
Präventionskampagne „Denk an mich. Dein Rücken“

Elke Rogosky



UK|BG SVLFG KNAPPSCHAFT

Denk an mich. Dein Rücken

Potsdamer BK-Tage
23./ 24. Mai 2014

Elke Rogosky
Stabsbereich Prävention der DGUV

Folie 1

„Denk an mich. Dein Rücken“ ist die gemeinsame Präventionskampagne der Berufsgenossenschaften und Unfallkassen, der Sozialversicherung Landwirtschaft, Forsten und Gartenbau (SVLFG) und der Knappschaft.

Die Kampagne wurde Anfang 2013 gestartet und wird Ende 2015 beendet.

Sie hat zum Ziel, berufliche Rückenbelastungen durch verhältnis- und verhaltenspräventive Ansätze zu beseitigen oder zu vermindern. Berufliche Belastungen sind physische Belastungen durch körperlich schwere Arbeiten oder Bewegungsmangel sowie psychische Belastungen.

Die Kernbotschaft der Kampagne lautet: Das richtige Maß an Belastung hält den Rücken gesund.

Weitere Informationen hierzu, siehe Fachkonzept zur Kampagne: www.deinruecken.de „Die Kampagne“.

Logo UK|BG SVLFG KNAPPSCHAFT

Warum?

- Blick auf die Prävention
- Sie gehören zur Zielgruppe
 - als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter
 - als Führungskraft
 - als von Rückenproblemen Betroffener?!
- ...

Denk an mich
Dein Rücken

Folie 2

Warum wird die Präventionskampagne auf den Potsdamer BK-Tagen präsentiert?

Es ist Tradition, auch einen Blick auf (primär)präventive Themen zu werfen. Muskel-Skelett- bzw. Rückenerkrankungen spielen gleichermaßen in der Prävention wie in der Rehabilitation und Entschädigung eine große Rolle.

Außerdem gehören Sie zur Zielgruppe als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter, als Führungskraft oder als Betroffener von Rückenproblemen.

Logo UK|BG SVLFG KNAPPSCHAFT

Alleinstellungsmerkmale der Kampagnen der gesetzlichen Unfallversicherung

- Einbindung der Kampagnenthemen in verschiedene Präventionsdienstleistungen
- direkter Zugang zu den Unternehmen und Bildungseinrichtungen mit der Möglichkeit besonders wirksamer, dialogischer Kommunikation
- konkrete Unterstützungsangebote der Verantwortlichen für Sicherheit und Gesundheit im Betrieb (Fachkräfte für Arbeitssicherheit, BGM-Verantwortliche)

Denk an mich
Dein Rücken

Folie 3

Viele Institutionen und Kampagnen haben sich bereits dem Thema Rückenschmerz/ Rückenerkrankungen und seiner bzw. ihrer Verhinderung/Beseitigung gewidmet.

Die gesetzliche Unfallversicherung (gUV) hat sich trotzdem zu einer weiteren Kampagne entschlossen, weil sich die Vorgehensweise in gemeinsamen Präventionskampagnen der gUV von anderen Institutionen unterscheidet. Sie haben die genannten Alleinstellungsmerkmale.



Folie 4

Slogan

Der Rücken meldet sich selbst zu Wort – er tritt in den aktiven Dialog mit den Zielgruppen und wird damit zum gleichberechtigten Partner. Der Slogan, der diese Leitidee übersetzt, lautet: „Denk an mich. Dein Rücken“.

Logo

Ein „Post-it“ ist eine Gedächtnisstütze, es bringt kurz und prägnant die Botschaft auf den Punkt. In diesem Fall ist es der Rücken, der eine Nachricht für uns hinterlässt.



Folie 5

Insgesamt wurden 26 zielgruppen- und branchenspezifische Motive produziert.

Neben der fotografisch festgehaltenen alltäglichen Arbeitssituation findet sich im Motiv jeweils das Logo auf dem Rücken der Protagonisten sowie eine wertschätzende Headline, die sprachlich Bezug auf die Tätigkeit nimmt. Außerdem der Verweis auf die Kampagnenhomepage sowie die Absenderlogoleiste.



Folie 6

Und noch ein drittes Beispiel...

Alle Motive sind als Poster (A 2 quer) und in gängigen Anzeigenformaten (A4 hoch und quer, A5 quer, A6 hoch und quer) verfügbar.

UK|BG SVLFG KNAPPSCHAFT

Textanzeigen

Gesamtauflage Advertorials:
5,5 Mio. in 92 Zeitschriften
(im ersten Jahr)

- IHK Zeitschriften
- Zeitschriften für öffentliche Arbeitgeber
- Wirtschaftswoche

Weitere Textanzeigen in 2015 für
Multiplikatoren in Vorbereitung

Denk an mich. Dein Rücken

Folie 7

Im Rahmen der Präventionskampagne werden bei den einzelnen Unfallversicherungsträgern, aber auch bei der DGUV, die die gemeinsamen Aktivitäten koordiniert, eine Vielzahl von Maßnahmen initiiert.

Vor allem wird die Kampagne durch eine gemeinsame Presse- und Medienarbeit im weitesten Sinne begleitet, die in erster Linie für eine Wahrnehmung der Präventionskampagne bzw. ihrer Angebote und Botschaften sorgen soll.

Im Folgenden werden beispielhaft einige Aktivitäten dargestellt:

Im ersten Kampagnenjahr wurden mit Textanzeigen besonders Unternehmensverantwortliche angesprochen. Darin wurden die Sinnhaftigkeit von präventiven Bemühungen und die Angebote der Kampagne speziell für diese Zielgruppe thematisiert.

UK | BG SVLFG KNAPPSCHAFT

Pressemitteilungen



im ersten Jahr über 1.300 redaktionelle Meldungen in Print- und Onlinemedien

Gesund arbeiten im Büro

Tipps für einen rückengerecht eingerichteten Arbeitsplatz

Fast 11 Millionen Menschen in Deutschland arbeiten an einem Bildschirm. Die Bildschirmarbeit hat weitreichende Auswirkungen auf die Gesundheit. Wie auch bei jeder Arbeit, kann für das Rücken eine erhöhte Belastung entstehen. Diese gesundheitliche Gefahr kann durch ergonomische Maßnahmen im Büro und die Nutzung von Präventionsangeboten abgemildert werden. Diese Maßnahmen sind im nachfolgenden Diagramm dargestellt.

Denk an mich
dein Rücken

Folie 8

Der Aussand regelmäßiger Pressemitteilungen führte zu mehr als 1.300 redaktionellen Meldungen im letzten Jahr, vor allem in Print- und Onlinemedien. Damit wurde ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis sowie ein Anzeigenäquivalenzwert von über einer halben Mio. Euro erzielt.

(Anzeigenäquivalenzwert: Den Wert erhält man durch die Analyse eines Artikels oder des veröffentlichten Bildes. Die Größe des Artikels oder des veröffentlichten Bildes und die Platzierung sind hierbei ausschlaggebend. Den Anzeigenäquivalenzwert erhält man, indem man ausrechnet, was die Schaltung einer gleichwertigen Anzeige derselben Größe und derselben Platzierung gekostet hätte.)

UK | BG SVLFG KNAPPSCHAFT

Social Media (I)



Gesundheit in Ausbildung und Beruf

für Fachleute im Arbeitsschutz und in der Prävention mit Expertendialogen zu diversen Themen (z.B. MSE und Psyche, Heben und Tragen, ...)

Denk an mich
dein Rücken

Folie 9

Auch neue Kommunikationskanäle werden genutzt, darunter die Social Media Plattform „Xing“. Xing ist eine berufsbezogene Plattform, die der Vernetzung und dem Austausch dient.

Im Rahmen der Kampagne wurde eine Xing-Gruppe für Fachleute im Arbeitsschutz und der betrieblichen Gesundheitsförderung gegründet. Über diese Plattform werden Informationen verbreitet, ein Austausch angeregt und Expertendialoge mit Experten der gUV angeboten.



Social Media (II)

Facebook-Auftritt:

DEUTSCHLAND BEWEGT HERBERT

- Zielgruppe: Jugendliche und junge Erwachsene
- Ziel: Animation zu mehr Bewegung
- Protagonist „Herbert“ bewegt die Follower und wird von ihnen in Bewegung gebracht

Denk an mich
Dein Rücken

Folie 10

Der Facebook-Auftritt soll ohne erhobenen Zeigefinger Jugendliche und junge Erwachsene zu mehr sportlichen Aktivitäten animieren. Es werden trendige, niederschwellige Sportarten vorgestellt. Die Fans dürfen selbst Sportarten vorschlagen, die „Herbert“ ausprobieren soll. Regelmäßige Gewinnspiele sorgen für zusätzliche Attraktivität der Facebook-Seite.



Standardvortrag - ppt

insgesamt über 170 Folien mit vielen Fotos und Grafiken zu folgenden Themen:

- Zahlen, Daten, Fakten zu MSE/ Rücken
- Kampagne und ihre Evaluation
- Aspekte der Prävention
- Anatomie, Pathologie
- Arbeitstechniken
- Rückenbeschwerden und Psyche

modular nutzbar!


Denk an mich
Dein Rücken

Folie 11

Mit den Folien des Standardvortrags können eigene Vorträge zur Kampagne und deren Inhalte schnell und unkompliziert zusammengestellt werden. Die Inhalte der Notizenseiten liefern wertvolle Hintergrund- und Zusatzinformationen.

UK|BG SVLFG KNAPPSCHAFT

Digitale Aktionsbox für Unternehmen



Inhalt:

- Viele Medien der Kampagne, inkl. Napo
- Quiz (paper/pencil)
- Konzepte für Gesundheitstage und -wochen, Aktionen!
- Workshop-Leitfäden
- Kurzvortrag

Folie 12

Die Aktionsbox unterstützt Unternehmen, in Sachen Rückenprävention aktiv zu werden. Sie enthält viele Medien und Informationsmaterialien sowie unterschiedliche Konzepte für Gesundheitstage und -wochen. Die Inhalte entsprechen den Anforderungen unterschiedlicher Unternehmen (im Hinblick auf Betriebsgröße, unterschiedliche Rückenbelastungen etc.) und können modular eingesetzt werden.

UK|BG SVLFG KNAPPSCHAFT

Verleih von Veranstaltungsmodulen und Marketingmaterialien

Beispiel: Cuela-Parcours



- kostenloser Verleih durch die DGUV (keine Miet- und Transportkosten)
- aber: keine personelle Betreuung vor Ort
- dafür aber ausführliche Anleitungen oder vorherige kostenlose Schulung von Betreuungspersonal

Folie 13

Veranstaltungsmodule, die von Trägern (UK/BG/SVLFG, Knappschaft) und Unternehmen sowie Bildungseinrichtungen kostenlos (!) für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter genutzt werden können, sollen Prävention erfahrbar und erlebbar machen und die jeweiligen Präventionsbotschaften nachhaltig verankern.



Website: www.deinruecken.de


- Hinweise für die Gefährdungsbeurteilung (physische und psychische Belastungen!), Darstellung von Hilfsmitteln, Beispiele guter Praxis
- Recherche-Datenbank (alle Medien der UV-Träger)

Denk an mich
Dein Rücken

Folie 14

www.deinruecken.de ist die zentrale Plattform für die Bereitstellung aller im Rahmen der Kampagne entwickelten Materialien und Medien. Die Website enthält insbesondere ein Portal für Unternehmerinnen und Unternehmer, das diese dabei unterstützt, Belastungen des Rückens und der Gelenke bei ihren Beschäftigten frühzeitig zu erkennen und einzuschätzen. Darüber hinaus werden Maßnahmen zur Prävention erläutert, die konkret ergriffen werden können.

Darüber hinaus können gezielt branchen-, themen- bzw. zielgruppenspezifische Medien der Unfallversicherungsträger über Datenbanken schnell und passgenau recherchiert werden. Teaser-Texte erläutern die Treffer; Links führen unmittelbar zu den gefundenen Medien.



Gleich fühlen Sie sich besser – versprochen!

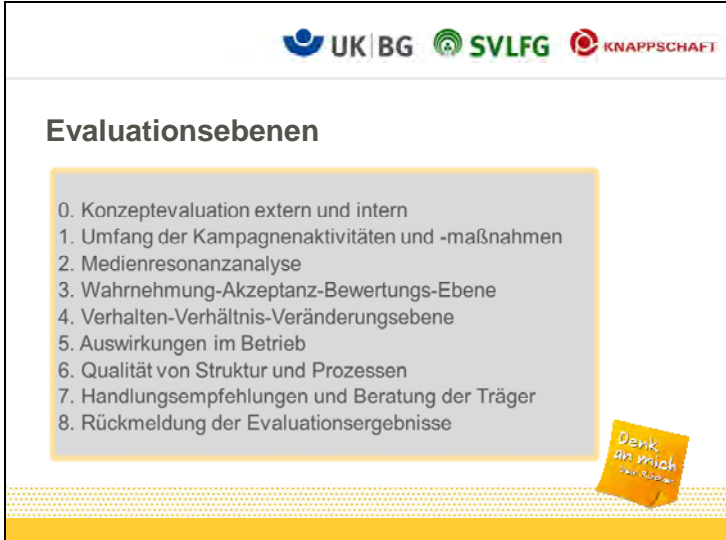
- eingebunden: Übungsclips zur Lockerung, Kräftigung, Dehnung des Rückens

Denk an mich
Dein Rücken

Folie 15

Die Übungen stehen einzeln, in kurzen Sequenzen oder als vollständige Übungsreihe zum Download auf www.deinruecken.de „Mediathek“ zur Verfügung. Auch eine Übungsreihe mit Thera-Band steht zur Verfügung.

Verbreitung und Vervielfältigung ausdrücklich erwünscht!



Evaluationsebenen

0. Konzeptevaluation extern und intern
1. Umfang der Kampagnenaktivitäten und -maßnahmen
2. Medienresonanzanalyse
3. Wahrnehmung-Akzeptanz-Bewertungs-Ebene
4. Verhalten-Verhältnis-Veränderungsebene
5. Auswirkungen im Betrieb
6. Qualität von Struktur und Prozessen
7. Handlungsempfehlungen und Beratung der Träger
8. Rückmeldung der Evaluationsergebnisse

Denk an mich. Dein Rücken.


Folie 16

Die Wirkung der Kampagne „Denk an mich. Dein Rücken“ wird entsprechend einer Wirkungskette auf verschiedenen Ebenen gemessen, denn wir gehen davon aus, dass die Wirkung der Kampagne über verschiedene Stufen zustande kommt. Die Wirkung der Kampagne auf einer Stufe ist dabei jeweils die Voraussetzung für Wirkung der Kampagne auf der nächst höheren Stufe.

Die Federführung bei der Evaluation der Präventionskampagne hat das IAG. Das IAG berät auch die Unfallversicherungsträger zur Evaluation einzelner Kampagnenmaßnahmen.

Nähere Informationen zur Vorgehensweise auf der jeweiligen Ebene erhalten Sie gerne auf Nachfrage!

Befragungsergebnisse der Zielgruppen „Beschäftigte“, „Unternehmensverantwortliche“ und „Fachkräfte für Arbeitssicherheit“, die vor Beginn der Präventionskampagne erhoben wurden (Prämessung), werden in Kürze als IAG Report erscheinen.




GDA Arbeitsprogramm MSE

- Detaillierter Arbeitsplan auf www.gda-portal.de
- weitgehende inhaltliche Verzahnung mit der Kampagne
- Verabschiedung des AP durch NAK am 11. Juni 2014
- Kick-off: 26./27. August 2014 (XX. Weltkongress)
- Freischaltung der Homepage und Start der Kernprozesse Ende August/ Anfang September 2014
- Für Aufsichtspersonen:
 - Info-Veranstaltungen
 - Informationsmaterial im Extranet (FAQ, Foliensatz etc.)


Denk an mich. Dein Rücken.

Folie 17

Das GDA Arbeitsprogramm MSE ist inhaltlich eng mit der Präventionskampagne verzahnt und wird diese zeitlich und inhaltlich „verlängern“ bzw. „vertiefen“.




Die Kampagne bietet ...



- Informationen (Homepage, Pressemitteilungen, ...)
- Materialien (Broschüren, Poster, Filme, Folien, ...)
- Verleihangebote

Nutzen Sie die Angebote selbst und fürs eigene Haus; werben Sie im Ehrenamt und im Kontakt mit Mitgliedsbetrieben und Versicherten für die Angebote!



Folie 18

Nutzen Sie die Kampagne! Für sich selbst und für andere!



Fragen und Anregungen an
Elke Rogosky
Telefon 02241 231 1128
elke.rogosky@dguv.de

Folie 19

Nicht nur Fragen und Anregungen, auch Lob und Kritik nehme ich gerne entgegen!

Elke Rogosky

-Referat Kampagnenkoordination-
Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV)
Spitzenverband der gewerblichen Berufsgenossenschaften und
der Unfallversicherungsträger der öffentlichen Hand
Alte Heerstr. 111
D-53757 Sankt Augustin
Tel. +49 2241 231-1128
Fax +49 2241 231-1471

e-mail: elke.rogosky@dguv.de
Internet: <http://www.dguv.de>