

Der Transfer beginnt – Unsere Produkte im Überblick

Wir blicken auf insgesamt zweieinhalb Jahre Kobra zurück – Vieles ist gut gelungen, war erfolgreich und gewinnbringend. Anderes konnte nicht so umgesetzt werden, wie wir es geplant, gedacht oder gehofft hatten. Nun ist es Zeit, Bilanz zu ziehen, aus den Erfahrungen zu lernen und Gutes in die Breite zu tragen. Dies soll bis Ende November in der sich nun anschließenden Kobra-Transferphase konkret an drei bewusst gewählten Produkten umgesetzt werden. Die Transferprodukte von Kobra wurden nach den vorgegebenen Rahmenbedingungen und den entsprechenden Abstimmungsgesprächen mit MASF, LASA und ZAB ausgewählt. Zudem wurde trägerintern darauf geachtet, dass die vielversprechenden Ansätze ein hohes Maß an Synergieeffekten produzieren. In diese Auswahl und vor allem in die Ausgestaltung der Produkte gehen unweigerlich auch die Erfahrungen des Projektes Kobra ein. Das was im Rahmen der Durchführungsphase von Kobra weniger gut gelungen ist, wird verbessert, das was gut verwirklicht werden konnte wird noch intensiver ausgebaut.

1. Qualifizierung zum/-r Gesundheitskoordinator/-in

Die Erfahrungen während der Umsetzung, die Rückmeldungen der Teilnehmer/-innen und die konkreten Vorteile für die Betriebe haben es uns gezeigt: Die Qualifizierung sollte auch nach Projektende für weitere interessierte Betriebe angeboten werden können. Es ermöglicht den KMU eine besondere Form der Unterstützung innerhalb des Unternehmens, da die hier ausgebildeten Personen im Anschluss eine koordinierende Rolle in ihrem Betrieb übernehmen, Ansprechpartner in Sachen Gesundheit und somit auch Vertrauenspersonen sein können. Um das Angebot der Qualifizierung bei potenziellen Anbietern zu implementieren, werden nun vielfältige Gespräche, Verhandlungen und Vereinbarungen mit den Partnern notwendig sein. Das Ziel soll hierbei sein, das Weiterbildungsangebot der Partner durch die Qualifizierung zu erweitern. Darüber hinaus soll ein Netzwerk entstehen, in welchem sich die Teilnehmer/-innen der Qualifizierung stets untereinander austauschen können.

2. Marktplatz „Gesundheit“

Die Aufteilung der Mitarbeiter/-innen auf Filialen, Außendienstmitarbeiter/-innen, die nur selten wirklich im Betrieb anzutreffen sind, Monteure auf Baustellen, die sich nur zur Materialbeschaffung auf den Weg zum Unternehmen machen: All diese Rahmenbedingungen machen es schwerer, die Mitarbeiter/-innen in Betrieben für die Idee des BGM zu gewinnen, alle zu versammeln und über Maßnahmen, Fortschritte sowie Überlegungen zu informieren. Das Analyse- und Dialoginstrument des Marktplatzes ist für den Einsatz durch professionelle BGM-Berater und Moderatoren gedacht. Der Vorteil des Instrumentes liegt deutlich in der Zeit- und Personalökonomie für die KMU. In relativ kurzer Zeit kann eine hohe Erreichbarkeit der Mitarbeiter/-innen erfolgen. Zudem ist es möglich, eine Veranstaltung so zu planen, dass vor allem KMU davon profitieren, die mit vielen Außendienstmitarbeiter/-innen arbeiten. Zielstellung ist hierbei, einen Großteil der Mitarbeiter/-

innen für den Prozess zu gewinnen, sie zu informieren und im Sinne der Partizipation auf deren „Expertenwissen für ihre Arbeit“ zurückzugreifen.

Der Markplatz „Gesundheit“ soll so weiterentwickelt werden, dass er, in Anlehnung an den Gedanken einer Wanderausstellung, über wiederkehrende Themen des BGM in möglichst interaktiver Form informiert sowie Bedarfe und erste Lösungsvorschläge ermittelt. Ähnlich kann er nach einigen erforderlichen Anpassungen als Analyseinstrument im Rahmen des Auftaktes eines BGM-Prozesses genutzt werden. Das Arbeitsergebnis besteht in der guten Dokumentation, die dann als Basis für die Erstellung eines Arbeitsplanes dient. Dieser kann im Anschluss eine eigenständige oder extern unterstützte Umsetzung strukturieren.

3. KMU- und Brandenburg-spezifischer Info-Film

Das Medium Film zeigte sich als äußerst hilfreich, wenn es darum ging, Unternehmen möglichst anschaulich darzustellen, wie BGM in einem KMU aussehen kann. Als entscheidend stellten sich Best-Practice-Modelle von regional- oder branchenintern bekannten Personen heraus. Ein gedanklicher Transfer in den eigenen Betrieb fiel meist leichter, wenn auf Aussagen und Beispiele anderer Unternehmer/-innen zurückgegriffen werden konnte. Der Vorteil des Films liegt in der direkten Ansprache von KMU auf unterschiedlichsten Veranstaltungen oder in Beratungen. Begleitende Informationen über weiterführende Kontakte zu Experten werden dabei mitgedacht.