



ArbeitsschutzTage, GesundheitsschutzTage, AktionsTage, Safety Days sind Bezeichnungen für akzeptierte betriebliche Maßnahmen, die von Unternehmen veranstaltet werden. Erfolgreich sind AktionsTage, die auf ein einziges Thema reduziert sind und vielfältige Beteiligungsformen und Zugänge anbieten. Infotainment, moderierte Aktionen, Erlebnisobjekte, visuelle Medien, Theateraufführungen, Wettbewerbe und vieles mehr erschließen verschiedenste Facetten und emotionale Zugänge.

Innerhalb der DGUV 'Vorschrift 2' (Anhang 4; Kapitel 4; Betriebliche Aktionen, Programme und Maßnahmen) werden als Aufgabenbereich für Fachkräfte für Arbeitssicherheit bzw. Arbeitsmediziner explizit genannt: Durchführung von Schwerpunktprogrammen, Kampagnen sowie die Unterstützung von Aktionen zur Gesundheitsförderung bzw. das 'Durchführen von Aktionstagen'.

Unter dem Stichwort 'Kulturentwicklung' wird im Unternehmen neben der Verhältnisprävention verstärkt bei der Verhaltensprävention angesetzt. "Resilienz" rückt in den Fokus.

Unsensiblen Mitarbeitern sind die Verhältnisse gleichgültig. Sensibilisierte Mitarbeiter wollen Verbesserungen. Der Wunsch nach Verbesserung ist ein Maß für die erreichte Sensibilisierung.

„Sei sensibel, aber stell keine Forderungen!“ passt nicht zusammen. Der Erfolg einer Maßnahme kann sich neben der Reduzierung von tatsächlichen zählbaren Ereignissen auch daran messen, inwieweit Präventionsleistungen (z. B.: Meldungen von Beinaheunfällen, Quote der Verbesserungsvorschläge zur Arbeitssicherheit) erhöht werden können.

Das erfolgversprechende Muster betrieblicher Aktionen zur Sensibilisierung gliedert sich in drei Phasen.

START-Phase

In der START-Phase (s. Punkt 1) werden die Mitarbeiter sensibilisiert. Das Institut Input hat gute Erfahrungen mit Pflichtveranstaltungen gemacht. Wenn die Veranstaltung mit Applaus endet, ist das ein deutliches Zeichen, dass selbst ein Thema wie „Sturzunfälle vermeiden“ spannend und unterhaltsam sein kann.

NACH-Phase

Wird ein Aktionstag (Gesundheitstage, safety day) als (Projekt)-START verstanden, müssen die Impulse danach im Arbeitsalltag spürbar werden. In der NACH-Phase müssen Risiken identifiziert, Lösungen gefunden und umgesetzt werden (s. Punkt 2).

Der Aufwand eines Aktionstages ist nur gerechtfertigt, wenn die Impulse den Arbeitsalltag erreichen. Wenn alles so bleibt wie es war, werden bestehende Verhältnisse zementiert. Eine betriebliche Kampagne liefert Methoden und Instrumente zur Übertragung in die Praxis.

Um die Impulse eines Aktionstages zu festigen und präsent zu halten, erhalten die Führungskräfte der Basis Unterweisungsvorlagen, um RisikoDialoge führen zu können oder Verhaltensvereinbarung im Team zu dokumentieren. Mithilfe von Plakaten und Aufklebern werden die Kernaussagen wiederholt (s. Punkt 3).

Drei Monate nach der START-Veranstaltung wird es Zeit ein Resümee zu ziehen (s. Punkt 4). Die erreichten Fortschritte dürfen nicht im Sande verlaufen, müssen offensiv kommuniziert werden. Um den Prozess zu unterstützen, werden wiederum Vorlagen geliefert, welche den Arbeitsaufwand für die beteiligten Führungskräfte reduzieren.

Es hat sich bewährt, wenn nach drei Monaten Feedback-Gespräche mit den Führungskräften der Basis erfolgen. In Kleingruppen (4-5 TN über 90 Min) werden Effekte reflektiert und eigenes Führungsverhalten nachjustiert.

VOR-Phase

Damit AktionsTage mit freiwilligem Besuchscharakter gut besucht und erfolgreich werden, müssen Führungskräfte inhaltlich und methodisch vorbereitet werden (s. Punkt 6). Führungskräfte müssen den AktionsTag als ihr Instrument begreifen, das ihnen hilft, ihrer Verantwortung gerecht zu werden.

Wird die Rolle und Funktion einer Führungskraft zum Gelingen der Aktion herausgearbeitet (s. Punkt 7), wird aus dem Arbeitsschutztag eine Maßnahme der Personalentwicklung. Arbeitsschutz ist Personalführung!

Bleibt der AktionsTag in der Wahrnehmung der Führungskräfte eine Aktion der Sicherheitsabteilung oder lediglich eine zugekaufte Dienstleistung, fehlt ein Motiv selber daran teilzunehmen bzw. für eine hohe Beteiligungsquote aus der eigenen Abteilung zu sorgen. Führungskräfte müssen die START-Veranstaltung als ihre Veranstaltung begreifen und den Erfolg als ihren Erfolg werten.

Die Führungskräfte der Basis müssen methodisch darauf vorbereitet werden, wie die angebotenen Instrumente der NACH-Phase in der Praxis eingesetzt werden und woran sich ihr Erfolg misst (s. Punkt 8).

Ein Feedback-Termin mit den Führungskräften in der NACH-Phase (nach 6-8 Wochen) räumt Missverständnisse aus, gleicht Interpretationen ab, überprüft die Wirksamkeit und ermöglicht ggf. Korrekturen.

Ein Feedback-Termin für die Leitung der Unternehmenseinheit eröffnet deren Handlungsoptionen und beinhaltet die Chance, Strukturen anzugleichen und Strategieentscheidungen zu treffen.

Mit einer E-Mail an info@institut-input.de erhalten Sie die sich aufbauende PowerPoint-Datei.