



Gesundheitswirtschaft

Wie Mitarbeiter gesund bleiben

von Marion Prettin und Ina Linden

Präventionskurse im Betrieb sind oft gut gemeint, aber nicht gut gemacht: Die gefährdeten Mitarbeiter erreichen sie nicht. Ein Pilotprojekt der Charité will das ändern.

Krankheit kommt teuer: Arbeitnehmer, die wegen Fieber, Beinbrüchen und Rückenschmerzen nicht im Betrieb erscheinen, verursachen in Deutschland einen volkswirtschaftlichen Schaden von gut 65 Mrd. Euro im Jahr. Das geht aus dem Fehlzeitenreport 2008 der Bundesregierung hervor.

Gesundheit dagegen rentiert sich: Jeder Euro, den ein Unternehmen in Gesundheitsmanagement steckt, zahlt sich mit bis zu 8 Euro aus, schätzt die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin. Um Lohnfortzahlungen und Produktionsausfälle zu vermeiden, investieren deswegen viele Firmen in Prävention und bieten gesundes Kantinenessen, Yogakurse oder Gutscheine für Fitnessklubs an.

Doch ob Präventionsangebote ohnehin gesundheitsbewussten Mitarbeitern als nettes Freizeitangebot dienen - oder ob sie tatsächlich diejenigen erreichen, deren ungesunder Lebensstil zu Fehltagen führt, wurde bisher kaum untersucht.

Präventionsstrategie im Test

Ein Modellprojekt soll das ändern: Seit Ende 2005 unterstützt Siemens bei seiner Tochter Industry Mobility die betriebliche Präventionsstrategie RAN der Berliner Uniklinik Charité. Der Name steht für Rückenleiden, Adipositas (Fettleibigkeit) und Nikotinabhängigkeit, die das Programm bekämpfen will. Das wurde im März beim FTD-Ideenwettbewerb Gesundheitswirtschaft ausgezeichnet.

Das Besondere an der Studie: Die rund 1000 Teilnehmer sind überwiegend in der Siemens Betriebskrankenkasse (SBK) versichert. Die SBK bringt ihre Abrechnungsdaten, die Kassen üblicherweise wie Betriebsgeheimnisse hüten, in die Untersuchung ein. "Wir können das Geschehen damit genau abbilden", sagt Roland Engehausen, Regionalgeschäftsführer Ost bei der SBK.

Konkret bedeutet das: Über die Abrechnung mit den Kassen wird klar, wie oft ein Versicherter einen Arzt aufsucht, ob er häufig teure Medikamente oder Krankengymnastik benötigt und welche Präventionskurse er besucht hat. Nur anhand dieser Daten lässt sich herausfinden, ob ein Vorsorgeangebot wirklich wirkt, weil der Patient beispielsweise weniger Schmerztabletten braucht. Und ob Kassen und Firmen so langfristig Kosten sparen können.

Zum Beispiel durch Kurse zur Raucherentwöhnung: "Viele Raucher hören auf, fangen aber ein halbes Jahr später wieder an", so Engehausen. Um solche Entwicklungen zu berücksichtigen, läuft die RAN-Studie über mehrere Jahre. Einmal jährlich werden alle Teilnehmer des Projekts von Ärzten der Charité untersucht und beraten. Liegen Risikofaktoren vor, verordnen die Mediziner eigens konzipierte Kurse zur Gewichtsverringering oder eine Rückenschule und geben Ratschläge zum Lebensstil.

In den meisten Unternehmen nutzen wenige Mitarbeiter die gesundheitsfördernden Angebote. Der aktuelle Präventionsbericht 2008 zeigt, dass lediglich 627.000 Beschäftigte von betrieblicher Gesundheitsförderung erfasst wurden, die von den Kassen unterstützt wird. Zudem machen meist vor allem jene Angestellte von den Angeboten Gebrauch, die ohnehin fit sind.

Für Frank Dievernich von der Unternehmensberatung Kienbaum gibt es nur einen Weg, gefährdete Kollegen zum Mitmachen zu bewegen: "Das Management muss mit gutem Beispiel vorangehen, die Erhaltung der Gesundheit einfordern und die Steigerung des Gesundheitsbewusstseins aktiv kommunizieren und bewerben."

Neutrale Mediziner beliebter

Bei Siemens wurden Mitarbeiter mit der Methode des sogenannten sozialen Marketings überzeugt, etwas für ihr Wohlbefinden zu tun. Ein Team verteilte Plakate und Flyer, befragte die Mitarbeiter, machte bei Betriebsversammlungen, per Telefon oder über das Intranet auf das Programm

aufmerksam.

Nach Angaben der Charité erhöhte sich die Zahl der Teilnehmer an der ersten medizinischen Untersuchung nach der Kampagne von 9 auf 44 Prozent - im Vergleich zu anderen Projekten der betrieblichen Gesundheitsförderung ein überdurchschnittlich hoher Anteil. Unternehmen machen sich generell zu wenig Gedanken darüber, welche spezifischen Angebote bei den Mitarbeitern gefragt sind, sagt der Präventionsexperte Holger Wellmann vom Wissenschaftszentrum Berlin.

"Für den Erfolg eines Projekts ist es wichtig, die Mitarbeiter mit einzubeziehen, um herauszufinden, wo ihre Bedürfnisse liegen." So könne beispielsweise Mitarbeiterbefragungen bei einem Stahlbauer ergeben, dass die Arbeitsbelastung zugenommen hat und über eine Umstellung der Arbeitsorganisation nachgedacht werden sollte. Oder dass eine hauseigene Küche notwendig ist, um die Ernährung zu verbessern.

FTD.de, 14.04.2009

© 2009 Financial Times Deutschland, © Illustration: FTD.de

ZUM THEMA

- [Gesundheitswirtschaft: Dr. Kabel und Mr. Byte](http://www.ftd.de/unternehmen/gesundheitswirtschaft/:Gesundheitswirtschaft-Dr-Kabel-und-Mr-Byte/495741.html)
(<http://www.ftd.de/unternehmen/gesundheitswirtschaft/:Gesundheitswirtschaft-Dr-Kabel-und-Mr-Byte/495741.html>)
- [Gesundheitswirtschaft: Don Quijote der Apotheken](http://www.ftd.de/unternehmen/gesundheitswirtschaft/:Gesundheitswirtschaft-Don-Quijote-der-Apotheken/491531.html)
(<http://www.ftd.de/unternehmen/gesundheitswirtschaft/:Gesundheitswirtschaft-Don-Quijote-der-Apotheken/491531.html>)
- [Analyse von Behandlungsabläufen: IT-gestütztes Teamlernen](http://www.ftd.de/unternehmen/gesundheitswirtschaft/:Analyse-von-Behandlungsabl%E4ufen-IT-gest%FCtztes-Teamlernen/491241.html)
(<http://www.ftd.de/unternehmen/gesundheitswirtschaft/:Analyse-von-Behandlungsabl%E4ufen-IT-gest%FCtztes-Teamlernen/491241.html>)
- [Patienteninformation im Internet: Virtueller Arztbesuch](http://www.ftd.de/unternehmen/gesundheitswirtschaft/:Patienteninformation-im-Internet-Virtueller-Arztbesuch/491226.html)
(<http://www.ftd.de/unternehmen/gesundheitswirtschaft/:Patienteninformation-im-Internet-Virtueller-Arztbesuch/491226.html>)