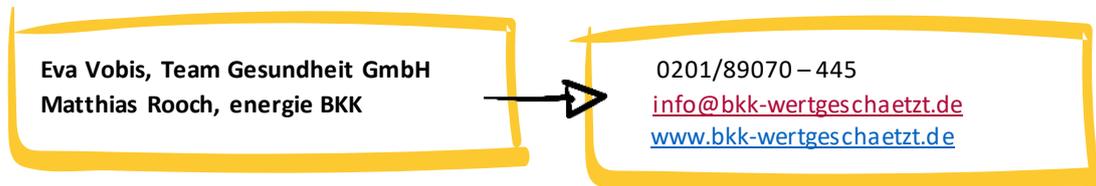


„TUE GUTES UND REDE DARÜBER“

Wie kann interne Kommunikation für BGF-Maßnahmen in der Pflege nachhaltig gelingen?
Ein Praxisbeispiel aus der **Initiative WERTGESCHÄTZT** von Betriebskrankenkassen



KOMMUNIKATION MIT STRATEGIE

Das Steuerungsgremium

- Interdisziplinäre Zusammensetzung (Beispiel): Geschäftsführung, Betriebsrat, BGM-Beauftragter, Pflegekräfte, Ärztinnen und Ärzte, sozialer Dienst, etc.
- Aufgaben: Analyse der aktuellen Situation; Ableitung von Zielen; Definition von Zielgruppen und Ableitung von Maßnahmen; Koordination jeglicher BGM Aktivitäten; Maßnahmenevaluation; Planung, Steuerung und Evaluation der BGM-Kommunikation

Die richtigen Fragen stellen:

Was?

- Vision und Ziele des BGM
- Prozessupdates aus der Steuerung
- BGF Angebote (Gesundheitstage, Arbeitsplatzprogramme, etc.)

Wer?

- Alle Mitarbeitenden
- Führungskräfte
- Nur Pflegekräfte, etc.

Warum?

- Aufklärung und Information,
- Partizipation bei der Angebotsplanung
- Teilnahme an Angeboten gewährleisten

Kontext

- Blick in die Vergangenheit: Gab es bereits ähnliche Situationen? Neu vs. Alt bewährtes?
- Blick in die Gegenwart: In welcher Situation befindet sich Die Zielgruppe? z.B. Führungswechsel, Personalmangel, etc.

Wie?

- Mündlich vs. Schriftlich
- Einmalig vs. Kontinuierlich
- Einbahnstraße vs. offener Kanal
- Absender – Empfänger – Beziehung

» Initiative WERTGESCHÄTZT «

- Gemeinschaftsinitiative von **Betriebskrankenkassen**
- Unterstützung der **betrieblichen Gesundheitsförderung** in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen
- Teilnehmen können **Krankenhäuser** und **stationäre Pflegeeinrichtungen bundesweit**
- **Zielgruppe** sind alle Beschäftigten in den Einrichtungen (Pflege, Ärzte, Verwaltung, Betreuung, Küche etc.)
- **BGM-Berater** sind in den Einrichtungen vor Ort tätig
- Leistungen der Initiative sind für teilnehmende Einrichtungen **kostenlos**
- **Kontakt**
0201/89070 – 445
info@bkk-wertgeschaetzt.de
www.bkk-wertgeschaetzt.de

Kommunikationskanäle

- Mitarbeiterversammlung
- Digitale Wege (Intranet, Rundmails der Geschäftsführung)
- Printmedien (BGM-Zeitschrift, Aushänge, Postkarten, Lohnzettel etc.)
- BGM in PDL-Meetings (Multiplikatoren), etc.

PRAXISBEISPIEL

Ausgangssituation

- Pflegeeinrichtung in Niedersachsen
- 150 Mitarbeitende und 120 Bewohnerinnen und Bewohner
- Eine BGM-Beauftragte, jedoch allein agierend ohne BGM-Steuerungsgremium
- 2018 Mitarbeiterbefragung

DER BGM-AUFTAKT UND DIE ENTSPRECHENDE KOMMUNIKATION

Oktober 2020:

Start der Kooperation mit der Initiative WERTGESCHÄTZT & erstes Kennenlernen

Okt. 2020 – Jan. 2021:

Standortbestimmung BGM
(BGM-Checkliste, interne Daten, Experteninterviews)

Mär. – Apr. 2021:

Strategie-Kick-Off I + II
(strategische Ziele, Ergebnisse der Standortbestimmung BGM, Handlungsfelder, Bekanntmachung)

Ende Mai 2021:

Start der Bekanntmachungsphase
(Erstes Informationsschreiben, Postkarten & Bekanntmachungsplakate der Initiative WERTGESCHÄTZT)

Mitte Juni

Vorträge zur Initiative WERTGESCHÄTZT und dem aktuellen Stand für Mitarbeitende

Strategische Ziele:

- Zufriedenheit verbessern
- die Arbeitsfähigkeit erhalten
- Psychische Gesundheit fördern
- Arbeitsbedingungen verbessern
- Arbeitgeberattraktivität erhöhen

Bekanntmachung

Was?

- Start der Kooperation mit der Initiative
- Aktueller Stand im BGM und Ziele
- BGM Strukturen (Ansprechpartner, STG)
- Ankündigung der nächsten Schritte

Wer?

- Alle Mitarbeitenden der Einrichtung

Warum?

- Transparente Aufklärung über den BGM Prozess
- Partizipation anregen
- Erwartungsmanagement

Wie?

- Informationsschreiben durch die Geschäftsführung (Ziele, Ansprechpartner, nächste Schritte, etc.)
- Plakate und Postkarten
- Kurzvorträge (in Präsenz, digital + Aufzeichnung) zu Zielen, nächste Schritte, etc.
- Artikel Mitarbeiterzeitschrift, lokale Presse
- Intranet
- Posts soziale Medien
- Gesundheitstag mit Informationsstand