reimann-Dubbers:** Gut, dass Sie das ansprechen. Ich war jahrzehntelang unternehmerisch tätig und weiß, wie wichtig gut durchdachtes Marketing ist.

*(weiter auf Seite 3)*

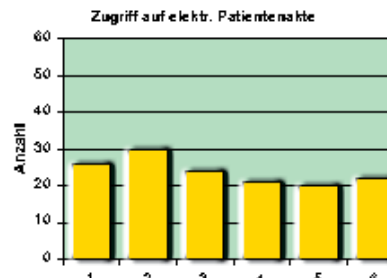
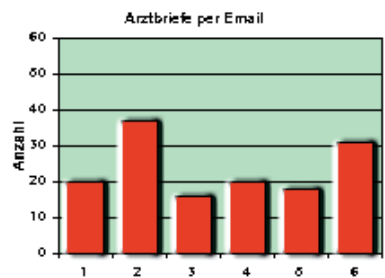
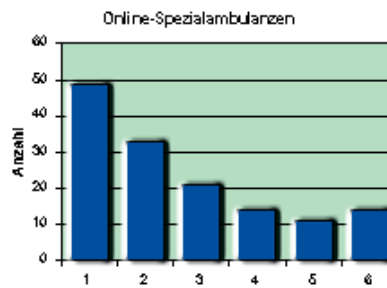
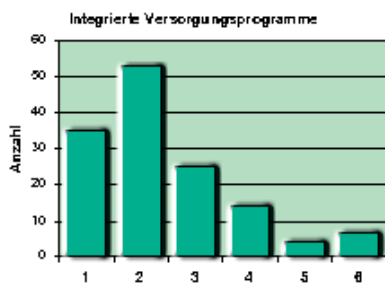
## Qualitätsmanagement

Schließlich wünschen sich 90% der niedergelassenen Kollegen **mehr Informationen** über medizinische Sachthemen und über Neuigkeiten aus der Klinik. Unsere Homepage, [www.klinikum.uni-heidelberg.de/kinder](http://www.klinikum.uni-heidelberg.de/kinder), haben bisher erst knapp 20% der Zuweiser besucht.

Recht großes Interesse wird an innovativen Angeboten der Zusammenarbeit zwischen Klinik und Kinderärzten geäußert. Ins-

besondere die Idee der Einrichtung von Online-Spezialambulanzen wird von 90% der Zuweiser als äußerst oder sehr attraktiv bezeichnet. Auch die Einrichtung von integrierten Versorgungsprogrammen würde von den meisten niedergelassenen Kollegen sehr begrüßt werden. Weniger Interesse besteht offenbar an einem Arztbriefversand per E-Mail oder an extern zugreifbaren elektronischen Patientenakten.

### Interesse an innovativen Angeboten (1 = äußerst attraktiv, 6 = völlig unattraktiv)



### Welche konkreten Maßnahmen folgen nun aus diesen Ergebnissen?

Die Ergebnisse der Zuweiserbefragung wurden im Kollegenkreis eingehend besprochen. So sehr wir uns über Ihr Vertrauen in unser Fachwissen freuen, so ernst nehmen wir Ihre Kritik an unseren Leistungen im kommunikativen Bereich.

Die inakzeptablen Verzögerungen im Abfassen der Arztbriefe bestätigten sich in einer internen Analyse. Als erste Konsequenz haben wir zwischenzeitlich Änderungen der Ablauforganisation auf den Stationen vorgenommen und den Schreibdienst restrukturiert.

Auf den Stationen der Abteilung Allg. Pädiatrie wurden die handschriftlichen Kurzbriefe abgeschafft. Stattdessen streben wir an, Ihnen zu jedem Fall innerhalb von ein bis zwei Tagen einen definitiven Arztbrief zustellen. Diese Maßnahmen haben in den letzten Monaten bereits zu einer erheblichen Verringerung der Arztbrieflatenzen geführt.

Auch in der Allgemein- und den Spezialambulanzen hoffen wir, Ihnen bald zu jedem vorgestellten Fall innerhalb von zwei Wochen eine schriftliche Rückmeldung geben zu können. (Siehe Grafik Seite 4)

## Interview

Worauf ich selber eine Antwort geben möchte: zum Beispiel durch starkes Marketing – starkes Klinik-Marketing. So haben wir begonnen, Fragen dazu immer wieder in den Raum zu stellen und festgestellt, dass die Antworten darauf mit denen in der Industrie weitgehend identisch sind.

**CHECK-UP:** Kann man aus Ihrer Antwort schließen, dass sich klassische Marketinginstrumente wie Marktforschung, Benchmarkbewertungen, Werbung und PR, wie wir sie aus der Wirtschaft kennen, auch auf eine Klinik anwenden lassen?

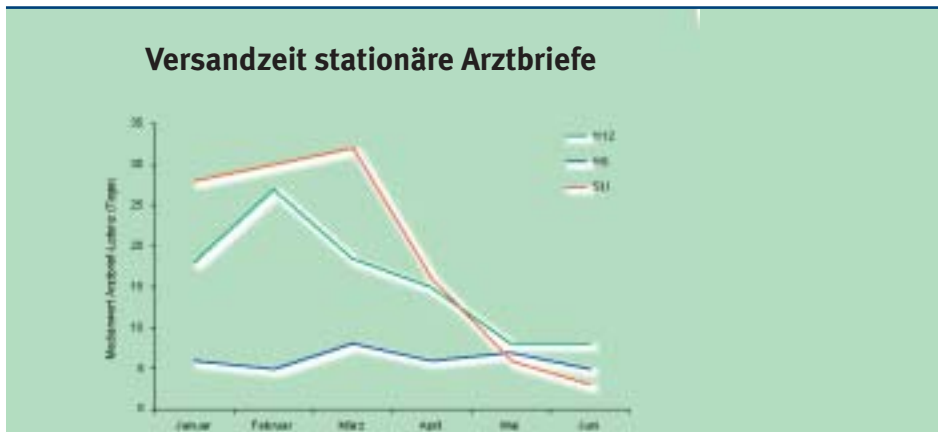
**G. Reimann-Dubbers:** Mit Sicherheit. Ob die Reihenfolge in dieser Form stimmt, das weiß ich im Moment nicht zu sagen, möchte aber auf eine Zielsetzung hinweisen, die in Kliniken wie in der Wirtschaft im Vordergrund steht: die Orientierung an den Interessen und Bedürfnissen der Leistungsempfänger – also der Patienten der Kliniken genauso wie man sich an den Interessen von Unternehmenskunden orientiert.

Und damit eine Frage an die Klinikchefs: ob sie die Beurteilung der Klinik durch Patienten und auch einweisende Ärzte beeinflussen wollen, indem sie die Vielfalt ihrer Leistungen und die Qualität ihrer ärztlichen Versorgung immer wieder bekannt machen. Oder einfach abwarten und darauf vertrauen, dass man den Weg zu ihrer Klinik von alleine findet. Ob dazu Werbung im klassischen Sinne in Frage kommt, mag dahingestellt sein. Aber eines ist sicher: Abwarten reicht nicht.

Der Einsatz dieser Marketinginstrumente, die Sie erwähnen, ist auch für Kliniken unverzichtbar. Sehen wir mal rüber in die USA – in der amerikanischen Klinikwelt werden für die Position **Marketing** mittlerweile Führungskräfte aus der Industrie eingestellt, die vor allem im Konsumentenbereich tätig gewesen sind.

(weiter auf Seite 4)

## Qualitätsmanagement



Darüber hinaus möchten wir Ihnen besser als bisher für telefonische Rückfragen zur Verfügung stehen. Wir übersenden Ihnen daher mit gleicher Post eine aktuelle **Liste der ärztlichen Ansprechpartner** in den einzelnen Fachbereichen. Diese Liste wird einmal jährlich aktualisiert werden. Bitte melden Sie sich zeitnah bei uns, wenn Sie Rückfragen haben.

Aufgrund des überraschend großen Interesses an **online-Beratungsangeboten** in den Spezialbereichen bereiten wir ein Pilotprojekt in der pädiatrischen Nephrologie vor, über das wir Sie im nächsten Newsletter genauer informieren werden.

Frau Dr. Ernestus hat im Namen der Heidelberger Kinderärzte einen **persönlichen Informationsaustausch** zwischen Repräsentanten der Kinderärzte und den Abteilungsleitern und Oberärzten der Klinik angeregt, um organisatorische und „atmosphärische“ Probleme ansprechen zu können. Ein erstes Treffen fand am 27. Juli statt und wurde von allen Teilnehmern als sehr konstruktiv und hilfreich empfunden. Weitere Treffen wurden vereinbart.

Unser regionales Fortbildungsangebot haben wir um das Heidelberger **Curriculum Kinder- und Jugendmedizin** erweitert.

Und schließlich haben wir den Newsletter **CHECK-UP** eingerichtet, dessen erste Ausgabe Sie gerade lesen. **CHECK-UP** wird zwei- bis dreimal pro Jahr erscheinen und Sie über Neuigkeiten aus der Kinderklinik auf dem Laufenden halten.

Ihre Zufriedenheit in der Zusammenarbeit mit der Arbeit der Klinik für Kinder- und Jugendmedizin Heidelberg ist uns sehr wichtig. Wir hoffen, dass die getroffenen Maßnahmen zu einer spürbaren Verbesserung unseres Leistungsangebots führen werden. Um dies zu verifizieren, werden wir Sie im Januar 2006 erneut nach Ihrer Meinung fragen.

Nochmals ganz herzlichen Dank für Ihre aktive und konstruktive Beteiligung!

Prof. Dr. Franz Schaefer  
Qualitätsmanagement-Beauftragter

Prof. Dr. Franz Schaefer

QM Beauftragter,  
Sektionsleiter  
Pädiatrische Nephrologie



## Interview

Daraus folgt: Es ist sicher richtig, Gesundheit auch als Produkt zu sehen. Dort wo Marketingfachleute eingesetzt sind, um die Bedürfnisse der Patienten zu analysieren und das Leistungsangebot einer Klinik darauf abzustimmen, werden Kliniken und Patienten viele Vorteile daraus ziehen.

**CHECK-UP:** Welche weiteren Maßnahmen sind geplant?

**G. Reimann-Dubbers:** Wir möchten fortzusetzen, was wir im Jahr 2005 begonnen haben. Die Unterstützung aus der Klinik liegt dafür vor – neue Denkansätze wurden geprüft und akzeptiert, die Entscheidungsträger identifizieren sich mit den Zielsetzungen der Förderprogramme, die vielen Erfahrungen, die wir gemeinsam gewonnen haben, vermeiden übergestülpte Konzepte von außen.

Eine wichtige Aufgabe wird darin bestehen, den Kontakt zu unseren Zielpersonen zu verbessern. Also zu Patienten, einweisen den Ärzten und Meinungsbildnern im Umfeld der klinischen Versorgung. Daran sollte gearbeitet werden. Da die Kinderklinik eine Menge anzubieten hat, lassen sich interessante Konzepte für Heidelberg und Umgebung entwickeln – möglicherweise auch für die Metropolregion. Dabei hilft uns sehr, dass die in der Klinik verfügbaren Daten jetzt als operativ einsetzbare Datenpools genutzt werden können, wie effizientes Marketing sie braucht.

So kann man sowohl den behandelnden Ärzten als auch den Patienten jederzeit wichtige Orientierungshilfen geben, um in jeder Entwicklungsphase auf dem richtigen Weg zu bleiben – zu einer Kinderklinik mit neuem Profil.

(weiter auf Seite 5)



## 2. Symposium

### 2. Symposium des Curriculum Kinder- und Jugendmedizin am 29.10.2005 in Heidelberg

Das erste Symposium fand mit großer Resonanz und gefülltem Hörsaal am 30. April statt. Die meist begeisterten Rückmeldungen haben uns motiviert, weitere Veranstaltungen dieser Art durchzuführen. Wir haben geplant, Sie zweimal im Jahr zu Vorträgen aus unterschiedlichen Themenbereichen einzuladen. Unser Ziel ist es, mit diesen Veranstaltungen die Fort- und Weiterbildung in unserem Fach zu fördern und den Kontakt zu den Kliniken und niedergelassenen Kolleginnen und Kollegen aus der Region zu intensivieren. Ganz bewusst möchten wir auch im persönlichen Kennenlernen und Gespräch Ihre Anregungen und Wünsche erfahren, um eine bessere Kommunikation zwischen Ihnen und der Klinik gewährleisten zu können.

Nicht nur neue wissenschaftliche Erkenntnisse und neue Entwicklungen in unserer Klinik, sondern auch praktisch relevante Gesichtspunkte sollen Themen dieser Veranstaltungen sein.

Schwerpunkte des 2. Symposiums werden Bereiche aus der Kardiologie, Hämostaseologie und Nephrologie sein.

**Die voraussichtlichen Themen und Referenten werden sein:**

**Synkopen und plötzlicher Herztod bei Kindern und Jugendlichen**

H.E. Ulmer

**Strategien zur Behandlung angeborener Herzfehler: Intervention vs. Operation**

M. Gorenflo

**Antikoagulation im Säuglings- u. Kindesalter: Indikationen, Durchführung und Kontrolle**

D. Bucsenez

**Sinn und Unsinn präoperativer Gerinnungsanalysen**

W. Eberl, Braunschweig

**Indikationen zur Thrombophiliediagnostik bei Kindern und Jugendlichen**

A. Kulozik

**Neue molekulare Mechanismen der Thrombophilie**

S. Danckwardt

**Neues und Bewährtes in der Hämophilietherapie von Kindern und Jugendlichen**

R.Zimmermann, SRH Kliniken Heidelberg

**Arterielle Hypertonie bei Kindern und Jugendlichen – ein update**

E. Wühl

**Konservative versus operative Therapie der Harnabflussstörungen im Säuglingsalter**

R. Beetz, Mainz

**Kindliche Glomerulopathien – Genetik und Umwelt**

S. Weber

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben und das 2. Symposium in Ihre Terminplanung passt, freuen wir uns auf Ihre Teilnahme.

## Impressum

**Herausgeber:**

Universitätsklinik  
für Kinder- und Jugendmedizin  
Im Neuenheimer Feld 153  
69120 Heidelberg  
[www.klinikum.uni-heidelberg.de/kinder](http://www.klinikum.uni-heidelberg.de/kinder)

**Redaktion:**

Prof. Dr. Georg F. Hoffmann  
(verantwortlich)

Prof. Dr. Franz Schaefer

Dr. Bärbel Striegel  
Im Neuenheimer Feld 153  
69120 Heidelberg

Telefon: 06221/56-2345  
Telefax: 06221/56-4339  
[baerbel.striegel@med.uni-heidelberg.de](mailto:baerbel.striegel@med.uni-heidelberg.de)

**Konzeption:**

Werbeagentur Striegel GmbH  
Heidelberg

## Interview

**CHECK-UP:** *Wie sehen Sie die Zukunft der Universitätskliniken – speziell in Heidelberg?*

**G. Reimann-Dubbers:** Ich bin mir sicher, dass Heidelberg nach wie vor eine hervorragende Basis für medizinisches Leistungsgeschehen ist. In diesem Zusammenhang wird von Clustern gesprochen, worunter man die Infrastruktur einer speziellen Leistungsgruppierung versteht. Der Standort Heidelberg repräsentiert einen starken Medizin-Cluster – eine ausgezeichnete Ausgangslage, um Sponsoren auf den Plan zu rufen, die bereit sind, die Vermarktung klinischer Leistungen zu fördern und auch ihr Know-how mit einzubringen.

Lassen Sie mich noch anfügen: Ein sehr wichtiges Steuerungsinstrument sehe ich in den Fallpauschalen. Mit ihrer Hilfe lassen sich die Schwerpunkte einer Klinik und ihre qualitative Leistungsfähigkeit schnell bewerten. Damit steht eine Informationsquelle zur Verfügung, die neben den Patienten und Ärzten auch für die Studenten sehr aussagefähig ist. Das ist sehr wichtig, schließlich stellt das Klinikum eine Forschungs- und Ausbildungsstätte dar, die zu überzeugender Informationsarbeit herausgefordert ist.

Auf dieser Schiene wird das Klinikum die erstrebte Exzellenz erreichen – unter der Voraussetzung, dass Patientenbetreuung, ärztliche Beratung und Marketing ernst genommen werden. Und dabei werden wir die Kinderklinik auch in Zukunft weiterhin gerne begleiten.

**CHECK-UP:** *Herr Reimann-Dubbers wir danken Ihnen für das Gespräch.*

## COURAGE

### Für Courage abgeschlagen



Foto: Walter Orthen, HD

So haben wir auch dieses Jahr ein Benefiz-Golfturnier im Golfclub Heidelberg-Lobfeld veranstaltet. Nach dem ersten Golfturnier zugunsten der Initiative im vergangenen Jahr gingen damit fast **45.000 Euro** auf das Konto von „Courage“. Das „Courage“-Turnier soll nach den Worten von Dr. Joachim Hinz, Präsident des Golfclubs Heidelberg-Lobfeld, eine feste Institution im Terminkalender des Clubs werden.

Genau 111 Golfspieler traten beim Turnier an, über 150 kamen am Abend zur Gala, wo sich die Gäste bei Versteigerung und Tombola erneut spendabel zeigten. Eine ganze Reihe von Sponsoren hatten den finanziellen Erfolg der Veranstaltung möglich gemacht.



Von links: Präsident des Golfclubs Dr. J. Hinz, Minister Prof. P. Frankenberg, Prof. A. Kulozik, Kinderklinik, Prof. E. Martin, Leitender Ärztlicher Direktor des Universitätsklinikums

Erstmals als Spieler war Baden-Württembergs Wissenschaftsminister Peter Frankenberg mit Frau dabei. Beim Benefiz-Turnier im nächsten Jahr möchte er auf jeden Fall wieder dabei sein. Auch Graf und Gräfin Douglas werden nächstes Jahr zum dritten Mal mitspielen.



Abendveranstaltung mit über 150 Gästen



Tombola mit wertvollen Preisen



## Steckbrief



Ende des Jahres 2002 haben wir die Initiative COURAGE für chronisch kranke Kinder ins Leben gerufen. Mit dieser Initiative möchten wir Projekte umsetzen, die unseren Patienten und deren Familien helfen, die belastenden Lebenssituationen durch die Krankheit, die sie ihr ganzes Leben begleiten wird, erfolgreich zu meistern.

Diese zusätzlichen Leistungen werden durch unser Gesundheitssystem nur ungenügend finanziert und die dafür notwendigen finanziellen Mittel können nur durch Spenden erbracht werden.

Durch die Unterstützung von Bürgern und Firmen aus Heidelberg und Umgebung konnten Projekte realisiert werden, die den chronisch kranken Kindern und Jugendlichen und ihren Familien zu mehr Lebensqualität verhelfen.

So konnten wir für unsere Mukoviszidose-Patienten einen Sporttherapieraum einrichten und eine Sporttherapeutin anstellen. In Kooperation mit dem Institut für Sportwissenschaften und dem Olympiastützpunkt Rhein-Neckar sollen die kranken Kinder und Jugendlichen durch gezieltes sportliches Training ihre Lungenfunktion und damit ihren Gesundheitszustand entscheidend verbessern.

Wissenschaftliche Projekte im Bereich angeborener Stoffwechselerkrankungen und chronische Darmerkrankungen konnten verwirklicht werden.

Altersentsprechendes Schulungsmaterial für die Diabetes-Kinder konnte gekauft werden. Für die Dialyse-Patienten konnte stundenweise ein Sportprogramm mit Spiel und Bewegungsübungen während der Dialyse ermöglicht werden.

### Spendenkonto:

UNIKLINIKUM  
 BW-Bank Heidelberg  
 Konto Nr.: 5 302 780 100  
 BLZ: 672 200 20  
 Verwendungszweck: COURAGE  
 Koordination: Dr. Bärbel Striegel