

## **Sensibel, positiv und zielgruppenorientiert – erfolgreiche Kommunikation zu Gesundheitsthemen.**

### **Kommunikationsinstrumente anwenden und nutzen.**

Die Teilnehmer des großen Workshops wurden in vier Gruppen unterteilt. Sie erhielten die Aufgabe, ein Schwerpunktthema mit einigen Maßnahmen für das nächste Jahr auszuwählen und sich möglichst auf eine Zielgruppe zu konzentrieren. Anhand dieser Eckpunkte sollte ein Jahresplan erstellt werden, in dem die kommunikative Begleitung der Maßnahmen (z. B. anhand von Leitideen, „Bildern“, aber auch in der Häufigkeit und Dauer) dargestellt sein sollte.

Ausgewählt wurden von den Teilnehmern in den Gruppen die Themen:

- Psychosoziale Gesundheit
- Stress/Mehrfachbelastung
- Gesunde Führung
- Sensibilisierung von Azubis für gesundes Arbeiten und Leben

In den einzelnen Gruppen wurde sehr unterschiedlich vorgegangen. Die einen wollten beispielsweise die Führungskräfte mit einer persönlichen Einladung des Chefs (per Hand unterschrieben) für eine Informationsveranstaltung oder Weiterbildung gewinnen und hatten sich einen konkreten Zeitplan für ihre Mailings überlegt. Die anderen hatten für ihre Azubis einen Fotowettbewerb zum Thema und einen persönlichen Ansprechpartner/Berater im Unternehmen angedacht. Eine Gruppe startete das Programm „Cool down“ gegen Burn-out, in dem etwa mit Unternehmenstheater die Führungskräfte gewonnen oder mit Eis die Beteiligung bei der Mitarbeiterversammlung gesteigert werden sollte. Ein Entspannungsangebot sollte als „Fünf-Minuten-Probepackung“ in Besprechungen ausprobiert werden können. In der vierten Gruppe wurde schließlich über Schnupperworkshops und Gewinnspiele mit Mitmachkarten diskutiert.

Deutlich wurde in allen Gruppen, dass sehr viel Zeit und in die einzelnen Maßnahmen investiert wird, bei der Kommunikation aber gern auf altbekannte Wege zurückgegriffen wird. Hilfreich kann es daher sein, eine Idee oder ein Leitbild zu entwickeln, mit dem man während der Maßnahmen „spielen“ kann. Auch der Punkt personale Kommunikation wurde von allen vier Teams als außerordentlich wichtig eingeschätzt. Nicht zuletzt wurden die Führungskräfte als wichtige Zielgruppe erkannt, die ebenfalls mit positiver und innovativer Kommunikation für die Themen von betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz gewonnen werden müssen.