



HEINZ KOWALSKI
Direktor des Instituts
für Betriebliche Gesundheitsförderung
der AOK Rheinland/Hamburg (Köln)

WENN NICHT JETZT, WANN DANN?

Deutschlands Wirtschaft geht es wieder besser als in den vergangenen Jahren. Das ist gut so, und auch die betriebliche Gesundheitsförderung profitiert davon. Manchen Unternehmen fehlten in der Vergangenheit Zeit und Geld, um Präventionsmaßnahmen zu beginnen oder auszubauen. Jetzt ist der richtige Moment, um in solche BGF-Projekte zu investieren.

Fehlzeitenprogramme, die lange Jahre bei vielen Betrieben im Vordergrund standen, sind angesichts von Krankenständen in der Größenordnung von 3 % oder 4 % zweitrangig geworden. Endlich geht es stärker um die Frage: Was hält eigentlich gesund im Unternehmen? Die Bedingungen, die einen gesunden Arbeitsplatz ausmachen, herauszufinden und sie dann bewusst einzusetzen, ist das Gebot der Stunde.

Ergonomie, Motivation, Kommunikation, Ernährung im Betrieb und andere Gesichtspunkte einer gesunden Arbeitsplatzgestaltung können vertieft und nachhaltiger angelegt werden. Daneben wird es immer mehr um die persönliche Gesundheitskompetenz gehen. Natürlich muss das Unternehmen Rahmenbedingungen für altersgerechtes Arbeiten (bis 67?!) schaffen, aber auch jede einzelne Mitarbeiterin und jeder einzelne Mitarbeiter sind im Sinne der Eigenverantwortung persönlich in der Pflicht, verstärkt auf ihre Gesundheit zu achten.

Das Unternehmen kann dies unterstützen, zum Beispiel durch regelmäßige Gesundheits-Checkups. Versteckte Risiken können auf diesem Weg bei vielen Menschen noch rechtzeitig entdeckt und durch gezielte Prävention abgebaut werden. Die professionelle medizinische Betreuung wird selbstverständlich streng vertraulich gehandhabt. Unser Ziel bei allen Maßnahmen ist immer das „gesunde“ Unternehmen mit leistungsfähigen und leistungsbereiten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Darin zu investieren, lohnt sich jetzt besonders.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Heinz Kowalski



MEISTEREHRUNG

GESUNDHEITSPREIS FÜR MASTE

Für vorbildliche Projekte im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung wurde der Viersener Süßwarenhersteller mit dem Gesundheitspreis 2006 der AOK Rheinland/Hamburg ausgezeichnet.

Wenn der süße Hunger kommt, hat die Masterfoods GmbH aus Viersen dagegen mehr als ein Rezept: Mit Mars-, Snickers-, Balisto-, Bounty- und anderen Riegeln, Keksen, Pralinen und weiteren Knabberartikeln ist das niederrheinische Unternehmen einer der führenden Markenartikelhersteller in der Süßwarenbranche. Spezialisiert ist er jedoch nicht nur auf süße Snacks, sondern auch auf die Schaffung gesunder Arbeitsbedingungen für die eigenen Mitarbeiter. Der AOK-Gesundheitspreis würdigt dieses herausragende Engagement. Dass das Viersener Unternehmen dabei im Rahmen des Modellprojektes „Nachhaltige Arbeits- und Gesundheitspolitik im Unternehmen“ (NAGU) einen wichtigen Beitrag leistet, hat die Jury besonders positiv beeindruckt. Das Preisgeld in Höhe von 10 000 EUR teilt sich Masterfoods mit zwei weiteren Unternehmen, deren Gesundheitsförderungsprojekte von den BGF-Experten ebenfalls als vorbildlich bewertet wurden.

Birgit Schauerte, Mitarbeiterin des Instituts für Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF), begleitete das Modellprojekt bei Masterfoods. Mit Peter Schlimm, Teamleiter bei Masterfoods und dort Mitglied im NAGU-Steuerungskreis, zog sie für PRAXIS AKTUELL eine Zwischenbilanz.



„Nachhaltige Arbeits- und Gesundheitspolitik im Unternehmen“ war drei Jahre lang das Anliegen der Projektgruppe bei Masterfoods. Belohnt wurden die Bemühungen nicht nur mit gesünderen und zufriedeneren Mitarbeitern, sondern auch mit der Anerkennung des BGF-Instituts der AOK Rheinland/Hamburg. →



RFOODS

Herr Schlimm, Ihr Unternehmen hat sich drei Jahre lang an dem Projekt „Nachhaltige Arbeits- und Gesundheitspolitik im Unternehmen“ beteiligt. Was hat eigentlich den Ausschlag gegeben, dabei mitzumachen?

Bei Masterfoods ist die Gesundheit der Mitarbeiter schon seit langem ein wichtiges Thema. Dabei ging es uns vor allem um langfristig angelegte Maßnahmen. Als wir dann von dem Modellprojekt NAGU erfuhren, bei dem es ja gerade darum geht, Instrumente und Methoden der betrieblichen Gesundheitsförderung dauerhaft im Unternehmen zu verankern, waren wir kurzentschlossen dabei. Und weil in unserem sofort gebildeten NAGU-Steuerungskreis von allen Interessengruppen die Entscheidungsebene vertreten war, konnten wir auch zügig an die Umsetzung gehen.



Welche Ziele haben Sie sich für das Projekt gesteckt?

Wir haben versucht, unsere Vorstellungen in einem griffigen Motto zusammenzufassen: „Fiteinander – aktiv mitbewegen!“ Daraus haben wir dann sogar ein eigenes Logo entwickelt. Gemeint sind damit vor allem drei verschiedene Ziele:

1. Wir wollten das Engagement der Mitarbeiter für die Gesundheitsförderung erhöhen. Wo es um Verbesserungen der Arbeitsplatzgestaltung geht, sollen sie grundsätzlich eingebunden werden und alle Schritte „aktiv mitbewegen“ können.

2. Den Mitarbeitern sollte bewusst werden, dass sie selbst Verantwortung für ihre Gesundheit tragen. Die Wortschöpfung „Fiteinander“ im Logo soll bedeuten: An seiner Fitness arbeitet jeder selbst, dann funktioniert das Miteinander noch besser.

3. Außerdem wollten wir die Arbeitskraft unserer Mitarbeiter auf lange Sicht erhalten. Dabei haben wir besonders die demographische Entwicklung im Blick: eine längere Lebensarbeitszeit und den absehbaren Mangel an jungen Fachkräften. Deshalb geht es uns um Maßnahmen, die langfristig und über das Projekt hinaus wirken.



Und wie sind Sie vorgegangen?

Wenn man in solch ein Projekt einsteigt, kommt ja sofort die Frage ins Spiel: „Wie machen wir's?“

Wir haben ganz klassisch erst mal mit einer Analyse begonnen. Unsere Mitarbeiter haben in Workshops darüber gesprochen, welche Belastungen an den verschiedenen Arbeitsplätzen auftreten, und gemeinsam überlegt, wie man sie reduzieren kann. Ein Beispiel für eine ergonomische Optimierung waren die höhenverstellbaren Packtische, die jetzt eine rüchenschonende Haltung bei der Arbeit ermöglichen.

Neben der Ergonomie wurden aber auch verhaltensschulende Maßnahmen angeboten. Dafür haben wir uns auch etwas Besonderes einfallen lassen: Mit einem Theaterstück unter dem Titel „Auf Biegen und Brechen“ haben wir unsere Mitarbeiter ganz grundlegend für

das Thema Rücken sensibilisiert. Wie man sich am jeweiligen Arbeitsplatz konkret rückengerecht verhält, haben die Mitarbeiter dann von bestimmten Kollegen, die vorher entsprechend ausgebildet worden waren, erfahren, den sogenannten Multiplikatoren. Sie sind auch heute noch Ansprechpartner für ihre Kolleginnen und Kollegen, wenn es um rückengerechtes Arbeiten geht. Diese Kontinuität ist Teil der nachhaltigen Strukturen und bewusst so angelegt.

Andere Beispiele für unsere Projektmaßnahmen sind Entwöhnungskurse für Raucher oder regelmäßige Betriebssportveranstaltungen. Auf unserer Agenda stehen aber auch noch andere Themen wie Suchtprävention oder gesunde Ernährung.

Was hat sich denn dadurch im Unternehmen geändert?

Mehrere Umfragen bestätigen: Unsere Mitarbeiter sind heute einfach zufriedener. Das hängt natürlich auch damit zusammen, dass ein großer Teil ihrer eigenen Verbesserungsvorschläge in die Tat umgesetzt wurde. Außerdem konnten wir beobachten, dass die Beschäftigten sich stärker für die Erhaltung ihrer eigenen Gesundheit interessieren. Und die Verhaltensschulungen haben auch ganz klar etwas gebracht. Insgesamt hat sich auf jeden Fall der Krankenstand deutlich reduziert.

Gibt es auch schon Pläne, wie es jetzt weitergeht?

Ganz klar: Unser NAGU-Steuerungskreis wird auch in Zukunft die Weichen für die Gesundheitsförderung bei Masterfoods stellen. Und weil wir das Gesundheitsthema während des Projekts in allen unseren betrieblichen Strukturen und Abläufen verankert haben, sind wir sicher, dass auch zukünftig bei allen Veränderungen im Betrieb die Gesundheit der Beschäftigten als wichtiges Entscheidungskriterium berücksichtigt wird.