

Podcast „Ganz sicher“

## Präventionspreis: Tue Gutes und sprich darüber

### **Marina Kiel**

Wir sehen da eine ganz klare Tendenz seit der Umsetzung des Traffic-Managements, dass das in dem Bereich definitiv zu einem Rückgang geführt hat von Beinaheunfällen zwischen Staplerfahrern und Fußgängern.

### **Intro**

Ganz sicher. Der Podcast für Menschen mit Verantwortung.

### **Katrin Degenhardt**

Erfolg lässt sich nicht erzwingen, aber man kann viel dafür tun: über Kommunikation, Führung, sicheres und gesundes Arbeiten und Motivation der Beschäftigten. Im Podcast der BG ETEM kommen Themen aus der betrieblichen Praxis vors Mikrofon. Herzlich willkommen! Mein Name ist Katrin Degenhardt.

Alle zwei Jahre zeichnet die BG ETEM Mitgliedsbetriebe mit dem Präventionspreis aus. Es gibt Preise und Auszeichnungen für innovative Ideen rund um den Arbeitsschutz, die den Arbeitsalltag sicherer machen. Ob ergonomische Verbesserungen, Anti-Stress-Trainings oder passwortgeschützte Kreissägen, Prämien gab es bislang für ganz unterschiedliche Ideen. Sie alle eint, dass sie über gesetzliche Anforderungen hinausgehen. Ziel des Wettbewerbs ist es, Unternehmen zu motivieren und zu inspirieren, sich mit dem Thema Prävention auseinanderzusetzen und Projekte für mehr Arbeitssicherheit im Betrieb zu fördern. Unternehmen wiederum profitieren ebenfalls, wenn sie einen Preis oder eine Auszeichnung erhalten.

Was motiviert Unternehmen, sich für den Präventionspreis der BG ETEM zu bewerben? Und inwiefern wirkt sich ein Gewinn aus? Wie können Betriebe Auszeichnungen wie den Präventionspreis kommunikativ für sich nutzen?

Meine Gäste zu diesem Thema sind Marina Kiel. Sie ist Sicherheitsmanagerin im Neusser Werk der Essity Operations GmbH. Dort stellt das Hygiene- und Gesundheitsunternehmen zum Beispiel Taschentücher und Toilettenpapier her. Die BG ETEM hat das Neusser Essity-Werk 2020 für ein selbst entwickeltes Ampel- und Sicherheitssystem, das Unfälle mit Staplern verhindert, ausgezeichnet.

Und aus Leipzig zugeschaltet ist uns Dr. Mark-Steffen Buchele. Er ist Gründer und Geschäftsführer der buchele cc GmbH, einer Unternehmensberatung für Kommunikationscontrolling und strategisches Kommunikationsmanagement. Er und sein Expertenteam weisen seit 2005 nach, was Kommunikation nach innen und außen für Unternehmen bringt, wie sie gesteuert und wo sie verbessert werden kann. Zu diesem Thema lehrt Marc-Steffen Buchele auch an den Universitäten Leipzig und Krems in Österreich und an der Hochschule für Wirtschaft in Zürich. Herzlich willkommen an Sie beide!

### **Marina Kiel**

Hallo.

### **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Danke. Wunderbar. Schön, dass wir hier zusammen sind.

## **Katrin Degenhardt**

Frau Kiel, ich beginne mal mit Ihnen. Womit hat sich denn Essity Operations Neuss beim Präventionspreis der BG ETEM beworben? Beschreiben Sie doch mal ganz kurz die Ausgangslage und dann Ihr Projekt.

## **Marina Kiel**

Wir hatten eine Situation bei uns in der Verarbeitung, dass dort der Fahrweg für die Staplerfahrer als auch für die Fußgänger sehr nahe beieinander waren. Also einfach eine beengte Platzsituation. Und daraufhin wurde die Idee entwickelt: Wie können wir dort die Sicherheit verbessern und auch Fußgänger vom Staplerfahrer trennen? Und so ist die Idee gekommen, dass wir dort ein Traffic-Management-System installiert und entwickelt haben. Und bei diesem Traffic-Management-System wurden dann einzelne Elemente installiert, die dann eine bauliche Trennung darstellen, als auch der Staplerfahrer ein Signal bekommt, also eine rote Leuchte angeht, wenn zum Beispiel der Fußgänger dann den vorgegebenen Fußweg überqueren möchte. Das heißt dann einfach für ihn Stopp, hier ist jemand in meinem Fahrweg, ich muss stehenbleiben und der Kollege kann sicher den Fahrweg kreuzen. Ja, und diese Idee hat uns ja dazu geführt, dass wir uns für den Präventionspreis beworben haben, weil wir davon auch im Rahmen einer BG-Veranstaltung erzählt haben, was wir dort umgesetzt haben bei uns im Betrieb und dort auch motiviert wurden, uns mit dieser Idee zu bewerben.

## **Katrin Degenhardt**

Also Sie sind sozusagen von der BG ETEM motiviert worden. Oder gab es noch einen anderen Grund, warum Sie sich überhaupt für diesen Präventionspreis beworben haben?

## **Marina Kiel**

Also das war einmal der Auslöser, der sich ergeben hatte. Und umso mehr man das Thema dann verfolgt hat, dann natürlich entdeckt, dass das ja eine sehr gute Idee auch ist, einmal unsere Idee darzustellen, dass auch andere Unternehmen von dieser Idee lernen können und natürlich auch eine schöne Gelegenheit: denn Präventionspreis ist ja auch noch verbunden mit einer Prämie, die zu erreichen und natürlich auch im Betrieb die Anerkennung zu bekommen für das, was wir auch im Bereich Arbeitsschutz dann alle gemeinsam leisten. Und das war so ich sage mal, eine Zusammenführung dieser verschiedenen Punkte, die dann auch uns sehr motiviert hat, uns dann für diesen Preis letztendlich zu bewerben.

## **Katrin Degenhardt**

Wie viele Menschen waren jetzt daran beteiligt?

## **Marina Kiel**

Das war eine größere Projektgruppe, natürlich auch schwerpunktmäßig die Arbeitssicherheitsabteilung, die involviert war, aber natürlich auch die Kollegen vor Ort in der Verarbeitung und auch mit der Abteilungsleitung zusammen wurde dieses Projekt dann vorangetragen und natürlich auch die Anmeldung sowie auch später ja dann im Betrieb.

## **Katrin Degenhardt**

Jetzt eine Frage an Sie, Herr Buchele: Arbeitgebersiegel und Auszeichnungen, also ob branchenspezifisch oder nicht, die gibt es ja gefühlt wie Sand am Meer. Was bringen denn diese Preise erstmal eigentlich so ganz im Allgemeinen?

## **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Die Positionierung im Markt ist ja immer ein Thema und mit so was kann ich mich in der Branche draußen ganz allgemein über Pressearbeit oder über eine Profilierung auf meiner Website natürlich wunderbar nach außen darstellen. Ich als Qualitätsführer, ich als derjenige, dem sicherheitsrelevante Aspekte in meinem Unternehmen wichtig sind. Also in der Branche, sich klarzustellen, sich gegenüber potenziellen Kunden gut darzustellen, das sind Möglichkeiten, wie man so einen Preis dann nach außen gut nutzen kann. Und nach innen natürlich in Richtung der Mitarbeiterbindung, in Richtung: Hallo, ihr seid mir was wert, guckt mal und ihr habt jetzt ja an diesem Konzept mitgeschrieben. Wie könnt ihr noch gut für das Unternehmen tätig sein? Das ist uns ebenfalls wichtig. Das ist dann auch eine wichtige Funktion nach innen: So einen Preis mal zu zeigen, auch in der internen Kommunikation. Hier, guck mal, wir haben nicht nur tolle Produkte, sondern wir haben auch eine gute interne Kultur, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter uns wichtig sind.

## **Katrin Degenhardt**

Aber wie erkennen denn Unternehmen überhaupt, ob eine Auszeichnung oder auch ein Wettbewerb einen Mehrwert für sie haben könnte?

## **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Dann kommen wir in das Thema Kommunikationsziele. Also mir muss als Unternehmen klar sein: Was möchte ich eigentlich wem von meinen Zielgruppen, meinen Hauptzielgruppen oder Stakeholdern – was möchte ich denen eigentlich erzählen? Wer bin ich und wie positioniere ich mich im Aufmerksamkeitsmarkt, der ja sehr begrenzt ist? Welche Geschichten, welchen Content kann ich überhaupt erzählen und was kann ich davon dann nach draußen tragen? Das sind so die essenziellen Punkte.

## **Katrin Degenhardt**

Frage ich natürlich jetzt direkt an Sie weiter, Frau Kiel, wie wirkt sich denn das Projekt heute in Ihrem innerbetrieblichen Alltag aus? Was hat es gebracht?

## **Marina Kiel**

Natürlich konnten wir durch das Projekt, durch diese Umsetzung mehr Sicherheit erreichen in diesem Bereich. Also dass eindeutig auch Beinaheunfälle in der Vergangenheit einfach durch diese verengte Platzsituation und nicht vorhandene Trennung aufgetreten sind. Also das hat ganz klar beigetragen, da auch Unfälle zu verhindern. Das ist auch etwas, was wir ja auch gelernt haben aus diesem Projekt, dass wir das auch weiter noch auf andere Bereiche anwenden können und sind auch aktuell dabei, das in einem Lagerbereich umzusetzen – in etwas anderer Form. Also da haben wir auch noch mal zum Beispiel ein akustisches Signal installiert und nicht nur ein optisches. Wir sind auch dabei, das dann jeweils für den Bereich natürlich passend zu gestalten, sodass es dann auch für die Mitarbeiter auch die Regeln klar sind vor Ort: Wie folge ich dem Traffic-Management?

## **Katrin Degenhardt**

Sie erwähnten gerade Beinaheunfälle. Gibt es denn da auch schon, sag ich mal, ein Ergebnis? Kann man jetzt sagen, dass diese Unfälle zurückgegangen sind?

## **Marina Kiel**

Ja, also wir sehen da eine ganz klare Tendenz seit der Umsetzung des Traffic-Managements, dass das in dem Bereich definitiv zu einem Rückgang auch geführt hat von Beinaheunfällen zwischen Staplerfahrern und Fußgängern.

## **Katrin Degenhardt**

Haben Sie denn auch das Gefühl, dass durch so einen Preis und natürlich auch den Fokus, der dann darauf gerichtet war, dass sich auch überhaupt im Bewusstsein der Beschäftigten was verändert hat, so in Richtung Präventionskultur?

## **Marina Kiel**

Ja, auf jeden Fall. Also das Thema Präventionskultur ist bei uns im Unternehmen ja sehr hoch aufgehoben und durch diesen Preis ist das natürlich noch mal, ich sage mal eine Beschleunigung auch dieses Themas, weil wie angesprochen, ist das eine sehr große Wertschätzung, diese Auszeichnung von der BG ETEM zu erhalten. Und das bringt natürlich auch nochmal Motivation in das Team und auch in die Belegschaft, da weiter Lösungen voranzutreiben und Ideen zu entwickeln, um dann entsprechend auch die Sicherheitskultur zu fördern im Unternehmen und weiter zu verbessern.

## **Katrin Degenhardt**

Man muss ja auch dazu sagen, das ist ja das Schöne beim Präventionspreis der BG ETEM, dass auch die Mitarbeiter wirklich ausgezeichnet werden, eben die, die Ideen auch gehabt haben und die sich da auch ganz persönlich mit eingebracht haben.

Jetzt habe ich eine Frage an Sie, Herr Buchele, bezogen auf die außerbetriebliche Nutzung – vielleicht mal ein paar ganz praktische Tipps, besonders auch für kleinere Betriebe. Bei Essity ist das natürlich ein sehr großer Betrieb, da sind Strukturen schon vorhanden. Aber welche Kommunikationskanäle und Formate eignen sich denn, um zum Beispiel den Gewinn eines Präventionspreises für sich zu nutzen, über zum Beispiel eine kurzfristig wirksame Pressemitteilung zum Gewinn hinaus?

## **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Wichtig ist der Punkt: Wem möchte ich was erzählen und über wen? Und vor dem Hintergrund dann zu entscheiden, über welches Kommunikationsangebot schaffe ich das am besten? Natürlich kann ich jetzt ganz aufwendig einen Film produzieren, weil was interessiert denn die Zielgruppe? Die Gruppe interessiert ja nicht, dass Sie einen Preis gewonnen haben. Das ist ja nur so die Sahne auf der Torte, sondern die interessiert ja: Mensch, was habt ihr denn Cooles gemacht? Und da bieten sich je nach Zielgruppe TikTok-Kanäle beispielsweise an und die sind ja auch mittlerweile sehr niederschwellig zu betreiben. Vielleicht findet man aus dem Team noch den einen oder anderen Mitarbeiter oder Mitarbeiterin, die da ein kurzes TikTok-Video dazu machen möchte. So was kann man tun. Sie merken, da schwingt das dann wieder mit den Kommunikationszielen zusammen. Wer sind wir? Wie wollen wir sein? Wie wollen wir in unserer Branche wahrgenommen werden? Wie wollen wir gegenüber unseren Zulieferern oder unseren Kunden wahrgenommen werden? Wenn ich weiß, wem möchte ich was erzählen, dann kann ich solche Beispiele nutzen, wie gesagt einen schönen TikTok-Channel dafür, relativ konkret mit einem Mehrwert für die jeweilige Zielgruppen.

## **Katrin Degenhardt**

Wie war es denn jetzt bei Ihnen im Unternehmen? Inwieweit hat Essity den Gewinn des Präventionspreises kommunikativ genutzt und nutzen Sie ihn auch noch heute? Und haben Sie da einen Effekt bemerkt?

## **Marina Kiel**

Wir haben natürlich diese Auszeichnung des Präventionspreises auch bei uns im Unternehmen intern vermarktet, weil wir natürlich auch sehr stolz auf diesen Preis sind und also immer noch weiterhin. Und das ging auch über verschiedene Kanäle, natürlich angefangen im Unternehmen, intern bei unserem Standort in Neuss, ganz klar mit der Übergabe des Präventionspreises, auch der Ausstellung dessen. Dann wird bei uns verschiedene Themen auch über das Broadcast, das ein Bildschirmsystem im Betrieb, auch noch mal beworben und in Erinnerung gerufen, was für Erfolge wir auch erreicht haben. Und natürlich auch gegenüber unseren anderen Werken in der Gruppe haben wir diesen Präventionspreis natürlich auch nach außen getragen, sprich über verschiedene Kanäle, wie Sie gerade eben schon angesprochen hatten, Herr Buchele, dann auch in den sozialen Medien, sei es jetzt auch LinkedIn, Yammer usw. und das ist auch immer noch etwas, was wir heutzutage weiterhin bewerben.

## **Katrin Degenhardt**

Jetzt mal eine Frage an Sie beide. Wie viel Innovationskraft steckt zum Beispiel auch in der Vorbereitung für die Teilnahme an so einem Wettbewerb? Gibt es da auch andere positive Effekte, anderes Potenzial, das darin steckt? Ich denke jetzt zum Beispiel auch an die Themen Teambildung, Identifikation usw. Sagen Sie da doch noch mal was dazu. Vielleicht zunächst Sie, Herr Buchele.

## **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Sie haben genau die Schlagworte schon genannt. Teambildung ist klar. Also du brauchst irgendwie ein Team. Die sagen, entweder wir haben hier schon ein tolles Konzept jetzt entwickelt, lass uns das jetzt doch noch mal zusammen in eine Form bringen, die für so eine Preiseinreichung dann auch wichtig ist. Also, wo du aus dem normalen Arbeitskontext Leute auch in neue Teamkonstellationen zusammenstellen kannst, um dann etwas Identifikationsstiftendes für das Unternehmen dann auch bringen kannst. Sie brauchen als Unternehmen ja Themen, über die Sie sprechen können, außer: Wir haben ein cooles Produkt. Und wir sind übrigens Weltmarktführer für Toilettenpapier und für spezielle Vierlagige. Keine Ahnung. Das erzählst du einmal, zweimal. Dann weiß es jeder und sagt: Ja, es ist langweilig.

Aber du brauchst ja Geschichten. Geschichten aus Unternehmen und etwas, was du auch immer mal wieder unter verschiedenen Facetten beleuchten kannst. Also Gesprächsanlässe zu schaffen mit unterschiedlichen Zielgruppen, mit Branchenkollegen, mit Unternehmen im eigenen Konzern. Wo du sagst: Hier, guck mal, können wir vielleicht übernehmen. Und es hat ja immer auch dann einen Mehrwert. Also insofern Identifikation und Teambildung innerhalb des Unternehmens. Das sind zwei wichtige Punkte, die man hiermit auch bewirken kann.

## **Marina Kiel**

Auf jeden Fall. Also das kann ich ganz klar nur bestätigen. Gerade das Teambuilding ist ein großer Aspekt. Auch der Austausch der Kollegen, dass man involviert ist in dieser ganzen Vorbereitung der Idee, auch und natürlich auch in der Anmeldung des Präventionspreises. Also das war für uns ja auch eine neue Erfahrung und hat da dann natürlich auch für viel Gesprächsstoff und auch Austausch zwischen den Kollegen einfach gesorgt. Und das ist etwas, was ein sehr, sehr großer Vorteil auf jeden Fall noch mal ist und uns auch weitere Projekte wieder viel daraus lernen konnten.

## **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Und das bietet natürlich auch noch weiteres Potenzial. Also wenn Sie dieses Team, was an diesem Anmeldeprozess und Beschreibungsprozess beteiligt ist, sehr bunt durchmischen, auch mit jungen Kolleginnen, die noch nicht so lange im Unternehmen sind, mit älteren Kollegen und Kolleginnen, die sich dann austauschen. Und vielleicht entdeckt der eine oder andere dann auch noch mal Möglichkeiten im Unternehmen, sich zu verändern und zu sagen Mensch, das ist mein Ding. Ich mache total gerne solche Konzepte, solche Ansätze, beschreibe es. Dann habe ich doch auch noch eine Mitarbeiterentwicklung geschaffen und ein Potenzial dafür geschaffen, dass Unternehmen ihre Mitarbeiter halten können, im Unternehmen weiterentwickeln können. Weil das ist ja die Herausforderung, vor der alle Unternehmerinnen und Unternehmer stehen, zu sagen: Wie schaffe ich es, eine kompetente, hochmotivierte und stark identifizierte Mitarbeiter- und Belegschaft zu halten und auch weiterzuentwickeln? Und dann sind solche Anlässe, die etwas mit dem Unternehmen zu tun haben, aber es ist noch mal weiterentwickeln, natürlich Gold wert.

## **Marina Kiel**

Ja, ganz genau. Also das kann ist ein sehr, sehr guter Punkt, weil natürlich auch wir haben mit dem Fachkräftemangel zu kämpfen und auch wir sind wir in einem Generationswechsel bei uns im Unternehmen. Also unsere Belegschaft am Standort zurzeit hat einen Altersschnitt von Mitte 50 und es kommen jetzt viele neue Kollegen nach, die natürlich auch, wie Sie beschrieben haben, dadurch sehr gut auch an das Thema noch mehr herangeführt werden können und auch, dass man für sich entdeckt: Ich möchte eine Funktion als Sicherheitsbeauftragter zukünftig unternehmen, weil dieses Thema mir so viel Spaß macht und mich so motiviert, da im Team weiter dran zu arbeiten und das auch den Arbeitsschutz im Unternehmen zu verbessern.

## **Katrin Degenhardt**

Jetzt ist es natürlich auch erst mal so eine Euphorie mit dem Preis und usw. Aber wie kann ich denn erreichen im Unternehmen, dass die Wirkung nicht so schnell verpufft, Frau Kiel?

## **Marina Kiel**

Wir haben bei uns im Unternehmen auch aufbauend natürlich auf dem Präventionspreis und auch schon unabhängig davon viele Projekte auch installiert, wo wir dann entsprechend auch die Sicherheitskultur und auch diese Motivation weiter fördern möchten mit den Mitarbeitern. Zum Beispiel gibt es seit vielen Jahren schon eine Global Health & Safety Week bei uns in Essity. Das wird wirklich werksweit durchgeführt, also auch global, wo ich wirklich eine komplette Woche den Themen gewidmet wird, insbesondere auch Arbeitssicherheit. Jeder Mitarbeiter teilnimmt an verschiedenen Programmen, wirklich auch mit aktiver Mitarbeit kombiniert, auch noch mit einem kleinen Grillfest dabei. Und ja, gerade auch die Essity hat sich jetzt ganz neu auch einer „I Care“-Journey verschrieben, womit wir auch die Sicherheitskultur dann auch in den nächsten Jahren nachhaltig fördern und verbessern möchten, so dass auch wirklich jeder Mitarbeiter, so wie er zur Arbeit gekommen ist, dann auch wieder gesund nach Hause geht.

## **Katrin Degenhardt**

Herr Buchele, was haben Sie denn noch für Ideen? Wie kann man das nachhaltig im Unternehmen auch weiterführen?

## **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Also, das wird ja bei Essity jetzt fast vorbildlich gemacht. Es ist ein Kommunikationsanlass geschaffen worden, letztlich ein Themenstrang, der sich durch die Unternehmensentwicklung zieht und wo man diese Sicherheitskonzepte weiterentwickelt und immer das Thema am Köcheln hält, indem man diese interne Vortragsreihe macht. Und hier habt ihr vielleicht noch Verbesserungsvorschläge. Guckt mal, dieser Preis, den haben wir damals gewonnen. Findet ihr nicht noch mal was, was bei euch vielleicht auch noch mal im Argen ist und was wir noch mal optimieren können. Und hier haben wir besonders viele Unfälle oder Beinaheunfälle. Wollen wir da nicht was machen? Also wirklich so Kommunikationsanlässe zu schaffen oder Themenwochen, die das noch mal zusammentragen. Das hält das gesamte Thema am Köcheln – intern.

Und extern muss man natürlich gucken: Was machen denn die Wettbewerber? Wie stellen die sich denn auf? Was haben die denn für Initiativen? Da bietet sich es natürlich an für das Team zum Beispiel, dass diese Sicherheitskonzepte ja auch entwickelt, auch mal über den Tellerrand zu gucken und sagen: Hier guck mal, im Sinne der Branche, wir haben das gemacht. Was macht ihr denn eigentlich? Vielleicht auch da so ein bisschen als Vorreiter zu gelten, wenn man sich so positionieren möchte. Und dann hängt es davon ab, wie man sich selber positionieren möchte, wie sein Kommunikationsziel ist, damit das dann auch zielführend für die gesamte Kommunikation ist. Das ist ja wichtig, dass es da zusammenpasst. Dass nicht eine Facette sich entwickelt, die das Unternehmen gar nicht vorlebt, sondern dass das aus einem Guss kommt.

## **Katrin Degenhardt**

Dann kann ich ja eigentlich jetzt nur noch eine letzte Frage an Sie beide stellen. Vielleicht einfach so einen kleinen Aufruf von Ihnen beiden Was würden Sie einem Unternehmen sagen? Warum sollten Sie am Präventionspreis der BG ETEM teilnehmen? Fangen wir mal bei Ihnen an, Frau Kiel.

## **Marina Kiel**

Ja selbstverständlich einmal, um seine Ideen, die man Unternehmen entwickelt hat, einfach zu zeigen und dass man die ja mit Sicherheit auch weiter vorangetrieben hat. Ich denke, dass das auch eine ganz tolle Erfahrung für alle Beteiligten, die sich auf diesen Preis bewerben. Insbesondere wenn es dann auch noch erfolgreich ist, hat das Ganze auch noch mal einen sehr großen Effekt für das Unternehmen, was wir auch eben besprochen haben innerhalb, aber auch unternehmensweit. Also von daher kann ich nur dazu raten, allen Unternehmen, da gute Ideen, die sie haben, im Alltag und vielleicht auch im ersten Moment denkt: Ach, das ist doch gar nicht so toll, warum soll ich mich damit bewerben? Aber einfach den Mut zusammennehmen, die Bewerbung abzuschicken und dann einfach abzuwarten, was wird.

## **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Nutzen Sie die Chance, Dinge, die Sie im Unternehmen schon gemacht haben, mal aufzuschreiben. Und da ist so ein Präventionspreis natürlich der Anlass dazu, das mal zu dokumentieren und so für andere dann auch aufzubereiten. Und um das für sich im Unternehmen zu haben und dann eben auch sich selber profilieren zu können auf allen Ebenen. Sei es als Gesprächsanlass für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sei es als Bindungsinstrument, um Teams zusammen zu gestalten, oder eben dann, sich neu zu positionieren, nach draußen zu gehen und zu erzählen, wie gut man hier gemeinsam arbeitet. Also als Profilierungsinstrument zu nutzen und auch als internes Dokumentationsinstrument. Schöne Sache.

## **Katrin Degenhardt**

Ja, dann herzlichen Dank erstmal an dieser Stelle an Sie beide. Und wer unserem Podcast aufmerksam folgt, der weiß bereits: Am Ende haben wir immer noch eine kleine Aufgabe für Sie. Und passend zum Titel unseres Podcasts „Ganz sicher“ werden wir jetzt ganz spontan. Herr Buchele, fangen wir doch

einmal mit Ihnen an. Thema Preisverleihung – and the Oscar goes to. Wem würden Sie in Ihrer Oscar-Dankesrede als Erstes danken? Große Augen. Ganz spontan.

### **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Ich würde meiner Frau danken, weil wir heute 18 Jahre eine Tochter ins Leben begleitet haben und das heute ein wunderbarer Tag war und wir heute auch mal den Tag nutzen, so ein bisschen zurückzublicken. Und unsere Präventionsprogramme, die wir da gefahren haben, in den letzten Tagen zu feiern. The Oscar goes to my wife.

### **Katrin Degenhardt**

Genau. Jetzt Thema Wettbewerb. Frau Kiel, wie sehen Sie das: zweiter Gewinner oder erster Verlierer?

### **Marina Kiel**

Ganz klar zweiter Gewinner. Also ich finde, man muss immer positiv denken. Und natürlich kann es mal sein, dass man an zweiter Stelle ist. Aber das ist auch ein großer Erfolg und von daher ganz klar: zweiter Gewinner.

### **Katrin Degenhardt**

Wunderbar. Dann bedanke ich mich ganz herzlich auch für Ihre persönliche, ja, was Sie so persönlich von sich preisgegeben haben. Herzlichen Dank dafür und natürlich auch einen ganz herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an unserem Podcast.

An dieser Stelle noch ein kurzer Hinweis an unsere Zuhörerinnen und Zuhörer Wir freuen uns, wenn Sie uns auf dem Podcastkanal Ihrer Wahl abonnieren und uns eine Bewertung dalassen. Und wenn wir Ihnen jetzt so richtig Lust gemacht haben, sich auch beim Präventionspreis der BG ETEM zu beteiligen, dann gehen Sie doch einfach mal auf die Homepage der BG ETEM. Bewerben kann man sich das ganze Jahr über und den Link dazu, den finden Sie in den Shownotes. Die Teilnahme lohnt sich in jedem Fall immer, weil Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit so in den Mittelpunkt rücken. Und das ist gut fürs Unternehmen. Ganz sicher.

### **Jingle**

Ganz sicher. Der Podcast für Menschen mit Verantwortung.