

## INTERNES THEMENMARKETING UND WISSENSMANAGEMENT

Engagement für gesundheitliche Prävention  
kammer-/ verbandsintern publik machen



*Sie engagieren sich für gesundheitliche Prävention, aber in Ihrem eigenen Verband oder Ihrer Kammer wird das kaum wahrgenommen? Dieses Instrument soll Ihnen Hilfestellungen an die Hand geben, wie Sie Ihre Angebote organisationsintern publik machen können. Es kann auch dazu dienen, andere Organisationsbereiche anzuregen, ebenfalls innovative Themen aufzugreifen.*

### >> Für wen ist das Instrument geeignet?

Dieses Instrument ist besonders für Organisationseinheiten der Bundes- oder Länderebene geeignet. Es unterstützt Kammern und Verbände, deren komplexe Organisationsstrukturen hohe Anforderungen an ihre interne Kommunikation und ihr Wissensmanagement stellen.

### >> Wofür dient das Instrument?

Das Ziel des Instruments ist

- kammer-/ verbandsinterne Wissenslücken über die Aktivitäten anderer Organisationseinheiten zu beheben
- Engagement für gesundheitliche Prävention zu entfachen, und
- organisationsinterne Kooperationen anzuregen.

### >> Wie ist vorzugehen?

#### 1. Schritt: Analysieren Sie die Ausgangssituation!

Sichten Sie Dokumentationen, Webseiten oder Inhalte ihres Wissensmanagementsystems zu den bisherigen Aktivitäten Ihrer Organisation. Oder befragen Sie Ihre Mitarbeiter, z.B. die Vertreter der Landesebene, ob und wie diese bereits Themen der gesundheitlichen Prävention aufgreifen (→ Dies ist Grundlage für die Verbreitung von „Praxisbeispielen“ und erprobter Tipps). Sinnvolle Fragen an Ihre Gesprächspartner sind u.a. auch:

- Wie kann ihrer Ansicht nach den Informationsfluss in der Gesamtorganisation optimiert werden?
- Was erleichtert es ihnen, in der Zukunft die Thematik „Gesundheit und Sicherheit“ aufzugreifen?

Führen Sie ggf. intensivere (Experten-)Gespräche mit Vertretern Ihrer Kammer/ Ihres Verbandes durch, die auf dem Themengebiet „Gesundheit und Sicherheit bei der Arbeit“ aktiv waren oder sind.

#### 2. Schritt: Stellen Sie eine Übersicht über das interne Wissen und Argumente für gesundheitliches Engagement zusammen!

In der Übersicht können z.B. folgende Anregungen enthalten sein:

- **Argumente**, weshalb eine Bearbeitung von Gesundheitsthemen für die Gesamtorganisation oder, besser noch, für die jeweilige Landes- oder Regionaleinheit des Verbandes/ der Kammer lohnenswert ist,
- **Praxisbeispiele**, wie es Anderen in der Organisation gelingt, die Themen aufzugreifen,
- **Nutzbare Vorarbeiten** der Bundes-, Landes- oder Regionalorganisation (z.B. praxistaugliche Handlungshilfen mit direkten Links zu den Dokumenten),
- **Übersicht über mögliche „Andockthemen“**, in die Aspekte der „Gesundheit“ integriert werden können bzw. Tipps wie die Thematik in die eigene Arbeit integriert werden kann,
- **Informationen über aktuelle Entwicklungen** im Bereich „Betriebliche Gesundheitsförderung“ und „Prävention“ (z.B. für die Mitglieder relevante Gesetzesänderungen),
- **Kontakt Daten** von kompetenten Ansprechpartnern zur Thematik „Gesundheit und Sicherheit“ im eigenen Verband/ der Kammer

Ein Beispiel mit geeigneten Textbausteinen ist das „RKW Kompakt“, das vom bundesweit agierenden RKW Kompetenzzentrum für die RKW Landesverbände erstellt wurde (siehe Abb. und Link „RKW Kompakt“).

Versuchen Sie dabei auf die Informationsgewohnheiten in Ihrem Verband/ Ihrer Kammer einzugehen. Es muss nicht zwingend jeder der zuvor genannten, fett hervorgehobenen Gliederungspunkte aufgegriffen werden. In der Erprobung des „RKW Kompakt“ fand die Hauptzielgruppe (= Geschäftsführer und Mitarbeiter der Landesverbände) besonders die Punkte „Praxisbeispiele“ und „Übersicht über mögliche ‚Andockthemen‘“ wichtig und anregend.

Bitten Sie am besten ein paar ausgewählte Vertreter Ihrer Zielgruppe um Verbesserungsvorschläge für Ihre Zusammenstellung, bevor Sie die Übersicht im großen Stile publik machen.

### 3. Schritt: Verbreiten Sie diese Übersicht und Argumente!

Die Zusammenstellung kann (je nach Lesegeohnheit der Zielgruppe) zum Beispiel als pdf-Dokument im [Email-Anhang](#) verschickt. Dies hat den Vorteil, dass sie

1. von Lesern ausgedruckt werden kann, die Printmedien bevorzugen, und
2. mit direkten Links zu Instrumenten und Praxisbeispielen hinterlegt werden kann.

Sie kann auch als ein für sich allein stehendes [Print-Produkt](#) versandt werden oder in der verbands-/ kammerinternen [Zeitschrift](#) integriert werden. Überlegen Sie sich, ob sie z.B. eine Serie aus dem Print- oder Email-Produkt machen möchten. Soll dabei immer das Thema „Gesundheit und Sicherheit“ im Mittelpunkt stehen oder könnte man z.B. eine allgemeine Serie zu „innovative Themen für unseren Kammer/ unseren Verband“ gestalten, bei dem wiederholt die Thematik „Gesundheit und Sicherheit“ aufgegriffen wird?



Die unter Schritt 2 aufgeführten Gliederungspunkte können auch eine gute Orientierungshilfe für [Gespräche](#) und [Powerpoint-Präsentationen](#) auf Geschäftsführertreffen oder anderen Erfahrungsaustausch-Kreisen sein, um internes Wissensmanagement und Themenmarketing zu betreiben.

### 4. Schritt: Nutzen Sie „Nebenprodukte“ der ersten zwei Schritte!

Die zusammengestellten Informationen und Argumente können ohne großen Überarbeitungsaufwand auch für Ihre (potenziellen) Mitglieder und Kooperationspartner interessant sein. Teilweise müssen Sie nur die Art der Ansprache im Text ändern!

Verbreiten Sie beispielsweise über Ihre Webseiten Ihr Engagement für die Thematik „Gesundheitliche Prävention“; machen Sie Ihr Engagement in Mitgliederzeitschriften etc. publik.

Informieren Sie auch die externen Berater, mit denen Sie oder Ihre Organisation regelmäßig zusammenarbeiten. So kann das ursprünglich für das interne Marketing gedachte Instrument gut auch für das externe Marketing gut genutzt werden.



### >> Literatur- und Linktipps

Weitere Anregungen finden Sie in den Dokumenten „[TIPPS: Organisationsintern für Gesundheit begeistern](#)“ und „[TIPPS: Gesundheit und Sicherheit integrieren](#)“ unter [www.GESUNDHEIT-UNTERNEHMEN.de](http://www.GESUNDHEIT-UNTERNEHMEN.de)

#### Impressum:

#### Herausgeber:

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V.  
Kompetenzzentrum  
Düsseldorfer Straße 40, 65760 Eschborn  
Autor: Silke Amann (RKW Kompetenzzentrum)  
Stand: Dezember 2009

Die Reproduktion dieser Veröffentlichung für nichtkommerzielle Zwecke ist bei Angabe der Quelle gestattet.  
Download: [www.gesundheit-unternehmen.de](http://www.gesundheit-unternehmen.de)

*Das Instrument entstammt einem von mehreren Modellen im Projekt „PräTrans — Transferpotenziale von Kammern und Verbänden für gesundheitliche Prävention in Klein- und Ein-Personen Unternehmen“. Es wird gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.*

