

Auf ein Wort: Diplompsychologe Dr. Ingo Weinreich

Herr Dr. Weinreich, warum wurde der Bundesverband betriebliches Gesundheitsmanagement gegründet?

Dr. Weinreich: Wissen Sie, neulich habe ich in der Financial Times Deutschland gelesen, dass 70 Prozent aller Mitarbeiter/innen bei der Deutschen Bahn unzufrieden sind. Die Frage, die ich mir stelle ist, ob das nicht auch eine Aufgabe für das betriebliche Gesundheitsmanagement [BGM] wäre. Was meinen Sie?

... sicher ist es das.

Dr. Weinreich: Das sehe ich auch so. Nun gibt es aber sehr viele unterschiedliche Sichtweisen, um an das Thema heranzugehen. Und das ist ein Problem. Es gibt nicht zu wenige Ideen, wie solche Missstände abzubauen sind, es gibt schlicht zu viele. Dazu kommt wenig Struktur und Durchschlagskraft in der Umsetzung. Hinzu kommt, dass BGM mit immer mehr „Aufgaben“ untersetzt wird. Denken Sie nur an Themen wie „gesunde Führung“, „Arbeitgeberattraktivität“, „Erschöpfungssyndrome“, „Zeitsouveränität“, „Elder Care“, „Family Care“ usw.. Dieser Trend wird sich fortsetzen. Ein derart aufgeladenes BGM neigt aber auch dazu, überfordert und handwerklich schlecht umgesetzt zu werden. Deshalb ist die Idee entstanden, sich mit verschiedenen Akteuren aus unterschiedlichen Anspruchsgrup-

pen zusammenzuschließen und dem BGM „ein Gesicht“ zu geben. Der Bundesverband ist angetreten, dem Thema eine zukunftsfähige und strukturierte Richtung zu geben und sich auch über Fehlentwicklungen zu äußern.



Dr. Ingo Weinreich (Foto: privat)

Wieviele Unternehmen sind zurzeit Mitglied im BBGM?

Dr. Weinreich: Wir stehen ganz am Anfang. Der Verband wurde erst im April gegründet. Derzeit arbeitet etwa ein Dutzend Unternehmen mit. Unsere Zielgruppen sind jedoch nicht nur Unternehmen. Wir wollen alle Akteure ansprechen, die sich mit dem Thema auseinandersetzen: betriebliche Gesundheitsmanager, Führungskräfte, Betriebsräte, Arbeitsmediziner und Fachkräfte für Arbeitssicherheit. Daneben wollen wir auch die Präventionsfachleute bei den Kranken-, Un-

fall- und Rentenversicherungsträgern ansprechen.

Wohin können sich Interessenten wenden, wenn sie Informationen benötigen oder Mitglied im BBGM werden möchten?

Dr. Weinreich: Melden Sie sich einfach im Internet an und bestellen Sie unseren kostenfreien Newsletter. Dann können Sie uns zunächst eine Zeit lang beobachten. Unter www.bgm-bv.de können Sie sich über die Ziele des Bundesverbandes und über aktuelle Veranstaltungen informieren und Kontakt zu uns aufnehmen. Dort können Sie auch die Anmeldeformulare für eine Mitgliedschaft herunterladen.

Wie hoch sind die Beitragssätze?

Dr. Weinreich: Einzelpersonen zahlen 120 Euro jährlich, Unternehmen je nach Größe zwischen 240 und 600 Euro. Damit sehen Sie schon, dass der Verband nicht kommerziell ausgerichtet ist. Die Idee lebt vom Austausch. Der Bundesverband ist keine Dienstleistungsorganisation für die Interessen kommerzieller Anbieter.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das kurze Interview führte Eike Bunge.