Die neue Kampagne kommmitmensch richtet sich an die Führungsebene sowie an Beschäftigte, da Sicherheit und Gesundheit wichtige Ressourcen für Betriebe und Beschäftigte sind.

komm mit mensch

Neue Kampagne von Berufsgenossenschaften und Unfallkassen will Präventionskultur fördern.

Mehr Sicherheit und Gesundheit an deutschen Arbeitsplätzen – das ist das Ziel der Kampagne kommmitmensch, die Berufsgenossenschaften und Unfallkassen auf der A+A am 18. Oktober in Düsseldorf starteten. Dreh- und Angelpunkt ist die betriebliche Kultur. Der VDSI begleitet die auf zehn Jahre angelegte Kampagne.

VDSI aktuell sprach mit Gregor Doepke, Pressesprecher und Kommunikationschef der DGUV sowie Vorstand des Ressorts Kommunikation beim VDSI.

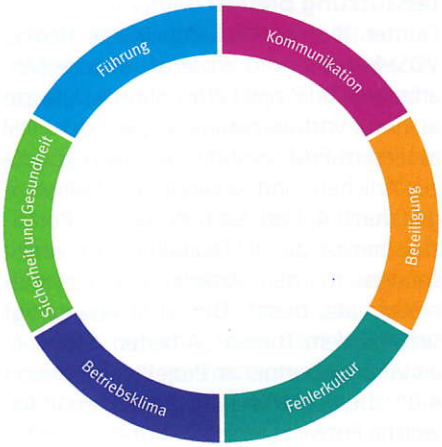
Herr Doepke, warum haben Sie sich bei der Kampagne ein so grundlegendes Thema vorgenommen?

Jeder Betrieb, jede Institution hat eine eigene „Kultur" mit geschriebenen und vor allem ungeschriebenen Gesetzen. Wer etwas für die betriebliche Prävention tun will – und das ist unser Ziel –, muss an diesem Dreh- und Angelpunkt ansetzen.

Warum? Bisher waren die Unfallversicherungsträger doch erfolgreich in Sachen Prävention?

Das stimmt. Bei der Prävention von Unfällen und arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren haben wir viel erreicht. Die Zahl der tödlichen Arbeitsunfälle liegt deutlich unter 500 pro Jahr und bei den schweren Unfällen hat ein breiter Mix von Präventionsinstrumenten viel gebracht. Diese Erfolgsrezepte sollen ihren Bestand haben, denn sie schützen Menschen vor Fehlern, die früher oftmals zu Unfällen geführt haben. Inzwischen sind die Konstellationen, die solchen Ereignissen vorausgehen, aber deutlich individueller als früher und damit schwieriger abzusehen. Es erfordert also einen bewussten Blick für sicheres und gesundes Arbeiten, um komplexe Gefahrensituationen abwenden zu können. Damit sind wir bei der Kultur der Prävention.

Das Spektrum der betrieblichen Prävention umfasst nach unserem Verständnis weit mehr als das Vermeiden von Unfällen. Schließlich wollen wir der „Vision Zero" näherkommen – einer Welt ohne Arbeitsunfälle und arbeitsbedingte Erkrankungen.



Der Kreis zeigt die sechs Handlungsfelder für sichere und gesunde Unternehmen.

Diesem Anspruch wollen wir gerecht werden – angesichts eines rasanten Wandels der Arbeitswelt. Gerade die Leserinnen und Leser der VDSI aktuell wissen aus der betrieblichen Praxis, wie rasant Digitalisierung, Demografie und Mobilität bereits heute den Arbeitsalltag prägen. Damit gehen zudem psychische Belastungen einher, die wir stärker in den Fokus nehmen. Um spür- und messbar mehr Sicherheit und Gesundheit in das Leben der Beschäftigten zu bringen, braucht es also etwas Ambitionierteres als ein „Weiter so".

Können Sie unseren Leserinnen und Lesern erklären, was Kultur der Prävention bedeutet?

Der Begriff klingt abstrakt, fasst aber den Gegenstand sehr gut. Es geht um das ganzheitliche Verständnis von Sicherheit und Gesundheit in einem Betrieb oder einer Institution. Die Kultur zeigt sich im Denken und Handeln der Beschäftigten – über alle Hierarchieebenen hinweg. Jede Fachkraft für Sicherheit oder ähnliche Profession kann Ihnen in einem Betrieb relativ schnell sagen, welche Qualität der Präventionskultur dort gelebt wird. Für Ihre Leserschaft ist das also kein abstrakter Begriff. Schwieriger ist es dagegen, den Transfer einer positiven Präventionskultur in den Betrieben auch konkret zu schaffen. Wir müssen dort ansetzen, wo man mit den herkömmlichen Maßnahmen nicht mehr

weiterkommt. Darin liegt die eigentliche Herausforderung.

Wie wollen Sie das konkret angehen?
Wir müssen das Thema auf die betriebliche Ebene herunterbrechen. Fachleute der Unfallversicherungsträger und des Spitzenverbandes – insbesondere aus Prävention und Kommunikation – haben zusammen mit Wissenschaftlern sechs Handlungsfelder identifiziert. Dazu können wir klare Botschaften an die Betriebe aussenden. Die jetzt gestartete Dachkampagne schafft zuerst einmal Aufmerksamkeit, bietet Medien und Handlungshilfen an. Zentrale Quelle sind die Kampagnen-Website und Aktivitäten in den sozialen Medien. Die ersten Videos zur Kampagne sind bereits zu sehen – ohne erhobenen Zeigefinger, vielmehr klug und humorvoll. So holen wir Menschen mit den Fragen ab, die sie aus ihrem Alltag kennen.

Das ist ein ambitioniertes Ziel ...
Um das Bewusstsein zu ändern, haben wir uns ein anderes Zeitfenster gegeben als für die bisherigen, monothematischen Kampagnen wie zu „Haut" oder „Rücken". Innerhalb der zehn Jahre Laufzeit werden wir die Wirkung der Kampagne immer wieder kritisch beleuchten – und unser Vorgehen anpassen. Damit die einzelnen Berufsgenossenschaften und Unfallkassen mit ihren individuellen und zielgruppenspezifischen Kampagnen, die auf die Dachkampagne aufsetzen, auch konkrete Wirkung entfalten können, braucht es eben einen langen Atem.

In welche Botschaft haben Sie das Kampagnenthema gefasst?
kommmitmensch! Der Begriff bringt zum Ausdruck, dass es eine Kampagne zum Mitmachen ist. Wir beschreiten einen neuen Weg. Alle, insbesondere Präventionsfachleute wie die VDSI-Mitglieder, sind dazu eingeladen, daraus eine große Bewegung für Sicherheit und Gesundheit zu machen.

Ist das Thema Kultur der Prävention nicht eher etwas für große Konzerne?
Wie ich bereits sagte: Eine Kultur der Prävention hat jede Organisation – egal, welcher Branche oder Größe. Große Betriebe haben oft deutlich mehr Ressourcen zur Verfügung und brauchen daher tendenziell weniger Unterstützung oder Antrieb. Es geht uns daher eher um die kleineren Betriebe. Auch bei denen stärkt die Kampagne, was an positiven Faktoren da ist, und hilft, schwierige Themen anzugehen. Das schafft eine Win-win-Situation. Die Unfallkassen und Berufsgenossenschaften geben ihren Mitgliedern dazu Unterstützung mit trägerspezifischen Angeboten.

Wie können sich denn die VDSI-Mitglieder bei der Kampagne engagieren?
Der VDSI hat rund 5.600 Mitglieder, die jeden Tag vor Ort sind und eine Vorbildfunktion haben. Sie tragen mit ihrem täglichen Handeln sehr viel zur Prävention in deutschen Betrieben und Institutionen bei. Längst haben sie nicht mehr die rein sicherheitstechnischen Aspekte im Auge, sondern beraten zu vielfältigen Gefährdungsfaktoren und organisatorischen Aspekten. Das ist das solide Handwerkszeug. Jeder Berater, jede Beraterin weiß aus der Praxis, dass es vor allem auf die Haltung der Betriebsleitung ankommt – deshalb legen wir auf das Handlungsfeld Führung ab März 2018 den Fokus, die anderen Themen schließen sich nach und nach an. Präventionsfachleute können mit kluger und angemessener Beratung diese Themen aufgreifen und unglaublich viel für die Sicherheit und Gesundheit der Beschäftigten erreichen. Wichtig ist die Botschaft: Die Kampagne macht keine Vorschriften – die gibt es ja schon. Sie will Bewusstsein schaffen.

Die Mitglieder des VDSI sind dabei wichtige Verbündete. Mit dem Anlaufen der Kampagne entwickeln wir im VDSI eine eng mit der DGUV abgestimmte Strategie, um die Handlungsfelder der Kampagne in die Betriebe zu tragen.

Das Interview führte Miriam Becker

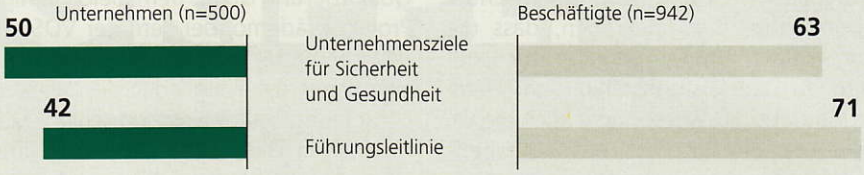
Gregor Doepke ist Pressesprecher der DGUV und verantwortet VDSI aktuell als Chefredakteur.

Kontakt
VDSI-Geschäftsstelle

Karlheinz Kalenberg, Geschäftsführer
+49 611 15755-11
k.kalenberg@vdsi.de

Umfrage

Welche der folgenden Aspekte sind in Ihrem Unternehmen bzw. in Ihrer Einrichtung im Hinblick auf Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit vorhanden? Bitte antworten Sie mit „ja" oder „nein".



Wie wichtig sind Ihrer Ansicht nach die Themen Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit für Ihr Unternehmen bzw. Ihre Einrichtung?

Auszug aus der Umfrage „Präventionskultur aus Sicht von Beschäftigten und Unternehmen" aus dem Jahr 2014, durchgeführt von infas im Auftrag der DGUV. Auffällig ist, dass zwar 96 Prozent der Unternehmerinnen und Unternehmer Sicherheit und Gesundheit als wichtig oder sehr wichtig betrachten, aber nur bei 42 Prozent sind diese Ziele in den Führungsleitlinien verankert.

Fotos: DGUV; DGUV, Wolfgang Bellwinkel