

AG / Projekt

**„Betriebliches
Gesundheitsmanagement“**

Ansprechpartner/-in:

Dagmar Rolle

Campus Charité Mitte
Trainingszentrum für ärztliche Fertigkeiten
Charitéplatz 1
10117 Berlin

E-Mail: dagmar.rolle@charite.de

Prof. Dr. Heike Englert

Fachhochschule Münster
Fachbereich Oecotrophologie
Corrensstraße 25, D 410
48149 Münster

E-Mail: englert@fh-muenster.de

Werner Mall

AOK Berlin – Die Gesundheitskasse
Geschäftsbereich Prävention und Rehabilitation
Pallasstraße 25
10781 Berlin

E-Mail: werner.mall@bln.aok.de



Handlungsfeld „Prävention, Gesundheitsförderung,
Rehabilitation und Ernährung“

Workshop am 23.04.2008

Projektsteckbrief

Betriebliches Gesundheitsmanagement BGM

Projektbezeichnung:	Betriebliches Gesundheitsmanagement BGM
Beginn der Projektarbeit (Monat / Jahr):	Start der AG im April 2007 (seitdem 2 Treffen der AG)
Zielstellung des Projektes bzw. der Arbeitsgruppe:	Erste Ideensammlung aus dem Workshop vom 25.4.2007: BGM verfügt über gut erprobtes und wirksames In- strumentarium zur Verbesserung der Gesundheitssi- tuation von Arbeitnehmern. Trotzdem ist die Akzep- tanz von BGM in der Arbeitswelt zu gering. Ziel länderübergreifender Aktivitäten sollte es des- halb sein, Bekanntheit und Anwendung von BGM in der Region zu steigern.
Projektinhalte / Arbeits- themen:	Imagekampagne "BGM" in der Region Berlin-Brandenburg
Zwischenergebnisse / Sachstand:	Folgende Elemente einer Kampagne wurde erörtert: a) länderübergreifender Gesundheitsbericht Erkenntniszugewinn eines solchen Berichtes wäre eher gering, kommunikativer Wert im Rahmen einer Kampagne wäre dagegen hoch. Denkbare Verfahren: - Primärdatenanalyse zusammengeführter AU- Daten von Krankenkassen - Sekundäranalyse vorliegender Gesundheits- berichte

	<p>b) Auslobung eines länderübergreifenden Wettbewerbes zum betrieblichen Gesundheitsmanagement (unter Nutzung der in den beiden Berliner Durchläufen gewonnenen Erfahrungen): IHK Berlin als einer der Veranstalter des Berliner Wettbewerbes hat grundsätzliches Interesse signalisiert, bei entsprechender Beteiligung weiterer Partner diesen Wettbewerb ggf. breiter (länderübergreifend) aufzustellen.</p>
<p>Beteiligte Personen und Einrichtungen:</p>	<p>Prof. Englert (FH Münster), Dagmar Rolle (Charité), Dr. Borchardt (TK), G. Janz (Fachklinik Wolletzsee), H. Kamm (BKK LV Ost), D. Kuhn (ZAGG), M. Lewerenz (DRV Bund), W. Mall (AOK Bln.), B. Pflugk (MASGF Brb.), J. Pillekamp (Vattenfall), K. Schmedding (BEK), H. Schöning (IHK Berlin), M. Siebke (MASGF Brb.), C. Sommerschuh (DAK), I. Spitzner (IKK Brb&Bln), G. Westermayer (BGF), J. Wohlfeil (AOK Bln.)</p>
<p>Projektzeitrahmen:</p>	<p>Ca. 12 Monate ab Umsetzung</p>
<p>Was noch fehlt... (z.B. Mitstreiter, Rahmenbedingungen etc.)</p>	<p>Committment über die Umsetzung einer solchen Kampagne</p>

Ergebnisse:

1. Die Teilnehmer befürworten weiterhin der Durchführung einer Imagekampagne "Betriebliches Gesundheitsmanagement" in der Region Berlin-Brandenburg mit den im Steckbrief aufgeführten Elementen. Die Vertreterin der IHK Berlin, Frau Schöning, weist darauf hin, dass die Kampagne an den Problemen der Betriebe ansetzen muss: So muss BGM die Attraktivität des Betriebes für die Mitarbeiter steigern und so den Betrieb bei der Akquise von Nachwuchskräften unterstützen.
2. Der Vertreter der Berliner Senatsgesundheitsverwaltung, Herr Braun, berichtet über die vorbereitenden Arbeiten in SenGUV zur Umsetzung des Nationalen Aktionsplans Ernährung und Bewegung. Er schlägt vor, im Feld "Vorbildfunktion der öffentlichen Hand" die Kantinen der Berliner öffentlichen Verwaltung in den Focus von Projekten zur Ernährung zu rücken.
3. Die Vertreterin der IHK Berlin, Frau Schöning, berichtet über die "Gemeinschaftsinitiative Gesunde Arbeit" der IHK Berlin, des DGB Berlin-Brandenburg und der Berliner Senatsgesundheitsverwaltung. Unter Federführung des LaGetSi soll bis zum Frühsommer ein Konzept entstehen.

Es besteht Einvernehmen, dass die Aktivitäten unter dem Dach des Masterplans und diejenigen im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative in Berlin einer engen Abstimmung bedürfen, um die Ressourcen der jeweils beteiligten Akteure nicht zu überfordern.

Die AG2 wird daher mit den Protagonisten der Gemeinschaftsinitiative Kontakt aufnehmen, um

- das Konzept und die Ansätze der Gemeinschaftsinitiative kennenzulernen und
- auszuloten, inwieweit die AG2 Ihre Vorschläge zur Durchführung einer Imagekampagne "BGM" in der Region Berlin-Brandenburg in die Gemeinschaftsinitiative einbringen kann.