

^{DGUV} *forum*



Schwerpunkt

Kommunikation

Klare Sprache für Bescheide 2 | Versichertenkommunikation neu gedacht 6 | KI in der Rettungsstelle 9 | VBG-Projekt: Corporate Influencer 12 | Chatbot im Serviceeinsatz 16 | Serious Games 20 | Vision Zero in Luxemburg 25 | Kundenmanagement bei der BG BAU 29 | Erfolgsfaktoren für TikToks 33 | Risikokommunikation zu Biostoffen 37 | Kommunikation in Krisenzeiten 43 | Evaluationsergebnisse wirksam kommunizieren 47

Weitere Themen Telemedizin nach DGUV Vorschrift 2 51 | Telemedizin: Erfahrungen aus der Arbeitsmedizin 54 | Telemedizin: Erfahrungen aus der Prävention 57 | Rechtskolumne 60

Endlich verständlich: Behördenschreiben mit KI-Tool VBG-KlarText optimieren

Die KI-Anwendung VBG-KlarText schlägt verständliche Formulierungen für Behördenschreiben vor und unterstützt Beschäftigte bei der täglichen Kommunikation. Als Projekt mit Modellcharakter kann die KI auch bei weiteren Trägern der gesetzlichen Unfallversicherung oder in anderen Behörden zum Einsatz kommen.

Juristische Sprache, standardisierte Formulare und verschachtelte Sätze: Oft sorgt Post von der Behörde eher für Stirnrunzeln als für Klarheit – und führt damit zu Nachfragen und Unsicherheiten. Die Schreiben der VBG gehen hauptsächlich an Mitgliedsunternehmen und Versicherte – viele davon enthalten Fachbegriffe oder komplexe juristische Passagen. Deshalb startete die VBG Mitte 2024 das Projekt „LLM für verständliche Behördensprache“. Seit Oktober 2025 ist das Tool VBG-KlarText im Einsatz und mittlerweile beabsichtigen weitere Behörden, das Tool einzuführen.

Ausgangspunkt war die 2024 beschlossene Digitalisierungsstrategie der Arbeits- und Sozialverwaltung, mit der das BMAS und seine Behörden Verwaltung modernisieren, digitalisieren und KI-Anwendungen einsetzen wollen. Die VBG hat sich in ihrer Unternehmensstrategie VBG 2026 ebenfalls dem Ziel verschrieben, digitale Prozesse voranzutreiben und die ausgehende Kommunikation für ihre Zielgruppen verständlicher zu gestalten. Schnell waren sich VBG und BMAS daher einig, in Form eines Leuchtturmprojektes eine KI zu entwickeln, die Behördenschreiben verständlicher macht.

Folgende Projektziele haben VBG und BMAS definiert:

- **Entwicklung einer KI-basierten Assistenz zur Verbesserung der Verständlichkeit:** Zentrales Ziel war die Entwicklung eines KI-gestützten Werkzeugs, das für ausgehende Schreiben verständliche und adressatengerechte Formulierungsvorschläge generiert.
- **Sicherstellung von Akzeptanz und Nutzung:** Um einen nachhaltigen Mehrwert nach dem Roll-out zu gewährleisten, lag der Schwerpunkt von Beginn an auf der Einbindung und der Akzeptanz der Nutzerinnen und Nutzer der KI. Dies umfasste insbesondere die Entwicklung zielgruppenspezifischer Schulungsangebote sowie die Einbindung eines dedizierten Change-Teams.

Key Facts

- Das vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) und der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG) entwickelte KI-Tool VBG-KlarText unterstützt dabei, Behördenschreiben verständlicher zu formulieren
- Die KI-Anwendung ist ein Add-In in Microsoft Word – die Nutzung lässt sich intuitiv in bestehende Arbeitsabläufe integrieren
- Das Tool steht seit Januar 2026 auf der Plattform openCode zur Nachnutzung bereit

- **Konsequente Anwendung der KI-Leitlinien:** Die Entwicklung und Implementierung des Tools erfolgten unter durchgehender Berücksichtigung der selbstverpflichtenden Leitlinien für den KI-Einsatz in der behördlichen Praxis der Arbeits- und Sozialverwaltung.¹
- **Integration in bestehende Systemlandschaften:** Ziel war auch eine möglichst medienbruchfreie Einbindung des Tools in die vorhandene IT-Infrastruktur, insbesondere in das bestehende CRM-System.
- **Nachnutzbarkeit für andere Behörden:** Um den Transfer in andere Organisationen zu ermöglichen, hat das Projektteam das Tool als modular aufgebaute Komponentenlösung entwickelt und über openCode inklusive umfassender Dokumentation zur Nachnutzung bereitgestellt.
- **Nicht-Ziel: Automatisches Versenden von KI-generierten Schreiben:** Den letzten Berührungspunkt mit ausgehenden Schreiben sollten weiterhin die Beschäftigten haben.

Die Perspektive der Nutzenden im Fokus

Um diese Ziele zu erreichen, hat ein abteilungsübergreifend besetztes Projektteam im Oktober 2024 die Arbeit aufgenommen. Wichtig war dabei, Beschäftigte aus verschiedenen Fachbereichen der VBG zu beteiligen und sicherzustellen, dass die Entwicklung der KI nah an ihrem Arbeitsalltag und mithilfe konkreter Praxisbeispiele geschieht. Nach dem Projekt-Kick-off haben die Projektbeteiligten zunächst im Rahmen eines Rapid Prototypings früh eine gemeinsame Erwartungshaltung entwickelt und zentrale Anforderungen und Potenziale definiert. Parallel dazu erfolgte eine umfassende Kontext- und Anforderungsanalyse: Hierfür arbeiteten die Projektbeteiligten mit anonymisierten Texten, haben Risiken sowie potenzielle Schadensszenarien systematisch bewertet und fachliche wie technische Anforderungen definiert.

Nächste Schritte waren die Beschaffung der notwendigen Infrastruktur und die Konkretisierung der technologischen Ausrichtung – unter anderem mit Blick auf die Frage, ob ein Finetuning des Sprachmodells erforderlich ist. Ein wichtiger Meilenstein war die Entwicklung des Prototyps: Die VBG-Beschäftigten konnten diesen umfassend mit Textbeispielen aus der Praxis testen. Anschließend erfolgte die Überführung in die Systemumgebung der VBG. Mit der technischen Implementierung einhergehend, starteten Schulungsmaßnahmen für alle VBG-Beschäftigten, um eine sichere und effektive Nutzung des Tools zu gewährleisten. Im Oktober 2025 war es dann so weit: Das Projektteam konnte den offiziellen Go-Live von VBG-KlarText bekanntgeben. Gleichzeitig startete eine Stabilisierungsphase mit dem Ziel, das Tool weiter zu erproben und zu optimieren.

Formulierungsvorschläge per Knopfdruck

Die Anwendung VBG-KlarText ist ein Add-In in Microsoft Word, sodass sich die Nutzung mühelos und medienbruchfrei in

bestehende Arbeitsabläufe integrieren lässt. So können Beschäftigte die KI-Anwendung direkt aus dem Kernsystem der VBG nutzen, ohne ein weiteres Tool zu öffnen oder sich dort anzumelden.

Bei der Arbeit an einem Textdokument in Word können Nutzerinnen und Nutzer direkt in der Menüleiste in Word die Anwendung „VBG-KlarText“ anklicken. Sie werden aufgefordert, einen Textabschnitt zu markieren. Per Klick auf den Button „Text optimieren“ öffnet sich ein Fenster, das den Ausgangstext sowie einen von der KI optimierten Textvorschlag übersichtlich nebeneinander anzeigt. Nutzerinnen und Nutzer können den optimierten Textvorschlag nun sichten und bei Bedarf manuell anpassen. Per Klick auf den Button „Text übernehmen“ landet der optimierte Abschnitt direkt im Ausgangstext.

Diese niedrigschwellige, intuitive Nutzbarkeit stand während der gesamten Entwicklung der KI-Anwendung im Fokus. Nutzerinnen und Nutzer können die KI-Anwendung sowohl für die Überarbeitung von Formularen und Standardtexten als auch für die Optimierung von freien Schreiben nutzen. Wichtig: VBG-KlarText kann einzelne Textabschnitte optimieren. Die Struktur und ein empfängerinnen- und empfängerorientierter Aufbau eines Schreibens erfordern die konzeptionelle vorherige Erarbeitung durch den Menschen.

» Nutzerinnen und Nutzer können die KI-Anwendung für die Überarbeitung von Formularen als auch für die Optimierung von freien Schreiben nutzen.«

Der Maßstab für verständliche Texte

VBG-KlarText ist so programmiert, dass per Klick auf einen Button ein Vorschlag für einen verständlicheren Text generiert wird. Anders als bei anderen KI-Anwendungen ist somit kein Verfassen von Prompts durch die Anwendenden möglich, über die spezifische Änderungs- oder Optimierungsvorschläge formuliert werden können. Auf diese Option hat die VBG bei der Entwicklung der KI bewusst verzichtet. Zum einen, um die Anwendung in der Handhabung so einfach wie möglich zu machen; zum anderen, um eine möglichst einheitliche Textqualität zu gewährleisten. Vereinfacht gesagt, liegt somit im Quellcode von VBG-KlarText ein übergreifender Prompt, der die Vorschläge für verständliche Texte generiert. Doch auf welcher Basis ist ein solcher Prompt generiert? Wie hat die VBG festgelegt, was verständlich ist?

Eine wertvolle Grundlage hierfür war die Arbeitshilfe „VBG-Texte“, ein unabhängig von dem KI-Projekt bestehendes Regelwerk für alle VBG-Beschäftigten. „VBG-Texte“ gibt übergeordnete Empfehlungen für empfängerinnen- und empfängerorientiertes Schreiben sowie Hilfestellungen für einen lesefreundlichen Aufbau. Darüber hinaus bietet die Arbeitshilfe konkrete Formulierungstipps, zum Beispiel in Bezug auf die Satzlänge, Wortwahl oder Handlungsanweisungen. So empfiehlt sie beispielsweise den Verzicht auf den Nominalstil, Konjunktiv oder unnötige Füllwörter und rät zu kurzen Sätzen mit klaren Kernaussagen in Hauptsätzen und aktiven

Formulierungen. All diese Aspekte sind in die Programmierung des Prompts für VBG-KlarText eingeflossen.

VBG-KlarText erhält Preis für gute Verwaltung

Einen Monat nach dem Go-Live konnten sich die Projektbeteiligten bereits über die erste Auszeichnung freuen: Im November 2025 wurde im Rahmen des Public Service Lab Days in Wiesbaden der Preis für gute Verwaltung an fünf Projekte vergeben. Er würdigt bürgerzentrierte und innovative Behördenarbeit mit echter Wirkung. Genau damit konnte die VBG punkten und gewann den Preis für die KI-basierte Anwendung für verständliche Behördensprache.

Und was sagen die Empfängerinnen und Empfänger? Ihre Perspektiven und Meinungen hat das Projektteam im Rahmen der Entwicklung erfasst. „Im ersten Moment erschien das Schreiben ungewohnt, weil man es so von einer Behörde gar nicht erwartet – aber es ist deutlich verständlicher“, meldet ein VBG-Mitgliedsunternehmer. „Die optimierte Version ist besser für alle, die sich nicht täglich mit Amtsjargon auseinandersetzen. Ich hätte nichts dagegen, wenn Schreiben grundsätzlich so formuliert werden“, so die Stimme eines VBG-Versicherten. ●

Autorinnen

Friederike Dittmer,
Verwaltungs-Berufs-
genossenschaft (VBG)

Janin Steitz,
Verwaltungs-Berufs-
genossenschaft (VBG)

Nachnutzbarkeit über openCode

Unter Behörden-KlarText steht das Tool seit Januar 2026 auf openCode zur Nachnutzung zur Verfügung. Dabei ist die Nachnutzung bewusst niedrigschwellig gestaltet und die Anwendung steht in zwei technischen Varianten zur Verfügung (VSTO-Version für Microsoft Word ab Version 2016 und als Web-Version für Microsoft 365).

Um das Tool nachzunutzen, müssen eine geeignete IT-Infrastruktur bereitgestellt werden, das Deployment durch einen IT-Dienstleister (intern oder extern) erfolgen und eine Anpassung an organisatorische Anforderungen und fachliche Kontexte vorgenommen werden.

Weitere Informationen zum Projekt und zu den Voraussetzungen für die Nachnutzung:
behoerden-klartext.usercontent.opencode.de/dokumentation/#behoerden-klartext-fur-ihre-organisation



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/01/#fussnoten

Bescheide neu gedacht: bürgernahe Sprache bei der Bundesagentur für Arbeit

Seit 2023 gestaltet die Bundesagentur für Arbeit die Schriftstücke in der Grundsicherung für Arbeitsuchende systematisch neu. Ziel ist eine wertschätzende, verständliche und bürgernahe Sprache – ohne Abstriche bei der Rechtssicherheit. Der Beitrag zeigt das Vorgehen und die zentralen Erfolgsfaktoren.

Leistungsrechtliche Bescheide in der Grundsicherung für Arbeitssuchende gehören zu den komplexesten Schriftstücken der öffentlichen Verwaltung. Sie müssen rechtlich korrekt, vollständig und zugleich für Menschen mit sehr unterschiedlichen Bildungs- und Sprachhintergründen verständlich sein.

In der Praxis zeigte sich, dass es hier Verbesserungspotenzial gab. Beim Detailblick in der Arbeit mit den Kundinnen und Kunden stellte sich heraus, dass viele Adressatinnen und Adressaten den Inhalt der Bescheide nicht erfassen konnten. Die Folgen waren Rückfragen, Beschwerden, Widersprüche und mitunter gerichtliche Verfahren.

Dies bedeutete für die Mitarbeitenden in den mit den Kommunen als gemeinsame Einrichtungen betriebenen Jobcentern einen erheblichen Mehraufwand bei der Klärung.

Die Bundesagentur für Arbeit entschied sich vor diesem Hintergrund, die leistungsrechtlichen Schriftstücke in der Grundsicherung für Arbeitsuchende grundlegend zu überarbeiten – nicht nur punktuell, sondern strukturell mit Beteiligung der Mitarbeitenden aus dem operativen Geschäft.

Key Facts

- Die Bundesagentur für Arbeit hat 2023 eine systematische Neugestaltung ihrer leistungsrechtlichen Schriftstücke begonnen
- In einer Workshop-Reihe hat die Bundesagentur für Arbeit gemeinsam mit Mitarbeitenden aus der Praxis neue Textstandards entwickelt
- Eine Checkliste bildet die Grundlage für eine wertschätzende, verständliche und rechtssichere Kommunikation

Verständlichkeit als Qualitätsmerkmal

Ziel des Projekts war es, die Bürgerfreundlichkeit systematisch zu erhöhen und damit die Kundenorientierung zu stärken. Die neue Kommunikation soll:

- verständlich und klar sein,
- den Kundinnen und Kunden bürgernah begegnen,
- strukturiert und übersichtlich aufgebaut sein und
- zugleich die rechtlichen Anforderungen vollständig erfüllen.

Die Workshop-Reihe als Herzstück des Prozesses

Zur Umsetzung hat die Bundesagentur für Arbeit als größte Sozialbehörde Europas 2023 eine mehrstufige Workshop-Reihe aufgesetzt. Sie folgte einem klaren methodischen Aufbau:

1. Grundlagen schaffen

Im ersten Workshop sind gemeinsame Standards entwickelt worden. Erstmals gab es eine systematische Festlegung, was ein verständliches und wertschätzendes Schreiben ausmacht. Zentrales Ergebnis war eine Checkliste, die als verbindlicher Qualitätsrahmen dient.

2. Iterative Überarbeitung

In den folgenden Workshops sind Schritt für Schritt die TOP 30 der zentral bereitgestellten leistungsrechtlichen Schriftstücke überarbeitet worden. Die Auswahl folgte einem klaren Kriterium: Welche Vorlagen werden am häufigsten versendet und erzeugen den größten Erklärungsbedarf? Die sogenannte Aufforderung zur Mitwirkung, das am meisten verschickte Schriftstück der Jobcenter, wurde rund 7,4 Millionen Mal versendet.

3. Beteiligung externer Expertise

Ein zentrales Erfolgsmerkmal des Projekts war die breite Beteiligung von Praktikerinnen und Praktikern aus den Jobcentern, Mitarbeitenden aus den Regionaldirektionen, den Fachbereichen der Zentrale in Nürnberg und dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales.

Diese Kombination stellte sicher, dass sprachliche Vereinfachung nicht zu Rechtsunsicherheit führt. Juristische Anforderungen wurden nicht nur nachträglich geprüft, sondern von Anfang an im Entwicklungsprozess mitgedacht.

Die Checkliste als Steuerungsinstrument

Die im ersten Workshop entwickelte Checkliste ist kein formales Regelwerk, sondern ein Qualitätsrahmen. Sie gibt den Mitarbeitenden in den Jobcentern bei der Erstellung von lokalen Schriftstücken mit nur wenigen Fragen Orientierung:

- Sind Anlass und Zweck des Schreibens sofort erkennbar?
- Ist die Struktur klar und logisch aufgebaut?
- Werden kurze, prägnante und verständliche Sätze verwendet?
- Werden Fachbegriffe erklärt oder vermieden?
- Ist die Ansprache persönlich, respektvoll und wertschätzend?
- Wird auf Unterstützungsangebote hingewiesen?

Damit wird aus freier „Textkunst“ ein standardisierter, überprüfbarer Prozess.

»Mit der Überarbeitung der TOP-30-Schriftstücke im Leistungsrecht werden nahezu 90 Prozent des Druckvolumens abgedeckt.«

»Insgesamt haben die Jobcenter der BA im Jahr 2025 mehr als 50 Millionen leistungsrechtliche Schriftstücke in der Grund-sicherung für Arbeitssuchende verschickt.«

Durch verständliche Sprache werden unsere Botschaften besser verstanden.	
Anlass und Zweck sind verständlich dargestellt	• Beginnen Sie mit einer eindeutigen Aussage zum Anlass und Zweck. Nehmen Sie auf frühere Gespräche und Schreiben Bezug. • Vermeiden Sie lange Einleitungen und unklare Formulierungen. Beispiel: „Wir benötigen für die Bearbeitung Ihres Antrages folgende Angaben ...“
Informationen in klarer und verständlicher Sprache	• Verwenden Sie klare und verständliche Begriffe. • Verwenden Sie Begriffe einheitlich. • Vermeiden Sie Abkürzungen und Amtsdeutsch. • Vermeiden Sie Fachbegriffe oder erklären Sie diese in verständlicher Sprache, durch Beispiele oder Vergleiche. • Verwenden Sie kurze, prägnante Sätze (eine Aussage je Satz). • Verwenden Sie aktive statt passiver Formulierungen. • Vermeiden Sie den Konjunktiv, den Genitiv und doppelte Verneinungen.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Auszug aus der Checkliste der Bundesagentur für Arbeit

Praxisnutzen

Die Vorteile der neuen Sprache sollen sich langfristig auf zwei Ebenen zeigen.

Leistungsberechtigte verstehen nach den Überarbeitungen die Schriftstücke besser. Sie haben eine geringere Hemmschwelle, um Kontakt zu den Jobcentern aufzunehmen, und mehr Vertrauen in die Verwaltung.

Für die Verwaltung ist es von Vorteil, wenn es durch die Überarbeitung zu weniger Rückfragen und Beschwerden und einer geringeren Zahl von Widersprüchen kommt.

Übertragbarkeit auf andere Organisationen

Das Vorgehen der Bundesagentur für Arbeit zeigt, dass verständliche Verwaltungssprache nicht „nice to have“, sondern ein wirksames Instrument in einer modernen Verwaltung ist.

Übertragbar sind insbesondere die iterative Workshop-Struktur, die enge Verzahnung von Praxis und Recht sowie die Nutzung einer Checkliste als verbindlicher Standard.

Fazit

Die Neugestaltung der SGB-II-Schriftstücke ist ein Beispiel für eine moderne und kundenorientierte Weiterentwicklung der Verwaltung. Verständliche Sprache wird hier nicht als Stilfrage, sondern als Qualitäts- und Effizienzkriterium verstanden. Der strukturierte Prozess, die Einbindung externer Expertise und die konsequente Praxisorientierung machen das Projekt auch für andere Träger im Sozial- und Verwaltungsrecht relevant. ●

Autor

Andreas Richter,
Bundesagentur für Arbeit

Schneller dokumentieren, besser behandeln

In der Notaufnahme entscheidet Zeit. Ein Pilotprojekt aus dem BG Klinikum Bergmannstrost Halle zeigt, wie ambiante Spracherkennung dabei helfen kann, klinische Dokumentation zu vereinfachen, administrative Aufwände zu verringern und so Zeit für Patientinnen und Patienten zu gewinnen.

Eine Patientin sitzt nach einem Arbeitsunfall im Behandlungsraum der Zentralen Notaufnahme, schildert den Unfallhergang und beantwortet Fragen zu Vorerkrankungen und Medikamenten. Die Ärztin oder der Arzt führt Untersuchungen durch, erläutert die Befunde und bespricht das weitere Vorgehen.

Was früher erst anschließend am Computer oder per Diktiergerät zu dem Patientenfall dokumentiert wurde, entsteht im BG Klinikum Bergmannstrost Halle heute direkt während des Gesprächs mit den Patientinnen und Patienten mithilfe von ambienter Spracherkennung (Ambient Clinical Intelligence). Ambiente Spracherkennung ist eine Technologie, die Gespräche und gesprochene Befunde während der Behandlung erfasst, transkribiert und mit Hilfe Künstlicher Intelligenz strukturiert für die medizinische Dokumentation aufbereitet. Für die Behandelnden bedeutet das weniger Dokumentationsarbeit und mehr Zeit. Für Patientinnen und Patienten mehr Transparenz und Nachvollziehbarkeit.

Die BG Kliniken, medizinische Leistungserbringer der gesetzlichen Unfallversicherung mit 13 Standorten von Hamburg bis Bayern und jährlich mehr als 570.000 Patientinnen und Patienten, beschäftigen sich in Halle derzeit intensiv mit dem Potenzial ambienter Spracherkennung. Dabei sollen nicht nur Prozesse effizienter gestaltet, sondern auch die Kommunikation zwischen Ärztinnen und Ärzten und Patienten verbessert werden. Wenn Informationen unmittelbar im Gespräch digital erfasst werden, kann sich die Aufmerksamkeit stärker auf den Menschen richten. Gleichzeitig reduziert sich damit das Risiko, dass relevante Informationen im Zuge nachgeschalteter Dokumentationsprozesse verloren gehen.

Key Facts

- Ambiente Spracherkennung stärkt die Patientenkommunikation
- Weniger Doppelarbeit durch direkte Transkription im Gespräch
- Höhere Dokumentationsqualität und Verständlichkeit

Neue Wege in der Notfallversorgung

Kaum ein Bereich im Krankenhaus ist so stark von Geschwindigkeit und Prozessen geprägt wie die Notaufnahme.

Gleichzeitig ist die Dokumentation hier besonders aufwendig. Anamnese, Untersuchung, Diagnostik, Labor und Bildgebung müssen vollständig und rechtssicher festgehalten werden.

Im klinischen Alltag kann die Dokumentation bis zu 60 Prozent der Arbeit ausmachen. Einerseits ist eine gute Dokumentation unverzichtbar. Andererseits bindet sie Zeit, die in der direkten Patientenversorgung fehlt. Digitalisierung kann daher spürbar entlasten. Ziel ist es, dem medizinischen Fachpersonal administrative Aufgaben abzunehmen und somit mehr Raum für Kommunikation, Erklärung und Zuwendung zu schaffen.

Dokumentation in Echtzeit

Die bisherige Dokumentation eines Patientenfalles funktioniert in der Regel nach einem bekannten Muster. Erst findet das Gespräch zwischen Behandelnden und Patientin beziehungsweise Patient statt. Danach werden die Informationen zum Fall diktiert. Die Dokumentation entsteht also in einem zweiten, redundanten Schritt.

Die KI-gestützte ambiante Spracherkennung setzt genau hier an. Sie erfasst das Gespräch während der Behandlung und überführt die Inhalte direkt in ein strukturiertes Transkript. Das Gespräch wird noch stärker zum zentralen Element während der Behandlung. Gleichzeitig sinkt das Risiko, dass Informationen im Nachgang verloren gehen oder verkürzt dargestellt werden. Ärztinnen und Ärzte prüfen anschließend die Inhalte, die durch die ambiante Spracherkennung entstanden sind, und übernehmen den finalen Text.

Inhalte müssen nicht mehr nachträglich rekonstruiert werden. Gleichzeitig reduziert sich der zeitliche Aufwand für die nachgelagerte Verschriftlichung deutlich. Die Verantwortung für die Inhalte liegt weiterhin bei der Ärztin oder dem Arzt.

Die BG Kliniken wollen lernen und verstehen, welche Vorteile die Technologie hat. Das System ist in der Lage, Gesprächsinhalte zu strukturieren und medizinisch relevante Informationen von weniger relevanten Aspekten zu trennen. Dadurch entsteht eine dichtere und vollständigere Dokumentation. Auch Aspekte wie Vorerkrankungen, Medikation oder soziale Faktoren werden zuverlässig erfasst.

Der Vorteil für die Patientinnen und Patienten liegt auf der Hand: Dokumente können so aufbereitet werden, dass sie verständlicher formuliert sind. Abkürzungen und schwer lesbare medizinische Kurzformen lassen sich reduzieren.

Überwiegend positive Rückmeldungen

Die Einführung neuer Technologien hängt maßgeblich von der Akzeptanz im klinischen Alltag ab. Im Pilotprojekt werden daher gezielt unterschiedliche Berufsgruppen und

» Das Gespräch wird noch stärker zum zentralen Element während der Behandlung.«

Erfahrungsstufen einbezogen. Gerade zu Beginn war mit einem zusätzlichen Aufwand beim Pilotteam zu rechnen.

Am Pilotprojekt nehmen ausschließlich einwilligungsfähige Patientinnen und Patienten teil. Sie werden vorab transparent über die Nutzung informiert. Die Anwendung erfolgt unter klar definierten datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen. Das System dient dabei ausschließlich der Unterstützung der Dokumentation, die finale Bewertung und Entscheidung bleibt jederzeit beim Menschen. Die Rückmeldungen sind überwiegend positiv. Viele Patientinnen und Patienten erkennen den Vorteil, wenn die Dokumentation weniger Zeit in Anspruch nimmt und die Behandlung zügiger erfolgen kann.

Auch im Team spielt die enge Abstimmung eine zentrale Rolle. Klinische Anwender und IT arbeiten dabei eng zusammen. Regelmäßige Abstimmungen und kurze Feedbackzyklen unterstützen die kontinuierliche Verbesserung der Anwendung.

Für die Zukunft ist entscheidend, wie die Integration in bestehende Krankenhausinformationssysteme und Abläufe funktionieren wird. Dokumentationsaufwand und Arbeitsdichte werden perspektivisch weiter steigen. Ohne technologische Unterstützung lässt sich diese Entwicklung langfristig kaum bewältigen. Systeme wie die ambiante Spracherkennung können dazu beitragen, die Balance zwischen Dokumentationspflicht und Patientenversorgung neu auszurichten. ●

Autoren

Dr. Christian Dumpies,
BG Klinikum Bergmannstrost
Halle

Eike Mitte,
BG Kliniken

Im Video erklärt: Digitale Entlastung im Klinikalltag am BG Klinikum Halle

Mehr Zeit für Patienten

Dr. Christian Dumpies, leitender Arzt im interdisziplinären Notfallzentrum am BG Klinikum Bergmannstrost Halle, gibt Einblicke in die Herausforderungen des Klinikalltags. Er beschreibt, wie hoch der Anteil an bürokratischen Tätigkeiten in der Versorgung der Patientinnen und Patienten ist und warum Digitalisierung vor allem eines leisten muss: spürbare Entlastung.¹

Dokumentation neu gedacht

Dr. Christian Dumpies erklärt, wie die ambiante Spracherkennung Gesprächsinhalte strukturiert erfassen und für die Dokumentation nutzbar machen kann. Die Technologie unterstützt dabei, relevante Informationen zuverlässig zu erkennen und zusammenzuführen.²



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/03/#fussnoten

Echte Einblicke: Corporate Influencer bei der VBG

In einem Pilotprojekt setzt die VBG auf die stärkste Stimme, die sie hat: ihre eigenen Beschäftigten. Zwölf Corporate Influencer geben auf LinkedIn persönliche Einblicke in ihre vielfältigen Fachgebiete und Projekte. Der Ansatz: Menschen vertrauen Menschen – für eine authentische Kommunikation auf Augenhöhe.

In einer Zeit, in der Informationen überall verfügbar sind und Künstliche Intelligenz Inhalte am laufenden Band produziert, rückt ein Element wieder ins Zentrum: die menschliche Authentizität. In sozialen Netzwerken zählen echte Orientierung und persönliche Erfahrungen mehr denn je. Auf LinkedIn zeigt sich dieser Trend deutlich: Posts von Mitarbeitenden generieren bis zu achtmal mehr Engagement als Unternehmensbeiträge.¹ Sie scheinen einen weitaus tieferen Austausch zu entfachen als rein sachliche Unternehmens-Accounts.

Genau hier setzt die VBG an. Seit dem vierten Quartal 2025 bricht das Unternehmen mit herkömmlichen Mustern und lässt die Menschen hinter den Kulissen sprechen. In einem Pilotprojekt wird Kommunikation zum Dialog auf Augenhöhe. Das Ziel: Die enorm vielfältige Themenwelt der VBG und ihre Werte durch echte Gesichter greifbar machen und sich dort positionieren, wo die Branche diskutiert.

Corporate versus klassische Influencer

Aber was sind Corporate Influencer eigentlich? Während klassische Influencer meist als selbstständige Personen agieren und ihre Reichweite als Geschäftsmodell nutzen, verfolgen Corporate Influencer ein völlig anderes Ziel. Sie sind keine externen Werbeträger, sondern fest angestellte Mitarbeitende, die ihre Fachexpertise und ihren Arbeitsalltag organisch in den digitalen Raum tragen.

Der entscheidende Unterschied lässt sich in drei Kernpunkten zusammenfassen:

- **Authentizität:** Klassische Influencer vermarkten oft in erster Linie Produkte oder Dienstleistungen. Corporate Influencer hingegen berichten authentisch über ihren Arbeitsalltag und Projekte. Wenn eine Präventionsexpertin der VBG über Arbeitssicherheit schreibt, tut sie das aus ihrer täglichen Praxis heraus – das schafft Vertrauen.

Key Facts

- Corporate Influencer sind fest angestellte Mitarbeitende, die persönliche Einblicke in ihren Arbeitsalltag und ihre Fachexpertise auf Social Media teilen
- Mit einer bis zu achtmal höheren Reichweite gegenüber Unternehmenskanälen setzen Beschäftigte neue Maßstäbe in der digitalen Kommunikation
- Das Projekt stärkt die Außenwahrnehmung der VBG und macht die Unternehmenskultur greifbar

- **Fachwissen statt Reichweite um jeden Preis:** Während es für herkömmliche Influencer oft um die schiere Masse an Followern geht, zählt für die Corporate Influencer der VBG die Relevanz. Sie besetzen „Nischen“, die für die Versicherten und Mitgliedsunternehmen der gesetzlichen Unfallversicherung entscheidend sind. Ein fundierter Beitrag über Rehabilitation erreicht vielleicht weniger Menschen als ein Lifestyle-Video, dafür aber genau die richtige Zielgruppe.
- **Identifikation statt Auftrag:** Ein klassischer Influencer wechselt seine Kooperationspartner häufig. Corporate Influencer sind untrennbar mit dem Arbeitgeber verbunden. Sie identifizieren sich mit den Werten und Aufgaben ihrer Organisation – sie „sind“ die VBG in ihrem Netzwerk.

Die Vision hinter dem Pilotprojekt der VBG

Die Corporate-Influencer-Pilotgruppe der VBG besteht aus zwölf Kolleginnen, die ein großes Spektrum der VBG abbilden. Ob erfahrene Fachexpertinnen und Fachexperten, die tiefe Einblicke in ihre Projekte geben, oder Nachwuchstalente, die von ihrem Weg berichten – sie alle werden zu nahbaren Botschafterinnen ihrer Fachbereiche.

Hinter dem Corporate-Influencer-Pilotprojekt steht eine weitreichende Vision. Das Programm steigert die organische Reichweite und macht die Expertise der Beschäftigten dort sichtbar, wo Fachkreise nach Lösungen suchen. Gleichzeitig stärkt dieser Ansatz die Arbeitgeberattraktivität: Authentische Einblicke überzeugen Talente nachhaltig und machen die Unternehmenskultur erlebbar. Doch die Wirkung strahlt auch nach innen ab, indem sie Mitarbeitende abteilungsübergreifend verbindet und die Motivation durch neue Sichtbarkeit fördert. Nicht zuletzt erhöht ein solches Netzwerk aus glaubwürdigen Stimmen die Krisenfestigkeit der Organisation, da persönliche Profile in herausfordernden Zeiten als verlässliche und vertrauenswürdige Ankerpunkte fungieren.

Der Mehrwert des Pilotprojekts endet jedoch nicht bei der institutionellen Wirkung; er entfaltet sich ebenso auf der persönlichen Ebene der Corporate Influencer. Für die zwölf Teilnehmerinnen bietet das Programm die Chance, den eigenen fachlichen Austausch aktiv zu gestalten und wertvolle Netzwerke weit über die Grenzen der VBG hinaus aufzubauen. Diese neue Sichtbarkeit im digitalen Raum steigert nicht nur die Anerkennung der eigenen Expertise innerhalb der Branche, sondern fördert auch die interne Wertschätzung für die oft komplexen Fachgebiete.

Gleichzeitig fungiert das Projekt als Katalysator für die persönliche Entwicklung: Durch die gezielte Arbeit mit sozialen Medien bauen Corporate Influencer ihre digitalen und kommunikativen Kompetenzen konsequent aus – Fähigkeiten, die in einer modernen Arbeitswelt unverzichtbar sind. Zusätzlich eröffnet der Blick über den eigenen Schreibtischrand neue

» Nicht zuletzt erhöht ein solches Netzwerk aus glaubwürdigen Stimmen die Krisenfestigkeit der Organisation.«

Perspektiven. Der Dialog mit anderen Expertinnen und Experten und die Resonanz der Community regen dazu an, die eigene Arbeit immer wieder aus neuen Blickwinkeln zu betrachten und innovative Impulse in den Berufsalltag zu integrieren.

Die Etablierung des Pilotprojekts

Ein Corporate-Influencer-Programm startet nicht mit dem ersten Post, sondern Monate zuvor. Bei der VBG war das Ziel von Anfang an klar: Es soll eine organische Bewegung aus der Mitte der Belegschaft heraus werden. Doch wie identifiziert man die richtigen Stimmen in einer Organisation mit tausenden Beschäftigten?

Der Weg führte über einen offenen Aufruf im Intranet. Das Kernteam – eine interdisziplinäre Allianz aus Öffentlichkeitsarbeit und Personal – suchte keine Social-Media-Profis, sondern Menschen mit Leidenschaft für ihr Fachgebiet. Am Ende kristallisierte sich schließlich die finale Pilotgruppe aus zwölf Personen heraus, die heute die thematische Vielfalt der VBG repräsentieren.

Bevor der erste Workshop stattfinden konnte, musste das Projekt organisatorisch fest im Unternehmen verankert werden. In der gesetzlichen Unfallversicherung spielen Themen wie Datenschutz, Rechtssicherheit und die Zustimmung der Führungsebene eine zentrale Rolle. Hier wurde nichts dem Zufall überlassen, um das Pilotprojekt auf ein rechtssicheres und akzeptiertes Fundament zu stellen.

Zudem galt es, Hürden proaktiv abzubauen. Durch die enge Abstimmung mit Abteilungen wie Recht und Datenschutz wurden potenzielle Stolpersteine identifiziert, noch bevor sie zum Problem werden konnten. Ziel war es, den Teilnehmerinnen maximale Sicherheit zu geben, damit sie sich ohne bürokratische Sorgen voll auf ihre Inhalte konzentrieren können.

Um die Authentizität auf LinkedIn zu erhalten, verzichtet die VBG auf starre Freigabeprozesse. Stattdessen dienen moderne Social-Media-Guidelines und die im Workshop vermittelten Kenntnisse als Orientierung. Sie geben Sicherheit bezüglich der fachlichen Sorgfalt und des Neutralitätsgebots, lassen aber genug Raum für die individuelle „Stimme“ der Corporate Influencer. Die Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit berät und unterstützt die Corporate Influencer, wenn es darüber hinaus Fragen gibt.

Der Kick-off-Workshop für Corporate Influencer

Den Startschuss für die aktive Phase bildete ein intensiver, ganztägiger Onboarding-Workshop. Hier trafen die zwölf Corporate Influencer erstmals als feste Gruppe zusammen. In dieser Session ging es um weit mehr als nur die Bedienung der LinkedIn-Oberfläche.

» Durch die enge Abstimmung mit Abteilungen wie Recht und Datenschutz wurden potentielle Stolpersteine identifiziert.«

Expertinnen aus der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit sowie ein externer Employer-Branding-Experte vermittelten wertvolles Wissen zu Personal Branding, Content-Strategie und dem Umgang mit der Community auf LinkedIn. Die Teilnehmerinnen lernten, wie sie komplexe Fachthemen in packende Storys übersetzen, ohne die fachliche Tiefe zu verlieren. Dieser geschützte Raum zum Ausprobieren war essenziell, um die „Hürde des ersten Klicks“ gemeinsam zu nehmen und ein Wir-Gefühl innerhalb der Gruppe zu etablieren.

Das Engagement ist offiziell als Arbeitszeit mit einer Stunde pro Woche definiert. Dies umfasst zwei eigene Beiträge pro Monat sowie die aktive Interaktion auf der Plattform. Entscheidend für den Erfolg ist auch die interne Community: Über eine Chat-Gruppe vernetzen sich die Corporate Influencer, tauschen Best Practices aus und unterstützen sich gegenseitig. Dieser gemeinschaftliche Ansatz sorgt dafür, dass die Begeisterung über die gesamte Laufzeit des Pilotprojekts stabil bleibt.

Strategische Learnings aus der Pilotphase

Anfang Mai 2026 wurde die sechsmonatige Testphase des Pilotprojekts erfolgreich abgeschlossen. Das Fazit der Geschäftsführung und der beteiligten Akteure fiel eindeutig aus: Die Initiative wird verstetigt und langfristig in die Linienorganisation der VBG überführt. Aus der Testphase lassen sich vier zentrale Erkenntnisse für die künftige Kommunikation ableiten:

Vertrauen durch Freiraum: Authentizität lässt sich nicht verordnen. Ein zentrales Learning ist das Prinzip „Leitplanken ja, Kontrolle nein“. Nur wenn Corporate Influencer ihre eigene Stimme nutzen, entsteht die Glaubwürdigkeit, der Menschen folgen wollen.

Menschliche Multiplikatoren: Die kollektive Reichweite der Mitarbeitenden übersteigt die der Organisation oft um ein Vielfaches. Die VBG nutzt diesen Effekt, um auch „spitze“ Fachthemen künftig zielgenau in die relevanten Branchennetzwerke zu tragen.

Identifikation und Kultur: Das Programm wirkt stark nach innen. Die Sichtbarkeit der eigenen Arbeit fördert die Motivation und stärkt den Zusammenhalt zwischen den Standorten und Abteilungen, da die Vielfalt der Aufgaben für alle erlebbar wird.

Kontinuierliche Begleitung: Ein solches Programm ist kein Selbstläufer. Eine klare Roadmap – von der Auswahl motivierter Talente bis zur Unterstützung bei kritischen Kommentaren – ist essenziell für eine nachhaltige Kommunikation. ●

Autorin

Nadia Riaz-Ahmed,
Verwaltungs-
Berufsgenossenschaft (VBG)



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/04/#fussnoten

Digitale Transformation – Mensch und Technik bilden das Team für die Zukunft

Es braucht Haltung und Mut, um einen Sozialversicherungsträger mit innovativen Technologieideen zukunftsfähig zu machen. Die digitale Transformation integriert technische Lösungen in die Prozesse und schafft echte Mehrwerte für die Menschen. Die Versicherten und die Beschäftigten stehen dabei im Mittelpunkt.

Eine Beschäftigtenstruktur mit vielen älteren Beschäftigten, der Fachkräftemangel am Arbeitsmarkt und der steigende Kostendruck machen es erforderlich, die digitale Transformation der SVLFG mit Haltung und Mut voranzubringen. Mensch und Technik müssen sich im Arbeitsalltag ergänzen, um effizient zu arbeiten.

Die Führungskräfte aller Ebenen der Sozialversicherung für Landwirtschaft, Forsten und Gartenbau (SVLFG)¹ sind die Wegbereiter für eine erfolgreiche digitale Transformation. Grundlage bildet ein zeitgemäßes Verständnis für die Führungsaufgaben und die Führungsverantwortung. Die SVLFG hat bundesweit in einer 5-stufigen Hierarchie rund 450 Führungskräfte.

Key Facts

- Digitale Transformation ist eine Notwendigkeit zum Erhalt der Arbeitsfähigkeit in der öffentlichen Verwaltung und der Zukunftsfähigkeit der Sozialversicherungsträger
- Automatisierung und Künstliche Intelligenz (KI) sind Freund, nicht Feind der Verwaltung
- Führungskräfte sind die Wegbereiter für die digitale Transformation und die Akzeptanz bei den Beschäftigten



Quelle: SVLFG

Die neuen Führungsaufgaben der SVLFG

Technik für Menschen: der SVLFG-Digi

Seit gut zwei Jahren begrüßt auf der SVLFG-Website der SVLFG-Digi. Der SVLFG-Digi ist der virtuelle Assistent der Versicherten, der bei allgemeinen Fragen 24/7 weiterhilft. Genau darin liegt bereits ein großer Mehrwert für die Verwaltung. Der Chatbot ist rund um die Uhr erreichbar, nie krank und macht auch keinen Urlaub. Er entlastet die Sachbearbeitung merklich von „den Ablauf störenden“ Telefonaten und bisher oft schriftlich gestellten, wiederkehrenden Fragen.

Der SVLFG-Digi begrüßt mit einem freundlichen „Wie kann ich dir helfen?“. Die Sprache zeigt bereits die Idee des Chatbots. Das Angebot ist niedrigschwellig gestaltet und symbolisiert mit der Anrede per Du das partnerschaftliche Verhältnis zwischen den Versicherten und der Teamverstärkung durch den Chatbot. Beim Start der Konversation müssen die Versicherten nur der Datenschutzerklärung zustimmen und schon geht es los. Der Chatbot klärt derzeit noch darüber auf, dass er sich noch „in Ausbildung“ befindet, er also noch nicht in allen Themenfeldern der SVLFG antworten kann.

Kein vorbehaltloser Empfang für den Chatbot

Die Idee, einen Chatbot einzuführen, war anfangs ungewohnt und neu. Die Sachbearbeitung hatte Sorge, „überflüssig“ zu werden, und die Haltung, die Fragen besser beantworten zu können. Die Führungskräfte waren gefordert, zu erläutern, dass der SVLFG-Digi unterstützt, jedoch in schwierigen Einzelfällen nie die Sachbearbeitung ersetzen wird. Die Innovationswerkstatt der SVLFG hat sodann ein Budget freigegeben und eine interdisziplinäre Gruppe, bestehend aus Technik, Fachbereich und Organisation, beauftragt, den SVLFG-Digi gemeinsam „zum Leben“ zu erwecken.

SVLFG-Digi lernt vom Menschen

Um eine entsprechende Qualität der Antworten zu gewährleisten, ist der Chatbot zunächst mit einem NLU (Natural Language Understanding) ausgestattet worden. NLU ist eine Art der Künstlichen Intelligenz (KI). Die NLU vergleicht dabei die Inhalte, die von den Nutzenden des Chatbots in den Chat geschickt werden, mit den Inhalten, die im Redaktionssystem hinterlegt sind. Die Fähigkeit des Bots, Auskünfte zu geben, hängt vom Umfang der Informationen ab, auf die er zurückgreifen kann. Es müssen Frage-Antwort-Paare gebildet werden, die als Vergleichsbasis für die NLU dienen.

Die SVLFG steht als Verbundträger mit vier Versicherungszweigen vor der Herausforderung, alle Themenfelder bedienen zu müssen. Die Fachbereiche haben daher Autorinnen und Autoren gemeldet, die sich an der Befüllung des Redaktionssystems beteiligt haben. Dabei wurde sichtbar, dass einige Begriffe in den unterschiedlichen Rechtsrahmen der Versicherungszweige „doppeldeutig“ sind (beispielsweise Fahrtkosten bei Krankenkassen und Berufsgenossenschaften). Die NLU ist damit an ihre Grenzen gekommen.

»Ein „weiter so“ genügt nicht, um die SVLFG in die Zukunft zu führen. Wer in Führungsverantwortung steht, hat den klaren Auftrag zur Veränderung. Die Technik ist Freund, nicht Feind.«

Gerhard Sehnert,
Geschäftsführer der SVLFG

Um den Versicherten dennoch die passenden Antworten zu den Fragestellungen zu bieten, wurde ein „Strukturnavigator für Teekesselchen“ eingeführt. Es wurden zunächst alle Begriffe gesammelt, die in mehreren Versicherungszweigen vorkommen – im Anschluss wurde über Verlinkungen gearbeitet. Bei einer nicht eindeutigen Frage wird der Versicherte zur richtigen Antwort geführt, indem eine übergeordnete Konversation vorgeschaltet wird, um genauer nachzufragen, welchen Versicherungszweig das Anliegen betrifft.

SVLFG-Digi demnächst auch mit KI im Bauch

Um den Chatbot generell „schlauwer werden zu lassen“, soll als nächste Ausbaustufe ein LLM (Large Language Model) angebunden werden. Ziel ist es, dass der Chatbot immer dann, wenn er kein passendes Frage-Antwort-Paar findet, in ein sogenanntes „Fallback-Szenario“ geht und die KI auf der SVLFG-Website nach passenden Inhalten sucht.

Das Redaktionssystem wird somit auf ein sogenanntes RAG-System (Retrieval-Augmented Generation System) umgestellt und bringt abgestuft vorrangig die Frage-Antwort-Paare und nachgeordnet Internet-Inhalte zur Anzeige.



Avatar des Chatbots
„SVLFG-Digi“

SVLFG-Digi – inzwischen ein Freund

Rückblickend kann festgestellt werden, dass die freundliche Bildmarke des SVLFG-Digi in der Wahrnehmung der Beschäftigten und der Versicherten als virtuelle helfende Hand maßgeblich dazu beigetragen hat, dass sich das zusätzliche Angebot auf der SVLFG-Website nach anfänglichen Bedenken schnell und erfolgreich etabliert hat. Er ist eine echte Entlastung.

Teamwork im Posteingangsprozess

In der Posteingangsbearbeitung zeigt sich, wie wichtig effiziente und verlässliche Abläufe sind. Täglich eingehende Dokumente bei der SVLFG umfassen sowohl standardisierte Formulare als auch individuelle Schreiben und medizinische Unterlagen. Diese Eingänge gehen per Post, über das Versichertenportal, per E-Mail oder über Datenaustauschverfahren ein. Jedes Dokument muss tagesaktuell erfasst, zugeordnet und der Sachbearbeitung für die weitere Bearbeitung bereitgestellt werden. Bisher ist dies ein sehr personalintensiver Prozess, sodass die Chancen der Digitalisierung hier für eine Optimierung genutzt werden können.

Versprechen an die Beschäftigten

Auch bezogen auf diese KI-Komponenten bestehen Befürchtungen der Beschäftigten, den Arbeitsplatz zu verlieren. Unter der Prämisse, die KI unterstützend für die Beschäftigten und skalierbar einzuführen, hat die SVLFG als Arbeitgeber das Versprechen gegeben, dass die Funktionen, ausgerichtet am altersbedingten Ausscheiden der Beschäftigten, hochgefahren werden. Das gemeinsame Arbeiten im Projekt schafft

Vertrauen. Zudem sind die Führungskräfte gefordert, mit einer positiven Haltung und Fehlerkultur die Verbesserung der KI-Erkennungsquoten zu begleiten. Eine lernende KI ist – ebenso wie die Beschäftigten auch – von Beginn an nicht bei 100 Prozent richtiger Bearbeitung. Es ist gegenseitiges Verständnis zwischen Projekt und Fachbereichen gefordert, wenn Fehler passieren.

Das KI-Inputmanagement bietet Chancen

Vor dem Hintergrund der mittelfristigen Effizienzsteigerung hat die SVLFG den Einsatz von KI im Posteingangsprozess (Inputmanagement)² in den Fokus gerückt. Ein Projekt, eng begleitet durch die Interessenvertretungen, wurde initiiert.

Die Einführung von KI im Inputmanagement der SVLFG erfolgt schrittweise in aufeinander aufbauenden Stufen. Jede Ausbaustufe zielt darauf ab, kurzfristig Unterstützungspotenziale nutzbar zu machen und gleichzeitig Qualität, Nachvollziehbarkeit sowie Akzeptanz der Prozesse sicherzustellen.

Stufe 1 – Indexierung: Eingehende Dokumente werden durch die KI analysiert und anhand definierter Merkmale Akten und Vorgängen zugeordnet.

Stufe 2 – Datenextraktion: Relevante Inhalte wie Personen-, Leistungs- und Vorgangsdaten werden automatisiert aus den Dokumenten extrahiert und für die Weiterverarbeitung bereitgestellt.

Stufe 3 – Anstoß von Backendprozessen: Auf Basis der extrahierten Informationen werden nachgelagerte Fachverfahren angestoßen.

Digitale Transformation geht weiter

Perspektivisch eröffnet der modulare Aufbau des Inputmanagements weitere Entwicklungsmöglichkeiten für den Einsatz von KI. Insbesondere die Integration von LLM bietet Potenziale zur erweiterten Verarbeitung und Analyse unstrukturierter Informationen sowie zur Unterstützung komplexerer Bearbeitungsschritte. Gleichzeitig ermöglicht die technische Architektur, bereits erprobte Komponenten flexibel auch in anderen Anwendungsfeldern einzusetzen. Auf diese Weise können vorhandene Technologien und Erfahrungen effizient nachgenutzt und weitere KI-gestützte Prozesse schrittweise etabliert werden.

Die Aufgabenerledigung der Zukunft erfolgt in einem modernen Sozialversicherungsträger völlig selbstverständlich durch Menschen und Technik „Hand in Hand“. Auch für die Governance und die Compliance eine ganz neue Perspektive. ●

Autorinnen

Corinna Botte,
Sozialversicherung für
Landwirtschaft, Forsten und
Gartenbau (SVLFG)

Antonia Börner,
Sozialversicherung für
Landwirtschaft, Forsten und
Gartenbau (SVLFG)

Jasmin Kropf,
Sozialversicherung für
Landwirtschaft, Forsten und
Gartenbau (SVLFG)



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/05/#fussnoten

Serious Games in der Prävention: Spielerisch zu Sicherheit und Gesundheit

Die Vermittlung von Themen der Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit ist oft eine Herausforderung – insbesondere, wenn klassische Schulungsformate auf wenig Aufmerksamkeit stoßen. Serious Games bieten hier einen alternativen Ansatz: Sie ermöglichen einen niedrigschwelligen, motivierenden Zugang zu komplexen Präventionsthemen.

Der Begriff Serious Game geht auf den US-amerikanischen Forscher Clark C. Abt zurück, der bereits 1970 formulierte, dass es sich um Spiele handle, die einen ausdrücklichen und sorgfältig durchdachten Bildungszweck verfolgen und nicht in erster Linie zur Unterhaltung gedacht sind.¹ Damit ist das Wesensmerkmal benannt: Serious Games sind vollständige (heutzutage meist digitale) Spiele – mit Narrativ, Spielmechaniken, Herausforderungen und Feedback, bei denen der primäre Zweck über bloße Unterhaltung hinausgeht. Dabei grenzen sich Serious Games von Gamification ab, einem konzeptionell verwandten Ansatz, der in der Literatur und Praxis häufig mit ihnen gleichgesetzt wird: Während es sich bei Serious Games um vollwertige Spiele handelt, werden bei der Gamification lediglich einzelne Spielelemente – etwa Punkte, Abzeichen oder Ranglisten – in Lernkontexte integriert, um diese attraktiver zu gestalten.

Vielfalt: Von Adventure bis Simulation

Serious Games sind keine homogene Kategorie. Sie lassen sich nach Genre, intendierten Outcomes und Zielgruppen klassifizieren. Gängige Genres umfassen Adventure- und Action-Spiele, Strategie- und Denkspiele, Management- und Simulationsspiele, Casual Games und sogenannte Pervasive Games. Hinsichtlich möglicher Lernwirkungen lassen sich kognitive Outcomes wie Wissenserwerb und Problemlösefähigkeiten, affektive Wirkungen wie Einstellungsveränderungen und Motivation sowie soziokulturelle Kompetenzen wie kollaboratives Handeln unterscheiden. Entsprechend vielfältig sind auch die Funktionen, die Serious Games übernehmen können: Sie können neues Wissen und neue Kompetenzen vermitteln, bestehende Fähigkeiten trainieren, komplexe Kompetenzen entwickeln – oder als Vorbereitung für künftige Lernprozesse dienen.² Diese Breite macht sie zu einem flexiblen Instrument in der Präventionsarbeit.

Key Facts

- Serious Games sind digitale Spiele, die neben dem Ziel zu unterhalten mindestens ein Bildungs- oder Verhaltensziel verfolgen
- Serious Games eignen sich für die Vermittlung von Präventionsinhalten, weil sie Zielgruppen ansprechen können, die mit klassischen Formaten kaum zu erreichen sind
- Serious Games können für Präventionsthemen sensibilisieren und komplexe Zusammenhänge erfahrbar machen

Im Kontext der Prävention haben sich folgende Spielformen als besonders relevant erwiesen:

- **Simulationsspiele** bilden komplexe betriebliche oder soziale Systeme nach und ermöglichen das Erproben von Handlungsoptionen in einem sicheren, risikofreien Rahmen. Sie eignen sich besonders für die Vermittlung systemischer Zusammenhänge, etwa im Bereich Arbeitsschutz, Gesundheitsmanagement oder Fehlerkultur.
- **Narrative Rollenspiele und Adventure Games** ermöglichen das Einnehmen von Perspektiven und die Reflexion eigener Haltungen. Sie werden unter anderem zur Sensibilisierung für Themen wie psychische Belastung, Diskriminierung oder Suchtprävention eingesetzt.
- **Exergames (Bewegungsspiele)** verbinden körperliche Aktivität mit spielerischen Anreizen. Für die betriebliche Gesundheitsförderung und die Förderung von Bewegung bei spezifischen Zielgruppen wurden positive Effekte auf Motivation und Selbstwirksamkeit nachgewiesen.
- **Gesundheitsspiele** adressieren medizinische Themen direkt. So lässt etwa das Spiel ReMission³ Patientinnen und Patienten als Nanoroboter im menschlichen Körper Krebszellen bekämpfen. Eine randomisierte Studie zeigte positive Effekte auf die Selbstwirksamkeit in Bezug auf die Therapie und die Medikamentenadhärenz⁴.

Drei Kernbotschaften

Serious Games erreichen Personen, die durch andere Formate nicht erreicht werden

Eine der zentralen lernpsychologischen Begründungen für den Einsatz von Serious Games liegt in ihrem motivationalen Potenzial. Das Spiel bietet Anreize durch Herausforderungen, unmittelbares Feedback, Neugier, Narrativ und das Erleben von Kompetenz und Autonomie.⁵ Die Angebote des Spiels resultieren in Interesse, Spaß und Unterhaltung, welche wiederum das Lernverhalten maßgeblich beeinflussen: Engagement und Partizipation steigen vor allem bei Personen, welche sich sonst mit den Inhalten nicht auseinandergesetzt hätten. Diese gesteigerte Motivation schafft dann wiederum die Grundlage für intendierte Lerneffekte.

Für die Präventionsarbeit ist das besonders relevant. Prävention richtet sich häufig an Zielgruppen, für die das jeweilige Thema – sei es Arbeitssicherheit, psychische Belastung oder Fehlerkultur – wenig salient oder emotional besetzt ist. Wenn klassische Schulungs- und Informationsformate Zielgruppen nicht oder nur oberflächlich erreichen, können Serious Games eine Alternative bieten: Das spielerische Format senkt die Hemmschwelle zur Auseinandersetzung und schafft ein motivationales Einstiegsangebot.

»Wenn klassische Schulungs- und Informationsformate Zielgruppen nicht oder nur oberflächlich erreichen, können Serious Games eine Alternative bieten.«

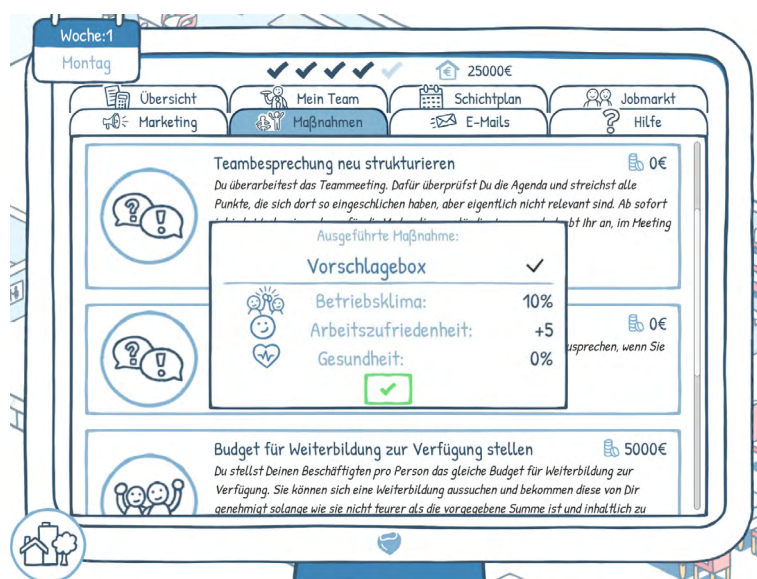
Simulationsspiele machen Komplexität erfahrbar

Präventionsthemen sind in der Praxis selten einfach. Gerade Simulationsspiele bieten hier einen didaktischen Mehrwert: Sie können komplexe Systemzusammenhänge abbilden und sie erlebbar machen. Die Spielenden handeln selbst und erfahren die Konsequenzen ihrer Entscheidungen.

Was Simulationsspiele von anderen Lernformaten unterscheidet, ist das Prinzip des iterativen Handelns: Spielende können Entscheidungen treffen, Rückmeldungen erhalten, Strategien anpassen und Szenarien wiederholen. Dieses „Ausprobieren und Scheitern“ in einem geschützten Rahmen ermöglicht eine Form des entdeckenden Lernens, die im Arbeitsalltag kaum realisierbar wäre. Die aktive Auseinandersetzung und das Handeln innerhalb des Spiels ermöglichen dabei den Aufbau mentaler Modelle eines Sachverhalts – weit wirkungsvoller als die passive Rezeption von Informationsmaterial.⁴

Ein konkretes Beispiel aus dem deutschsprachigen Raum ist das Simulationsspiel SimKult – Kultur der Prävention (www.simkult.de), ein Gemeinschaftsprojekt der Technischen Universität Dresden und der DGUV Akademie. Das Spiel wurde in enger Abstimmung mit Fachexpertinnen und -experten der DGUV und der Unfallversicherungsträger entwickelt und thematisiert Inhalte aus den Bereichen Kommunikation, Betriebsklima, Fehlerkultur, Führung und Partizipation sowie Sicherheit und Gesundheit als Strategie.

Wer SimKult spielt, übernimmt die Rolle einer Führungskraft und steht vor einer vertrauten Herausforderung: Wie lässt sich im eigenen Betrieb eine nachhaltige Kultur der Prävention etablieren? Im Spiel managt jede Person ihr eigenes Restaurant und trägt dabei Verantwortung für die Beschäftigten – die getroffenen Entscheidungen wirken sich unmittelbar auf deren Sicherheit und Gesundheit aus, aber auch auf den



Quelle: Projekt SimKult © the Good Evil GmbH/TU Dresden

Screenshot aus dem Simulationsspiel SimKult – Kultur der Prävention

wirtschaftlichen Erfolg des Betriebs. Woche für Woche wählen die Spielenden aus einem Katalog konkreter Maßnahmen – der Screenshot zeigt exemplarisch das Feedback nach der Einführung einer Vorschlagsbox: Betriebsklima und Arbeitszufriedenheit steigen, das Budget wird nicht belastet. Jede Entscheidung hat messbare Konsequenzen auf mehreren Dimensionen gleichzeitig. Teams zwischen fünf und 15 Beschäftigten erleben so gemeinsam mit ihrer Führungskraft, wie organisationale Faktoren ineinandergreifen – und warum einzelne Maßnahmen allein selten ausreichen. Begleitende empirische Studien mit dem Prototyp zeigten erste positive Hinweise auf Einstellungsveränderungen und Wissenszuwachs hinsichtlich präventionsrelevanter Inhalte.

Didaktische Einbettung entscheidet über den Lernerfolg

Maßgeblich für den Erfolg von Serious Games ist die Art und Weise, wie ein Spiel in einen Lernprozess integriert wird.⁶ Grundlegend für die Einbettungsfrage ist zunächst eine Klärung des angestrebten Lernziels.

Als „Preparation for Future Learning“ dient das Spiel dazu, ein gemeinsames Erleben zu schaffen, auf das sich nachfolgende Lernprozesse beziehen können. Hier steht nicht die vollständige Vermittlung von Inhalten im Vordergrund – das Spiel weckt Interesse, schärft Problembewusstsein und schafft motivationale und kognitive Anknüpfungspunkte für die spätere Vertiefung. Dies ist insbesondere für die Sensibilisierung von Zielgruppen geeignet, bei denen Themen wie Arbeitssicherheit oder die Vorbildfunktion von Führungskräften noch wenig präsent sind.

Soll das Spiel hingegen selbst einen wesentlichen Teil der Lerninhalte vermitteln, stellen sich die Fragen der inhaltlichen Dichte und des Feedbackdesigns. Komplexere Simulationsspiele eignen sich hier besonders, weil sie Inhalte nicht deklarativ, sondern prozedural – durch das Spielen selbst – zugänglich machen.

Unabhängig vom gewählten Format gilt: Reflexion und Debriefing sind in der Regel entscheidende Erfolgsfaktoren. Das Spielerlebnis allein reicht selten aus, um nachhaltigen Transfer in den Arbeitsalltag zu gewährleisten. Erst durch die geleitete Reflexion werden implizite Spielerfahrungen explizit gemacht, in größere Zusammenhänge eingeordnet und handlungsleitend. Meta-Analysen zeigen, dass Serious Games in Verbindung mit ergänzenden Lernaktivitäten deutlich bessere Lernergebnisse erzielen als im Standalone-Einsatz.⁶

Für die Praxis bedeutet dies: Die Einführung eines Serious Games sollte von einer klaren Zieldefinition begleitet sein. Geht es um erste Sensibilisierung? Um die Vermittlung von Fachwissen? Oder um die Entwicklung von Handlungskompetenzen und Problemlöseverhalten? Je nach Antwort variieren nicht nur Spieltyp und -format, sondern auch die Gestaltung der Lernumgebung davor und danach.

»Die Einführung eines Serious Games sollte von einer klaren Zieldefinition begleitet sein.«

Fazit: Spielen mit klarem Ziel und Konzept

Serious Games bieten der Präventionsarbeit eine genuine Erweiterung des didaktischen Repertoires. Ihr entscheidender Vorzug liegt nicht im Spielerischen an sich, sondern in der Kombination aus motivationalem Angebot, aktiver Auseinandersetzung, iterativem Handeln und der Möglichkeit, auch schwer zugängliche Zielgruppen zu erreichen. Simulationsspiele können zudem Komplexität abbildbar und erlebbar machen – eine Qualität, bei der klassische Informationsformate an ihre Grenzen kommen.

Gleichzeitig gilt: Serious Games sind kein Allheilmittel. Ihre Wirkung hängt entscheidend davon ab, wie klar das Lernziel definiert ist, wie passgenau das Spielformat gewählt und wie sorgfältig die didaktische Einbettung gestaltet wird. Wer Serious Games als Teil einer durchdachten Lernarchitektur einsetzt, gewinnt ein Instrument, das informieren, sensibilisieren und bilden kann – und das dabei Spaß macht. ●

Autor

Dr. Felix Kapp,
Humboldt-Universität
zu Berlin



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/06/#fussnoten

VISION ZERO-Kampagne dynamisiert Kommunikation mit Unternehmen

2017 startete in Luxemburg die erste große, crossmediale VISION ZERO-Kampagne. Sie rückte das Thema Sicherheit und Gesundheitsschutz stärker in die öffentliche Wahrnehmung. Die Kommunikation der Luxemburgischen gesetzlichen Unfallversicherung mit den Unternehmen hat sich in der Folge deutlich intensiviert und verbessert.

Mit der Einführung der nationalen VISION ZERO-Strategie im März 2016 hat Luxemburg ein Zeichen für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit gesetzt. Die Strategie war Ausdruck des Willens, dem Arbeits- und Gesundheitsschutz neuen Schwung zu verleihen und alle Beteiligten zu mobilisieren.

Für die luxemburgische gesetzliche Unfallversicherung (Association d'assurance accident – AAA), als eine der Initiatoren der VISION ZERO in Luxemburg, bedeutet diese Initiative nicht nur eine neue Präventionsstrategie, sondern auch einen Wandel in der Kommunikation mit den versicherten Unternehmen. Die Kommunikation der Präventionsabteilung mit den Unternehmen wurde sichtbarer, direkter und dynamischer. Während Kontakte früher meist punktuell entstanden, etwa nach Auffälligkeiten in den Unfallanzeigen oder auf Anfrage eines Unternehmens, hat sich der Austausch zu einer breiteren und kontinuierlicheren Begleitung entwickelt, mit dem Ziel, eine Präventionskultur zu fördern.

Kontakt mit Unternehmen vor VISION ZERO

Vor der Einführung der Strategie auf nationaler Ebene war die Kommunikation mit den Unternehmen stärker anlassbezogen. Die Präventionsabteilung kontaktierte Firmen vor allem dann direkt, wenn Auffälligkeiten festgestellt wurden. Umgekehrt meldeten sich Unternehmen meist mit spezifischen Fragen zur Arbeitssicherheit. Beratungen und Betriebsbesichtigungen erfolgten überwiegend aufgrund konkreter Anfragen oder besonderer Unfallsauffälligkeiten, insbesondere in traditionell risikoreichen Branchen wie der Industrie oder dem Bausektor.

Der Austausch war fachlich zielgerichtet, erreichte aber vor allem Unternehmen, die aufgrund ihrer Tätigkeit stärker mit Fragen der Arbeitssicherheit konfrontiert waren. VISION ZERO hat diesen Rahmen deutlich erweitert.

Key Facts

- VISION ZERO-Kampagne in Luxemburg sensibilisiert erfolgreich für Fragen der Sicherheit, Gesundheit und des Wohlbefindens bei der Arbeit
- Die Kommunikation mit den Unternehmen hat sich verändert: Aus anlassbezogenen Kontakten wurde ein proaktiver, datenbezogener Austausch
- Die verschiedenen Medienkampagnen stellen die Etablierung einer ganzheitlichen Präventionskultur in den Mittelpunkt

Sensibilisierung seit der ersten Kampagne

Mit der ersten großen crossmedialen VISION ZERO-Kampagne, die im Juni 2017 gestartet wurde, rückte das Thema Sicherheit und Gesundheitsschutz stärker in die öffentliche Wahrnehmung. Die Kampagne richtete sich an Unternehmen, Unternehmensleitungen und Beschäftigte sowie an die breite Öffentlichkeit. Ziel war es, eine Präventionskultur zu fördern und Unternehmen zu aktivem Engagement für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit zu bewegen.

Das Konzept beruhte auf realen Situationen und starken Botschaften. Im Mittelpunkt standen echte Menschen, die einen Unfall bei der Arbeit oder auf dem Weg zur Arbeit erlebt hatten. Die Kampagne wollte nicht schockieren, sondern sensibilisieren, informieren und mobilisieren. Dadurch wurden Risiken nicht mehr nur als abstrakte Zahlen oder technische Fragen wahrgenommen, sondern als Realität, die jede und jeden betreffen kann.

Die Medienkampagne war landesweit sichtbar: auf Straßenerwerbtafeln, Plakaten und Busrückseiten sowie in Straßenbahnen, Kinos und im Radio. Dadurch kamen nahezu alle Unternehmen und viele Beschäftigte in Luxemburg mit der Botschaft in Kontakt. Für die AAA führte dies zu einem deutlichen Anstieg der Anfragen. Gleichzeitig veränderte sich die Art der Fragen: Unternehmen wandten sich nicht mehr nur mit Einzelproblemen an die Präventionsabteilung, sondern interessierten sich zunehmend für eine ganzheitliche und systematische Organisation des Arbeits- und Gesundheitsschutzes.

Ein weiterer wichtiger Schritt war die Einführung der spezifischen Internetseite (visionzero.lu) im Jahr 2017. Unternehmen konnten sich über die Strategie informieren, Materialien abrufen und der VISION ZERO beitreten.

»Die Kampagne wollte nicht schockieren, sondern sensibilisieren, informieren und mobilisieren.«

Kleine Einschränkungen für
einen sicheren Arbeitsweg

Anruf ignoriert,
Aufmerksamkeit
gesichert

Entdecken Sie alle
bewährten Praktiken auf
visionzero.lu/de/verkehrssicherheit

Partner der Kampagne

AAA.lu UEL SECURITE MOUVEMENT CFC

Le Centre National de Recherche et d'Information sur la Sécurité au Travail (CNRSIT)

**VISION
ZERO.lu**
SICHERHEIT.GESUNDHEIT.WOHLBEFINDEN

Quelle: AAA

Gezielte Ansprache der Risikosektoren

Aufgrund der positiven Erfahrungen der ersten Phase beschlossen die Initiatoren von VISION ZERO, die Anstrengungen fortzusetzen. In der zweiten Phase, die bis 2030 läuft, wird der Fokus stärker auf Risikosektoren, wie zum Beispiel Bau, Landwirtschaft oder auch Metall- und Holzverarbeitung, gelegt. Ziel ist unter anderem, die nationale sektorübergreifende Häufigkeitsrate der Arbeitsunfälle bis 2030 um 20 Prozent gegenüber 2019 zu senken.

Damit veränderte sich auch die Kommunikation der AAA mit den Unternehmen erneut. Seit 2023 basiert der Kontakt zu vielen Unternehmen stärker auf statistischen Analysen. Unternehmen aus Risikosektoren werden gezielt angeschrieben und zu einer Beratung eingeladen. Häufig wird bereits ein konkreter Termin vorgeschlagen. Die Beratung bleibt freiwillig, doch die direkte Form der Ansprache erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Unternehmen das Angebot wahrnehmen.

Diese Vorgehensweise hat zu deutlich mehr Beratungen geführt, insbesondere in den Risikosektoren. Gleichzeitig hat sie den direkten Kontakt zu vielen Unternehmen intensiviert. Die Präventionsabteilung tritt nicht mehr nur als Ansprechpartnerin für punktuelle Fragen auf, sondern zunehmend als aktive Begleiterin im Verbesserungsprozess.

Nach der Beratung erhalten die Unternehmen einen Maßnahmenbericht und melden die Umsetzung zurück. So entsteht ein fortlaufender Austausch. Die Kommunikation endet somit nicht mit einem einzelnen Beratungstermin, sondern entwickelt sich zu einem wiederkehrenden Dialog über Fortschritte und weitere Präventionsmöglichkeiten.

Wegeunfälle als Thema für alle Unternehmen

Die jüngste VISION ZERO-Medienkampagne widmet sich den Wegeunfällen und damit einem Problem, das nahezu alle Unternehmen in Luxemburg betrifft. Berufsbedingte Verkehrsunfälle, also Wege- und Dienstwegeunfälle, gehören zu den häufigsten arbeitsbedingten Todesursachen. Im Zeitraum von 2019 bis 2024 endeten in Luxemburg 25 Wegeunfälle tödlich. Die Kampagne verweist dabei auf sieben Leitlinien zur Verbesserung der Verkehrssicherheit im Betrieb.

Auch diese Kampagne hat die Kommunikation mit den Unternehmen verändert. Da die Botschaften landesweit auf Straßenerbetafeln, in Radiospots und weiteren Medien sichtbar waren, fühlten sich Unternehmen aller Branchen angesprochen. Mehrere Betriebe kontaktierten die AAA gezielt wegen Beratungen im Bereich Wegeunfälle und Verkehrssicherheit. Damit wurde deutlich, dass VISION ZERO Themen sichtbar machen kann, die viele Unternehmen betreffen, im Alltag aber nicht immer systematisch behandelt werden.

Ausblick und Fazit

Im Jahr 2026 wurde das Logo der nationalen VISION ZERO-Strategie angepasst. Neben Sicherheit und Gesundheit rückt nun auch das Wohlbefinden bei der Arbeit stärker in den Vordergrund. Prävention wird damit zunehmend ganzheitlich verstanden. Neben dem klassischen Arbeits- und Gesundheitsschutz gewinnen mentale Gesundheit, Ergonomie sowie der digitale, ökologische und demografische Wandel an Bedeutung.

Die VISION ZERO-Strategie hat die Kommunikation der AAA mit den Unternehmen nachhaltig verändert. Aus einer überwiegend anlassbezogenen Kommunikation ist ein dynamischer, sichtbarer und zunehmend proaktiver Austausch mit den versicherten Unternehmen geworden. Durch nationale Kampagnen, die Internetseite, gezielte Anschreiben und die Nachverfolgung von Maßnahmen wurde die Präventionsarbeit näher an die Betriebe herangeführt.

Gleichzeitig fühlen sich deutlich mehr Unternehmen von Fragen der Sicherheit, Gesundheit und des Wohlbefindens bei der Arbeit angesprochen. Risiken, die früher weniger im Vordergrund standen, rücken stärker ins Bewusstsein. Die Kommunikation der AAA mit den Unternehmen ist damit breiter, strukturierter und zukunftsorientierter geworden. ●

Autorin

Dr. Annick Sunnen,
Luxemburgische gesetzliche
Unfallversicherung
(Association d'assurance
accident – AAA)

Kundennähe mit System – Das Kundenmanagement der BG BAU im Praxiseinsatz

Die BG BAU hat mit dem Kundenmanagement eine Struktur geschaffen, die Kundennähe als Organisationsprinzip verankert. Wie das in der Praxis funktioniert – von der Zusammenarbeit mit Innungen bis zum Aktionstag auf der Baustelle – beschreibt dieser Beitrag.

Schnelle Reaktionen, klare Zuständigkeiten und ein Dialog auf Augenhöhe prägen heute die Erwartungen von Unternehmen an die Träger der gesetzlichen Unfallversicherung. Gleichzeitig stehen diese Institutionen immer wieder im Fokus politischer und öffentlicher Diskussionen. Für die Berufsgenossenschaft der Bauwirtschaft (BG BAU) war dies Anlass, die Kommunikation mit ihren Mitgliedsbetrieben und deren Interessenvertretungen gezielt weiterzuentwickeln.

Mit dem Kundenmanagement wurde ein Ansatz geschaffen, der Kundennähe nicht dem Zufall überlässt, sondern als organisatorisches Prinzip versteht. Ziel ist es, Ansprechstellen zu bündeln, Transparenz über Leistungen und Angebote zu schaffen und fachbereichsübergreifende Unterstützung entlang der gesamten Leistungskette greifbar zu machen – von der Prävention über die Rehabilitation bis zu Services.

Entstehung und Zielbild

Die Ursprünge des Kundenmanagements der BG BAU liegen in der Praxis. Bereits 2018 wurde in der Region Nord die Funktion eines Fachberaters für Rehabilitation und Leistungen eingeführt. Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass die Außenwahrnehmung der BG BAU vielfach auf zwei Aspekte reduziert wurde: den Besuch von Aufsichtspersonen im Rahmen der Prävention sowie den Beitragsbescheid. Die umfangreichen Leistungen der gesetzlichen Unfallversicherung nach Eintritt eines Versicherungsfalles waren vielen Unternehmen hingegen kaum bekannt.

Ziel war es daher zunächst, über diese Leistungen frühzeitig und nicht erst im Schadensfall zu informieren. Dahinter steht die Überzeugung, dass die Akzeptanz für Präventionsmaßnahmen steigt, wenn Unternehmen die BG BAU als unterstützenden Partner wahrnehmen. Ein positives Image wurde daher als wichtiger Faktor für wirksame Verhaltensprävention erkannt.

Key Facts

- Das Kundenmanagement bündelt Ansprechstellen und koordiniert Serviceleistungen fachbereichsübergreifend
- Innungen und Verbände fungieren als Multiplikatoren für kleine und mittlere Betriebe der Bauwirtschaft
- Zwei Praxisbeispiele zeigen, wie Prävention, Rehabilitation und Service vor Ort greifbar werden
- Reichweite, Resonanzquoten und Anschlussaktivitäten dienen als Indikatoren der Wirkungsmessung

Schnell zeigte sich jedoch, dass Anliegen von Unternehmen selten nur einen einzelnen Fachbereich betreffen. Statt isolierter Zuständigkeiten entwickelte sich die Vision eines ganzheitlichen Ansatzes. Die BG BAU sollte für Kundinnen und Kunden als eine Organisation auftreten, die Anliegen bündelt und intern koordiniert, ohne dass externe Akteure sich mit internen Strukturen auseinandersetzen müssen.

Diese Perspektive wurde schrittweise ausgebaut. Seit Ende des dritten Quartals 2024 gibt es in jeder Region eine Stelle im regionalen Kundenmanagement (RKM). Um die Bedeutung zu unterstreichen, sind diese Stellen jeweils direkt bei der Regionsgeschäftsführung angesiedelt. Das Leitmotiv lautet: einheitlich auftreten, individuell beraten.

Struktur und Aufgaben

Das Kundenmanagement der BG BAU ist die Schnittstelle zwischen externen Partnern und internen Fachbereichen. Es verbindet Planung mit operativer Umsetzung und sorgt dafür, dass Informationen, Angebote und Rückmeldungen dort ankommen, wo sie gebraucht werden.

Im Fokus stehen dabei insbesondere Innungen, Verbände und weitere Interessenvertretungen. Sie sind zentrale Multiplikatoren für kleine und mittelgroße Unternehmen, in denen ein Großteil des Unfallgeschehens stattfindet. Während Großbetriebe häufig über eigene Arbeitsschutzstrukturen verfügen, erreichen Präventions- und Unterstützungsangebote viele kleinere Betriebe nur eingeschränkt. Über die Zusammenarbeit mit Innungen und Verbänden können Themen der BG BAU flächendeckend und passgenau vermittelt werden.

Das Kundenmanagement versteht sich als verlässlicher Partner dieser Organisationen vor Ort. Es bietet feste Ansprechpersonen, bündelt Anfragen, unterstützt bei der Planung gemeinsamer Veranstaltungen und koordiniert die Einbindung relevanter Fachbereiche. Arbeitsschutz und Gesundheit sollen so zum selbstverständlichen Bestandteil des betrieblichen Alltags werden.

Gleichzeitig bleibt der Ansatz flexibel. In ausgewählten Fällen nutzt die BG BAU auch direkte Formate, wenn mit überschaubarem Aufwand viele Beschäftigte erreicht werden können. Diese ergänzenden Maßnahmen zeigen, dass das Kundenmanagement bedarfsgerecht arbeitet, ohne den Fokus auf Multiplikatoren aus den Augen zu verlieren.

Koordinierung und Rückkopplung

Nach innen übernimmt das Kundenmanagement eine verbindende Funktion. Es koordiniert die Zusammenarbeit zwischen den Fachabteilungen Prävention, Rehabilitation und Leistungen sowie Mitglieder und Beiträge, vermeidet

»Kundennähe ist kein einmaliges Projekt, sondern ein Prozess, in dem Angebote und Kommunikationsformate regelmäßig überprüft und weiterentwickelt werden.«

Doppelansprachen und reduziert Reibungsverluste. Rückmeldungen aus der Praxis – etwa auf Innungsversammlungen, Verbandstagungen oder Unternehmensveranstaltungen – werden erfasst und ausgewertet.

So entsteht ein fortlaufender Kreislauf aus Rückmeldung und Anpassung. Kundennähe ist kein einmaliges Projekt, sondern ein Prozess, in dem Angebote und Kommunikationsformate regelmäßig überprüft und weiterentwickelt werden.

Kundennähe mit System



Das Kundenmanagement der BG BAU im Praxiseinsatz

Aktionstag im Ausbildungszentrum

Wie Kundennähe konkret aussieht, zeigte der Aktionstag „Absturz? Ohne mich!“ im Überbetrieblichen Ausbildungszentrum Brandenburg im Februar 2025. Gemeinsam mit Partnern aus dem Baugewerbe wurden Auszubildende für typische Risiken auf Baustellen sensibilisiert. Thematische Schwerpunkte lagen auf Absturzsicherung, sicherem Arbeiten in Baugruben sowie dem Umgang mit Leitern und Gerüsten. Ergänzt wurde das Angebot um Aspekte des Lärmschutzes.

Mehr als hundert Teilnehmende durchliefen mehrere Stationen, an denen sie Sicherheitslösungen praktisch erproben und mit Fachleuten ins Gespräch kommen konnten. Ein Beratungsstand informierte ergänzend über Leistungen und Angebote der BG BAU.

Das Kundenmanagement übernahm die fachübergreifende Koordination – von der ersten Anfrage über die Abstimmung mit den beteiligten Fachabteilungen bis zur Nachbereitung. Inhalte wurden auf die Zielgruppe zugeschnitten, Ansprechpersonen vernetzt und Rückmeldungen dokumentiert. Die positive Resonanz und konkrete Anschlussfragen führten dazu, dass weitere Bildungseinrichtungen Interesse an ähnlichen Formaten signalisierten.

Dialog im Messeformat

Ein weiteres Beispiel liefert die Zusammenarbeit mit einem bei der BG BAU versicherten Großunternehmen im Rahmen von sechs Teilbetriebsversammlungen. Statt klassischer Vorträge wurde ein Messeformat gewählt, bei dem Beschäftigte nach einer kurzen Einführung gezielt Informationsstände besuchen konnten.

Das regionale Kundenmanagement koordinierte den Auftritt der BG BAU und stellte ein interdisziplinäres Team zusammen. Vor Ort wurden Fragen zu Prävention, etwa persönlicher Schutzausrüstung und arbeitsmedizinischen Themen, sowie zu Rehabilitationsleistungen direkt beantwortet oder zur weiteren Bearbeitung aufgenommen. Beschäftigte konnten Materialien ausprobieren, Beratung in Anspruch nehmen und persönlich ins Gespräch kommen.

Der Betriebsrat des Unternehmens bewertete den Auftritt als professionell und inhaltlich hochwertig. Für das Kundenmanagement lieferte die Veranstaltung zugleich wichtige Hinweise auf Informationsbedarfe und geeignete Formate für den Austausch mit Großunternehmen.

Nutzen und Wirkungsorientierung

Der Nutzen des Kundenmanagements wird an verschiedenen Stellen deutlich. Innungen und Verbände profitieren von klaren Zuständigkeiten und kurzen Wegen. Unternehmen erhalten abgestimmte Informationen und Angebote aus einer Hand. Der BG BAU selbst liefert das Kundenmanagement konkrete Steuerungsimpulse: Bedarfe werden sichtbar, Trends früh erkannt und Ressourcen lassen sich gezielter einsetzen.

Zur Wirkungsmessung dienen nachvollziehbare Indikatoren wie Reichweiten von Veranstaltungen, Resonanzquoten, Anzahl qualifizierter Anfragen und Anschlussaktivitäten. Entscheidend ist dabei weniger die Einzelkennzahl als deren Entwicklung über die Zeit. Die Erkenntnisse fließen regelmäßig in die weitere Planung ein.

Ausblick

Das Kundenmanagement hat sich innerhalb kurzer Zeit als feste Größe bewährt. Künftige Schwerpunkte liegen in der Weiterentwicklung dialogorientierter Formate, dem Ausbau der Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen sowie der digitalen Unterstützung von Kontakt- und Themenmanagement.

Unverändert bleibt der Kern des Ansatzes: Kundennähe ist eine Daueraufgabe. Sie erfordert klare Rollen, verlässliche Strukturen und die Bereitschaft, aus Erfahrungen zu lernen. Das Kundenmanagement der BG BAU trägt dazu bei, indem es Beratung und Leistung zusammenführt und damit die Wirksamkeit der gesetzlichen Unfallversicherung im Alltag der Bauwirtschaft stärkt. ●

Autorin und Autoren

Claudia Lange,
Berufsgenossenschaft der
Bauwirtschaft (BG BAU)

Matthias Hellmig,
Berufsgenossenschaft der
Bauwirtschaft (BG BAU)

Patrick Hartung,
Berufsgenossenschaft der
Bauwirtschaft (BG BAU)

Kampf um Aufmerksamkeit: Erfolgsfaktoren für TikToks

Wir sind im Zeitalter der Kurzvideos angekommen. Moderne Kommunikation bewegt sich. Erfolgreich sind Formate, die Aufmerksamkeit sofort binden, im Verlauf halten und Reaktionen auslösen. Um sich auf Social-Media-Plattformen wie TikTok langfristig zu etablieren, braucht es ein modernes Verständnis von Erzählweise, Auswertung und Community-Pflege.

Kurzvideos sind Teil einer Mediumgebung, in der die Zeit des Publikums zur wertvollsten Ressource geworden ist. Aufmerksamkeit ist die Währung des 21. Jahrhunderts. Das Phänomen wird auch als Aufmerksamkeitsökonomie bezeichnet. Streamingdienste, Mediatheken und lineares Fernsehen konkurrieren um dieselben freien Minuten und Stunden wie TikTok und Instagram. In dieser Aufmerksamkeitsökonomie wird nicht allein belohnt, was sichtbar ist, sondern vor allem, was Menschen lange bei einem Angebot hält.

Für Plattformen wie TikTok ist diese Bindung wirtschaftlich relevant. Je länger Nutzende bleiben, desto mehr Inhalte, Werbeflächen und Datenpunkte werden erzeugt. Sichtbarkeit beziehungsweise Reichweite wird daher vom Algorithmus bevorzugt an Clips vergeben, die die verfügbare Zeit effizient nutzen.

Kurzvideos auf TikTok werden freiwillig in der Freizeit konsumiert und stehen dabei in Konkurrenz mit Millionen anderer Clips. Jede Sekunde muss daher begründet sein. Nicht der Sender, sondern der Empfänger bestimmt, was ausgespielt wird. Ist die Performance zu schwach, wird das Video nicht weiter angeschaut. Aufrufe und Likes können Hinweise auf die Performance liefern. Sie erklären jedoch nur einen Teil der Leistung. Wichtiger ist die Qualität der Nutzung: Wie viele Sekunden werden tatsächlich angesehen? An welcher Stelle steigt das Publikum aus? Wird ein Clip kommentiert, gespeichert oder geteilt? Erst aus der Gesamtheit dieser Kennzahlen ergibt sich ein belastbares Bild, ob der Clip erfolgreich war oder nicht.

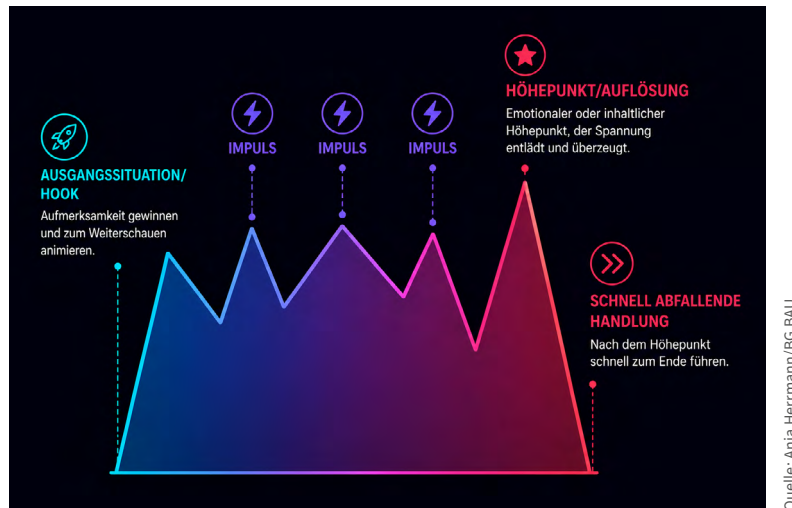
Key Facts

- Reichweite entsteht durch Bindung, nicht durch bloße Aufrufe
- Entscheidend sind Einstieg, Spannungsführung und klare Dramaturgie
- Charismatische, authentische Charaktere schaffen Identitätsanker
- Ausreichend Ressourcen für Community Management bereitstellen

Modernes Storytelling auf Social Media

Die traditionelle Dramaturgie mit Einleitung, Hauptteil und Ausklang funktioniert im Kurzvideo nur eingeschränkt. Der Einstieg muss nicht vorbereiten, sondern sofort erklären, warum die nächsten Sekunden relevant sind. Aus einer linearen Erzählung wird eine Abfolge präziser Reize.

Das betrifft den visuellen Bildstil, die Sprache und den Schnitt zugleich. Ein starker Auftakt, häufig als „Hook“ bezeichnet, eröffnet eine Spannung, erzeugt Neugierde oder verspricht einen Erkenntnisgewinn. Danach muss jeder Abschnitt den nächsten plausibel machen. Statt langer Herleitungen tragen Mini-Höhepunkte durch das Video: eine Beobachtung, ein Perspektivwechsel, eine Zuspitzung, ein Beispiel, ein Ergebnis.



Modernes Storytelling

Gutes Kurzvideo-Storytelling ist verdichtet, nicht oberflächlich. Reduktion bedeutet Konzentration auf eine klare Aussage. Eine Botschaft pro Clip ist oft wirksamer als der Versuch, mehrere Aspekte gleichzeitig abzudecken. Wer zu viel transportieren will, schwächt den inneren Zug des Videos.

Parameter im Ranking

Für die Bewertung eines Kurzvideos sind mehrere Kennzahlen relevant. In der Praxis lässt sich eine Rangfolge ableiten, auch wenn Plattformen ihre Systeme nicht vollständig offenlegen.

An erster Stelle steht meist die Wiedergabedauer, häufig „Watchtime“ genannt. Gemeint ist die durchschnittliche Zeit, die ein Clip tatsächlich betrachtet wird. Ebenso wichtig ist die Abschlussrate, also der Anteil der Personen, die ein Video bis zum Ende ansehen. Denn der Algorithmus spielt präferiert Videos aus, die Menschen möglichst lange auf der Plattform halten.

Ein dritter zentraler Wert ist die Abbruchrate, oft als „Drop-Off-Rate“ bezeichnet. Sie zeigt, an welchen Stellen Nutzende aussteigen. Hohe Verluste in den ersten Sekunden deuten meist auf einen schwachen Einstieg, eine unklare Behauptung oder ein zu spätes Einsetzen des eigentlichen Inhalts hin. Wiederholte Aufrufe wirken sich ebenfalls positiv auf die Verbreitungschancen des Videos aus. Sie entstehen häufig, wenn Informationen dicht, Pointen überraschend oder Anleitungen besonders nützlich sind.

»Erfolgreiche Kurzvideos folgen selten einer linearen Dramaturgie. Sie führen von Reiz zu Reiz und rechtfertigen mit jeder neuen Sekunde, warum das Weitersehen sinnvoll ist.«

Doch nicht allein die Publikumsbindung an das Video ist entscheidend. Auch die Interaktion mit dem Video spielt eine tragende Rolle. Besonders relevant sind neu gewonnene Abonnements, also Fälle, in denen sich Zuschauende noch während des Videos entscheiden, einem Kanal zu folgen. Es folgen Teilungen, gespeicherte Beiträge und die Anzahl der Kommentare. Was viele überrascht: Likes fallen demgegenüber weniger stark ins Gewicht.



»Wiederholte Aufrufe entstehen häufig, wenn Informationen dicht, Pointen überraschend oder Anleitungen besonders nützlich sind.«

Die einzelnen Kennzahlen dürfen jedoch nicht isoliert betrachtet werden. Erst im Zusammenspiel zeigen sie, ob Inhalt, Form und Publikumserwartung zueinander passen. Das Verhältnis aus Interaktionsparametern und der Abspielzeit wird oft als „Value-to-Watchtime“ beschrieben. Sogenannte „Clickbait-Clips“, also Videos mit hohen Aufrufzahlen und hoher Watchtime, die allerdings keine nennenswerte Interaktion aufweisen, werden von dem Algorithmus auch nicht priorisiert verbreitet werden.

Authentizität vor Hochglanz

Im Kurzvideo zählt weniger makellose Perfektion als erkennbare Glaubwürdigkeit. Authentizität bedeutet nicht Ungeplantheit, sondern Stimmigkeit. Sprache, Haltung, Auftreten und Thema müssen zueinander passen. Künstlich wirkende Überinszenierung kann Distanz erzeugen.

Ein klares Alleinstellungsmerkmal bleibt dennoch unverzichtbar. Wer keinen erkennbaren Grund für die eigene Präsenz formulieren kann, wird im Strom ähnlicher Inhalte austauschbar. Das kann fachliche Expertise, eine unverwechselbare Bildsprache oder eine charismatische Hauptfigur sein, mit der das Publikum sympathisiert. Authentizität steht und fällt mit dem freien Spielraum, der bei der Produktion gewährleistet wird.

Für die BG BAU beispielsweise agieren echte Aufsichtspersonen vor der Kamera. Die Clips entstehen dort, wo auch die Zielgruppe agiert – auf der Baustelle. Durch die praxisnahe und authentische Aufbereitung und Darstellung erreicht sie dadurch über acht Millionen Aufrufe im Jahr allein auf TikTok und kann mit Stand Mai dieses Jahres 42.000 Follower verbuchen.

Community Management als Faktor

Content-Produktion endet nicht mit dem Upload. Community Management gehört zum Systemerfolg eines Kanals, weil Reaktionen die Sichtbarkeit verlängern und vertiefen können. Wer Kommentare einordnet, Rückfragen aufgreift oder Anschlussinhalte aus Diskussionen entwickelt, erhöht die Wahrscheinlichkeit weiterer Interaktionen.

Zugleich liefert die Kommentarspalte wertvolle Hinweise für die langfristige Content-Optimierung. Missverständnisse, Einwände und wiederkehrende Fragen zeigen, an welchen Stellen Formulierungen unklar waren oder Themen vertieft werden sollten. Community Management ist daher nicht nur Service, sondern Teil der Analyse.

Der Umgang mit Trends

Trends können Reichweite beschleunigen, ersetzen jedoch keine eigene Linie. Sounds, Formate, Schnitte oder wiederkehrende Erzählmuster erleichtern den Zugang, weil sie vertraut wirken. Wer Trends nutzt, profitiert von Bekanntheit und Wiedererkennbarkeit. Der Effekt bleibt jedoch kurz, wenn kein eigener Mehrwert hinzukommt.

Sinnvoll ist deshalb ein selektiver Umgang. Nicht jeder Trend passt zu jeder Organisation oder Marke. Entscheidend ist die Anschlussfähigkeit an Thema, Tonalität und Zielgruppe. Ein Trend sollte einen Inhalt tragen, nicht verdecken.

Auswertung statt Bauchgefühl

Die systematische Evaluation von Kurzvideos hilft, Schwachstellen sichtbar zu machen und künftige Produktionen präziser auszurichten. Aussagekräftig sind vor allem Muster über mehrere Clips hinweg: wiederkehrende Abbruchpunkte, starke Einstiege, Themen mit hoher Kommentarquote oder Formate mit vielen Speicherungen.

Erfolg entsteht weder allein aus Intuition noch allein aus Kennzahlen. Tragfähig werden Formate dort, wo ein klarer inhaltlicher Kern, modernes Storytelling, emotionale Präzision und konsequente Community-Pflege zusammenfinden. In der Aufmerksamkeitsökonomie gewinnt nicht der lauteste Clip, sondern derjenige, der Relevanz schnell beweist und bis zum Ende hält. ●

Autorin und Autor

Anja Herrmann,
Berufsgenossenschaft der
Bauwirtschaft (BG BAU)

Jan-Peter Schulz,
Berufsgenossenschaft der
Bauwirtschaft (BG BAU)

Gefährdungen durch Biostoffe: Desinformation erkennen und begegnen

Desinformationen zielen darauf ab, Menschen zu verunsichern und ihr Vertrauen in wissenschaftlich abgesicherte Informationen zu untergraben. Eine Kommunikation, die Desinformation begegnen will, nimmt die damit verbundenen Emotionen ernst und setzt auf Verständigung über Kriterien für glaubwürdige Informationen.

„Muss ich hier wirklich eine Atemschutzmaske tragen? Das ist doch alles übertrieben mit dem Virus; das ist doch gar nicht gefährlich“ oder „Das Büro betrete ich nicht mehr. Das riecht dermaßen nach Schimmel, da holt man sich ja den Tod.“ Arbeitgebende werden immer wieder mit Aussagen konfrontiert, in denen Gefährdungen durch Mikroorganismen beziehungsweise Krankheitserreger unter- oder überschätzt werden. Diese Einschätzungen haben Auswirkungen auf die Arbeit. Wer geht schon gerne zur Arbeit, wenn er Angst hat, dort krank zu werden? Wer möchte sich durch Schutzmaßnahmen drangsaliert fühlen? Angst und Ärger können aufmerksames Arbeiten beeinträchtigen, was wiederum zu sinkender Produktivität und Unfällen führen kann. Hiervor kann geeignete Kommunikation schützen.¹

Die Fähigkeit, Gefährdungen, deren Beurteilung und die Notwendigkeit von Schutzmaßnahmen angemessen zu kommunizieren, wird vor diesem Hintergrund zur Schlüsselqualifikation. Sie soll Verunsicherung entgegenwirken und die Akzeptanz von Schutzmaßnahmen bei den Beschäftigten verbessern.

Kommunikation findet jedoch nicht im Vakuum statt. In der Regel haben Akteure mit kollidierenden Interessen bereits den Diskussionsraum gefüllt und die Einschätzungen von Beschäftigten mitgeprägt. Ein wesentlicher Bestandteil dieses Diskursraums sind die Medien – insbesondere soziale Medien. Berichterstattung über Gefährdungen ist dabei immer eine Gratwanderung zwischen berechtigten Warnungen und der Gefahr, zu verunsichern und Ängste auszulösen.

Fake News und Desinformation werden teils gezielt eingesetzt, um Meinungen zu beeinflussen. Ob es sich um objektive Aufklärung, um unbeabsichtigte Falschmeldungen oder bewusste Manipulation handelt, lässt sich oft nicht auf den ersten Blick erkennen. Die meisten Seiten sprechen davon, aufklären zu wollen. Aber wem soll man glauben? Welche Quellen informieren objektiv? Es gibt Hinweise, die erkennen lassen, ob die

Key Facts

- Fehlinformationen können sowohl zu einer Unterschätzung als auch zu einer Überschätzung von Gefährdungen durch Biostoffe führen
- Fehleinschätzungen der Gefährdung können zu einer verringerten Akzeptanz der festgelegten Schutzmaßnahmen führen
- Die Einigung auf gemeinsame Kriterien für glaubwürdige Informationsquellen kann helfen, eine konstruktive Diskussion zu ermöglichen

Autorinnen und Autoren aufklären oder tatsächlich manipulieren und verunsichern wollen. Manipulative Kommunikationsstrategien zu kennen und zu erkennen, kann dabei helfen, Diskussionen über mögliche Gefährdungen zu versachlichen und die Basis für einen offenen und konstruktiven Dialog sowie Umgang mit Schutzmaßnahmen zu schaffen.

Folgende Strategien lassen sich unterscheiden:

- absichtliches Irreführen durch Desinformationen
- intransparente Darstellungen
- Instrumentalisierung wissenschaftlicher Erkenntnisse

Desinformation

Eine Strategie der Desinformation ist die Verbreitung von Halbwahrheiten. Anerkannte Fakten werden so mit Meinungen oder Falschaussagen vermischt, dass sie zu falschen Schlussfolgerungen führen.² Ein Beispiel ist die Aussage: „Schimmelsporen können Allergien verstärken. Das erklärt vermutlich auch die zunehmende Müdigkeit und Konzentrationsschwäche vieler Menschen – Schimmel ist ein unterschätzter Auslöser für chronische Erschöpfung.“ Während der erste Satz korrekt ist, werden anschließend weitere Symptome genannt, ohne einen kausalen Zusammenhang zu belegen. So entsteht der Eindruck, dass Schimmel ursächlich für die zunehmende Müdigkeit und Konzentrationsschwäche vieler Menschen ist.

Eine weitere Strategie ist der Einsatz sogenannter Pseudoexperten. Diese sind zwar akademisch ausgebildet, aber nicht unbedingt Fachleute für das jeweilige Thema. Durch Auftritte in Interviews oder fingierten Expertenrunden soll ihre Glaubwürdigkeit zusätzlich gestärkt werden.

Weitere typische Merkmale sind:

- **Vereinfachen von komplexen Zusammenhängen auf eine einzige Ursache:**
Ein Beispiel ist die Behauptung, Infektionen seien ausschließlich auf ein schwaches Immunsystem zurückzuführen. Unterschlagen wird, dass eine Infektion ein komplexes Geschehen ist und beim Vorliegen entsprechender Voraussetzungen wie einer ausreichenden Expositionshöhe auch gesunde Personen krank werden können.
- **Verweisen auf Studien, ohne konkrete Quellenangabe:**
Mit solchen allgemeinen Verweisen soll die Seriosität der Aussage unterstrichen werden. Gleichzeitig dient der Verweis, man könne die Studien im Internet nachlesen, wie eine rhetorische Immunisierung. So wird unterstellt: Wer die Aussage hinterfragt, hat sich nicht ausreichend informiert.
- **„Rosinenpickerei“:**
Hierbei werden einzelne Details hervorgehoben, um ein Gesamturteil zu beeinflussen. Ein Beispiel hierfür ist der Verweis auf eine fehlende Zertifizierung in Teilbereichen, um die Eignung eines Nachweisverfahrens als Ganzes in

» Eine Strategie der Desinformation ist die Verbreitung von Halbwahrheiten.«

Frage zu stellen, oder auf gefährliche Inhaltsstoffe hinzuweisen, ohne zu informieren, dass die Konzentrationen in einem sehr niedrigen und unkritischen Bereich liegen.

- **„Totschlagargumente“:**

Hierzu zählt beispielsweise die Behauptung, dass etwas nicht hundertprozentig sicher ist – zum Beispiel im Zusammenhang mit der Wirksamkeit von Atemschutzmasken oder Impfungen gegen Infektionen.

Intransparenz

Zu den intransparenten Darstellungen zählen die folgenden Techniken:

- **Weglassen wichtiger Informationen zur Einordnung von Aussagen oder Daten:**

Ein Beispiel hierfür ist das Auflisten möglicher, gesundheitsschädigender Wirkungen von Mikroorganismen, ohne zu informieren, dass diese Wirkungen etwa nur bei sehr hohen Konzentrationen, nur in Zellkulturversuchen oder nur bei schweren Vorerkrankungen wie HIV beobachtet wurden.

- **Darstellung relativer Risiken ohne Angabe des Ausgangsrisikos:**

So kann die Aussage „Schimmel erhöht das Risiko einer schweren Pilzinfektion um 300 Prozent“ irreführend sein: Ein Anstieg von 0,001 auf 0,004 Prozent entspricht zwar rechnerisch +300 Prozent, bleibt aber extrem selten. Ohne ein bestimmtes Ausgangsrisiko ist die Aussage daher von geringem Informationswert.

- **Weglassen von Referenzbedingungen bei Aussagen zu epidemiologischen Studien:**

Fehlende Angaben zu Altersgruppen, Expositionsbedingungen oder medizinischen Parametern können Fehlinterpretationen fördern. In der Meldung „Bis zu 15 Prozent der Bevölkerung reagieren im Allergietest auf Schimmel – das Gesundheitsrisiko wird massiv unterschätzt“, wird unterschlagen, dass ein positiver Allergietest nicht zwangsläufig gleichbedeutend mit einer Allergie ist. Ein positiver Allergietest zeigt zunächst nur, dass die Person sensibilisiert ist. In der überwiegenden Zahl der Fälle entwickelt sich aus einer Sensibilisierung keine Allergie.

- **Weglassen des Kontexts einer Aussage:**

Beispielsweise wird nur die Antwort einer bestimmten Person, aber nicht die dazugehörige Frage zitiert. Auf diese Weise lassen sich Personen leicht diskreditieren.

Instrumentalisieren von Forschungsergebnissen

Wissenschaftliche Ergebnisse entwickeln sich stetig weiter. Gerade bei begrenzter Datenlage können neue Untersuchungen zu anderen Ergebnissen kommen, ohne sich zwangsläufig zu widersprechen. Es reicht oft schon, wenn einzelne Untersuchungsparameter variiert werden. So können Viren in einer Studie nach einer Woche noch nachweisbar sein, während sie

in einer anderen bereits verschwunden sind – etwa aufgrund unterschiedlicher Ausgangskonzentrationen. So finden sich für viele Fragestellungen unterschiedliche Aussagen, was es leicht macht, sich die passende Untersuchung herauszupicken. Für Nicht-Experten ist das schwer zu erkennen.

Eine Klammer, die nahezu alle Strategien umfasst, ist das Ansprechen von Emotionen. Schilderungen von Einzelfällen mit teils schwerwiegenden Erkrankungen sind leichter nachzuvollziehen als Statistiken. Zudem ist es leichter, sich mit Einzelschicksalen zu identifizieren, insbesondere, wenn der Eindruck erweckt wird, dass man selbst ebenfalls betroffen sein könnte.

Experimentelle Untersuchungen haben gezeigt, dass etwa die Darstellung eines „objektiv“ gleichen Risikos hinsichtlich des Schadensausmaßes zu unterschiedlichen Beurteilungen der Schwere des Risikos führt – je nachdem, ob die Darstellung so erfolgt, dass sie Empörung hervorruft oder aber Nachsicht bewirkt beziehungsweise neutral ist. Darstellungen, die Empörung induzieren, führen zu höheren Risikourteilen als Darstellungen, die neutral sind oder Nachsicht beziehungsweise Verständnis mit dem Verursacher oder der Verursacherin der Gefährdung nahelegen. In der Psychologie wird dies als Framing bezeichnet.

Emotionen wie Wut und Ärger lassen sich auch auf andere Weise auslösen. Zum Beispiel, indem behauptet wird, dass verantwortliche Stellen Informationen vorenthalten oder Unternehmen beziehungsweise Personen Notsituationen ausnutzen, um sich zu bereichern. Wer aber wütend oder verängstigt ist, läuft immer Gefahr, die kritische Distanz zum Inhalt und damit auch den kritischen Blick zu verlieren.

Fehlinformationen im Betrieb begegnen

Insbesondere wenn bereits Emotionen im Spiel sind, etwa wenn Beschäftigte ihrem Ärger Luft machen oder aus Angst vor Erkrankungen nicht mehr weiterarbeiten wollen, führt eine rein faktenbasierte Argumentation in der Regel nicht weiter. Deshalb ist es von zentraler Bedeutung, zu klären, woher die jeweiligen Emotionen kommen.

Entgegen der landläufigen Meinung wird die Einschätzung einer Gefährdung nicht nur durch objektive Fakten und Zahlen beeinflusst, sondern auch durch subjektive Faktoren. Dazu zählen unter anderem:

- unmittelbare Erkennbarkeit der Gefährdung
- freiwillige Risikoakzeptanz vs. unfreiwillige Exposition
- das Gefühl, alles im Griff zu haben (Kontrollierbarkeit)
- Fehleinschätzung der eigenen Widerstandsfähigkeit
- persönliche Betroffenheit und eigene Erfahrungen
- Einschätzung der Gefährdung im sozialen Umfeld, zum Beispiel im Freundeskreis
- Wissen, Gesundheitskompetenz und Informationsverhalten

» Insbesondere wenn bereits Emotionen im Spiel sind, führt eine rein faktenbasierte Argumentation in der Regel nicht weiter.«

Emotionen müssen ernst genommen werden. Wenn der Eindruck entsteht, dass einem nicht geglaubt wird, wird es nicht gelingen, die Gegenseite von der Richtigkeit der eigenen Position zu überzeugen. Ebenfalls ist es wichtig, dass niemand sich in die Enge getrieben fühlt. In solchen Fällen ist die Gefahr groß, dass Beteiligte sich innerlich verschließen und ein konstruktiver Dialog nicht mehr möglich ist.

Die Gesprächspartner/Gesprächspartnerinnen müssen auf Augenhöhe angesprochen werden und ggf. in Grenzsituationen ihr Gesicht wahren können.

In einer Situation, in der beide Seiten davon ausgehen, dass sie ihre Informationen – etwa aus sozialen Medien oder Internetmeldungen – für richtig halten, ist eine gemeinsame, von beiden akzeptierte Datenbasis zentral. Ziel ist, eine Einigung auf übergreifende Kriterien herzustellen, die für beide Seiten eine glaubhafte Informationsquelle kennzeichnen. Ein Arbeitskreis des Ausschusses für Biologische Arbeitsstoffe (ABAS) hat hierfür mit Unterstützung des Harding-Zentrums für Risikokompetenz eine Empfehlung mit Blick auf Informationsquellen bei unter- oder überschätzten Gefährdungen durch Biostoffe erstellt. Sie bietet ein Hilfsmittel, um in kurzer Zeit einzuschätzen, ob ein Informationsangebot wahrscheinlich fehlinformierend ist.

Dieses Hilfsmittel ist ein spezieller Entscheidungsbaum, ähnlich einer Prüfkette. Er ist das Ergebnis von systematischen, mehrstufigen Expertenprozessen auf der Grundlage von 38 möglichen Prüfmerkmalen und veröffentlichten Biostoffinformationen. Er ermöglicht ein niedrigschwelliges, schnelles Screening problematischer Informationsangebote. Dafür genügt die Beantwortung von maximal drei Fragen zu Prüfmerkmalen. Entscheidend für zuverlässige Ergebnisse ist die Reihenfolge der Fragen.

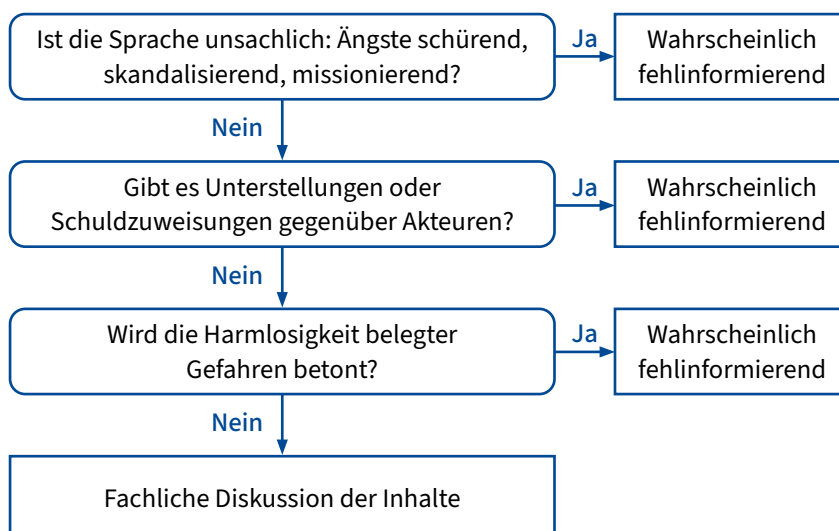


Abbildung 1: Entscheidungsbaum mit Prüfmerkmalen (aus der Empfehlung des ABAS zur Kommunikation bei unter- oder überschätzten Gefährdungen durch Biostoffe)

Die erste Frage betrifft die Sprache der jeweiligen Äußerungen. Schürt ein Text Ängste, skandalisiert er den beschriebenen Sachverhalt oder versucht er gar, die Leserschaft zu steuern, spricht dies für mögliche Fehlinformationen. Angstschürende Sprache zeigt sich etwa in Begriffen wie „Killerpilze“ oder „Superkeime“. Skandalisierende Sprache erweckt den Eindruck, eingesetzte mikrobiologische Nachweisverfahren oder Erfassungssysteme seien ungeeignet, Gefährdung zu erfassen. Häufig wird behauptet, dass die Allgemeinheit über die wahren Hintergründe eines Sachverhalts absichtlich im Unklaren gelassen werde.

Missionierende Sprache zielt darauf ab, das Gegenüber durch emotionalen Druck, moralische Appelle oder suggestive Wiederholung zu einer Überzeugung zu drängen, ohne echte argumentative Auseinandersetzung anzubieten. Sie appelliert an Zugehörigkeit, Identität oder Angst vor Ausgrenzung – anstatt durch nachprüfbare Gründe und offenen Diskurs zu überzeugen.

Es können aber auch andere Kriterien hinzugezogen werden. Wird beispielsweise nur darüber berichtet, dass bestimmte Stoffe mit gesundheitsschädigendem Potenzial gefunden wurden, ohne zu informieren, unter welchen Arbeitsplatz-beziehungsweise Expositionsbedingungen und bei welchen konkreten Tätigkeiten eine gesundheitsschädigende Wirkung auftreten kann, ist eine Übertragbarkeit der Aussagen zur möglichen gesundheitlichen Wirkung fraglich.

Je nachdem, ob Gefährdungen vom Beschäftigten unter- oder überschätzt werden, ist ein differenziertes Vorgehen erforderlich. Dabei ist die Tatsache, ob die Fehleinschätzungen aus den öffentlichen Medien, aus dem persönlichen Umfeld oder aus anderen Quellen kommen, durchaus zu berücksichtigen. In jedem Fall gilt: Auch wenn es wünschenswert erscheint – es ist nicht zwingend erforderlich, die entsprechenden Beschäftigten inhaltlich zu überzeugen. Ziel muss es sein, einen Weg zu finden, damit die festgelegten Schutzmaßnahmen akzeptiert und eingehalten werden.

Welche Gesprächsführung in welchem Fall sinnvoll ist, zeigt die ABAS-Empfehlung mit Gesprächsleitfäden, Checklisten und weiteren Hilfen. Neben der 28-seitigen Fassung gibt es eine Kurzfassung auf knapp vier Seiten. ●

Empfehlung des ABAS zur Kommunikation bei unter- oder überschätzter Gefährdung durch Biostoffe

Kurzfassung:



Langfassung:



Autor

Dr. Stefan Mayer,
Berufsgenossenschaft Handel
und Warenlogistik (BGHW)



Fußnoten inklusive Liste der Arbeitskreismitglieder

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/10/#fussnoten



Literaturhinweise

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/10/#literaturhinweise

Krisenkommunikation und Arbeitsschutz am Beispiel der Ukraine

Der Beitrag zeigt, wie sich die Krisenkommunikation verändert, wenn eine Notlage lange anhält und wie sie auch unter unsicheren Bedingungen Menschenleben schützen kann.

Notfallsituationen verändern nicht nur Gefährdungen, sondern auch die Bedingungen, unter denen Menschen Informationen aufnehmen und Entscheidungen treffen. In akuten Phasen müssen Beschäftigte, Führungskräfte, Einsatzkräfte und öffentliche Stellen häufig innerhalb weniger Minuten handeln. Gleichzeitig können Stromversorgung, Verkehrswege, digitale Netze oder gewohnte Meldewege eingeschränkt sein. Arbeitsschutz wird damit auch zu einer Frage der Kommunikation.

Schutzmaßnahmen wirken nur, wenn sie rechtzeitig, verständlich und glaubwürdig vermittelt werden. Für Unternehmen bedeutet das: Kommunikation ist kein Zusatz zur Gefährdungsbeurteilung, sondern Teil von Führung, Prävention und betrieblicher Resilienz.

Die Erfahrungen aus der Ukraine zeigen: In langanhaltenden Notlagen wird Krisenkommunikation Teil des Arbeitsalltags. Organisationen müssen dauerhaft informieren, priorisieren und Rückmeldungen einholen. Das gilt auch für andere langanhaltende Krisenlagen.

Vom Alarm zur Handlung

Gute Krisenkommunikation muss aus Warnungen konkrete Handlungen ableiten. Prävention entsteht erst, wenn daraus ein klarer Ablauf folgt: Tätigkeit unterbrechen, Energiequellen sichern, sichere Bereiche aufsuchen und prüfen, ob alle Personen erreicht wurden.

Für die betriebliche Praxis ist deshalb eine einfache Vier-Schritt-Formel hilfreich:

- Was ist bekannt?
- Was bedeutet das für die Arbeit?
- Was ist jetzt zu tun?
- Wo gibt es weitere verlässliche Informationen?

Key Facts

- Krisenkommunikation braucht vorbereitete Zuständigkeiten, Ersatzkanäle und klare Abläufe
- In langanhaltenden Notlagen wird Krisenkommunikation zum Teil des Arbeitsalltags
- Digitale Anwendungen unterstützen Warnung, Orientierung und schnelle Rückmeldungen
- Vision Zero lässt sich auch auf Notlagen übertragen: Menschenleben unter dynamischen und unsicheren Bedingungen bestmöglich zu schützen

Ein Beispiel ist die Nutzung regionaler Warn-Apps in der Ukraine.¹ Eine Warnmeldung sollte im Betrieb mit vorab festgelegten Regeln verbunden sein. Auf Baustellen kann eine Warnung bedeuten: Arbeiten stoppen, Maschinen sichern und sichere Bereiche aufsuchen.

Quellen prüfen, Unsicherheit nennen

Vertrauen entsteht durch transparente Kommunikation. Unter dynamischen Bedingungen bleiben Lagebilder oft unvollständig. Teilweise werden Orte von Ereignissen aus Sicherheitsgründen bewusst nicht veröffentlicht. Gleichzeitig können Informationen verfälscht, falsch interpretiert oder unkontrolliert weiterverbreitet werden.

Organisationen sollten deshalb verbindlich festlegen, welche Quellen genutzt werden: offizielle Warnkanäle, interne Lagebewertungen, geprüfte Karten und definierte Kontaktpersonen.

Eine transparente Schutzbotschaft kann lauten: „Die Lage wird geprüft. Bis zur Entwarnung Arbeiten im Außenbereich einstellen, sichere Bereiche aufsuchen und keine unbestätigten Ortsangaben weiterleiten.“ Unsicherheit wird damit nicht verschwiegen, sondern handhabbar gemacht.

» Informationen sollten aktuell, möglichst offline verfügbar und an reale Bedingungen angepasst sein.«

Digitale Kanäle richtig verbinden

Digitale Anwendungen können Krisenkommunikation schneller und konkreter machen. Ihr Nutzen liegt jedoch nicht im einzelnen Tool, sondern in der Verbindung von Warnung, Orientierung, Rückmeldung und Dokumentation.

Warn-Apps können eine erste Information auslösen. Kommunale Dienste oder Stadt-Apps können Orientierung geben, etwa durch Karten sicherer Orte, von Schutzräumen oder U-Bahn-Stationen.² Solche Informationen sollten aktuell, möglichst offline verfügbar und an reale Bedingungen angepasst sein.

Statusmeldungen nach dem Prinzip „Are you OK?“ ergänzen die Alarmierung.³ Sie helfen zu erkennen, wer erreichbar ist und Unterstützung benötigt.

Digitale Plattformen zur Freiwilligen- oder Ressourcenkoordination zeigen einen weiteren Baustein. In akuten Lagen ist es nicht entscheidend, möglichst viele Helfende zu mobilisieren. Entscheidend ist, Personen mit passenden Qualifikationen sicher einzusetzen, Aufgaben zu dokumentieren, Einsatzzeiten zu begrenzen und unkontrollierte Exposition zu vermeiden.⁴ Plattformen für Bedarf und Unterstützung können zudem zeigen, welche Ressourcen fehlen, welche Angebote verfügbar sind, und welche Prioritäten gelten.⁵

Auch digitale Gefährdungsbeurteilungen und kurze Lernformate sind Teil der Kommunikation. Web-Anwendungen wie

digitale Checklisten, Entscheidungsbäume oder Rapid-Risk-Assessment-Tools⁶ können Führungskräfte dabei unterstützen, unter Zeitdruck nicht nur schnell, sondern nachvollziehbar zu entscheiden.⁷ Beispiele zu digitalen Lösungen zeigen diese Bandbreite: Freiwilligenkoordination, Energy-Aid-Plattformen⁸, Überprüfung der Kenntnisse in Erster Hilfe⁹ sowie zum Notgepäck¹⁰, psychosoziale Check-ins, Präventionsplattformen¹¹, digitale Gefährdungsbeurteilung und risikobasierte Priorisierung^{12,13}.

Krisenkommunikation als Normalbetrieb

Wenn eine Notlage Wochen oder Monate dauert, verändert sich die Aufgabe. Kommunikation darf dann nicht nur reaktiv sein. Sie muss in den Arbeitsalltag integriert werden.

Wiederholung ist dabei kein Zeichen schlechter Kommunikation, sondern ein Sicherheitsprinzip. Wiederkehrende Botschaften, Piktogramme und mehrsprachige Hinweise helfen, Informationen auch unter Belastung verständlich zu vermitteln. Wichtige Hinweise dürfen nicht ausschließlich über Ton, Farbe oder eine einzelne App vermittelt werden.

In der Praxis kann eine tägliche Kurzkommunikation aus drei Elementen bestehen: aktueller Lagehinweis, wichtigste Schutzregel des Tages und Rückmeldekanal. Die Struktur bleibt gleich, auch wenn sich die Gefährdung verändert.

Schutzkommunikation wirksam machen

Allgemeine Hinweise wie „Bitte vorsichtig sein“ helfen in Notlagen wenig. Beschäftigte müssen sofort erkennen können, was jetzt zu tun ist, wer entscheidet und wann eine Regel endet. Wirksame Kommunikation muss deshalb vier Anforderungen erfüllen.

- 1. Handlung statt Warnung.** Nicht: „Bitte vorsichtig sein.“
Sondern: „Arbeiten stoppen. Maschine sichern. Schutzbereich aufsuchen.“
- 2. Quelle und Gültigkeit nennen.** Wer meldet? Für welchen Bereich? Bis wann gilt die Regel?
- 3. Rückmeldung sichern.** Kommunikation endet nicht mit dem Senden. Entscheidend ist, ob die Information angekommen, verstanden und umgesetzt wurde.
- 4. Zugänglich und lernfähig bleiben.** Kurze Sätze, klare Begriffe, Piktogramme, Offline-Versionen und regelmäßige Auswertung nach Ereignissen verbessern die Wirksamkeit.

Psychosoziale Lage einbeziehen

Dauerstress, Schlafmangel und Sorge um Angehörige beeinflussen Aufmerksamkeit und Risikowahrnehmung. Deshalb darf Krisenkommunikation nicht nur technische Anweisungen

geben. Sie muss Belastungen anerkennen und niedrigschwellige Unterstützung sichtbar machen.

Eine gute Führungskommunikation vermeidet sowohl Dramatisierung als auch Verharmlosung. Sie benennt, was Menschen tun können, und vermittelt, dass Rückmeldungen erwünscht sind. Dies kann in kurzen Formaten erfolgen: Beispiele sind ein Check-in zu Beginn einer Schicht, eine anonyme Belastungsabfrage, ein Hinweis auf psychosoziale Unterstützung oder eine klare Regel, wann eine Person eine Tätigkeit unterbrechen darf. Kommunikation hilft auch dabei, Überlastung frühzeitig sichtbar zu machen.

Vision Zero in Notlagen

Auch Notlagen und akute Krisensituationen dürfen nicht automatisch als Situationen mit unvermeidbaren Verlusten akzeptiert werden. Ziel muss bleiben, Menschenleben bestmöglich zu schützen. Vision Zero bleibt auch unter Notfallbedingungen ein wichtiges Leitbild.

Kooperationen zwischen Arbeitsschutz, Katastrophenschutz und Wissenschaft zeigen, wie digitale Lösungen und resiliente Arbeitsorganisation stärker verbunden werden können. Krisenkommunikation ist damit keine Begleitmaßnahme, sondern ein Schutzinstrument. Klare, überprüfte und handlungsorientierte Botschaften können entscheidend dazu beitragen, Menschen in akuten und langanhaltenden Notlagen zu schützen. ●

Autorin

Dr. Olha Bohdanova,
Berufsgenossenschaft der
Bauwirtschaft (BG BAU)



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/11/#fussnoten

Ergebnisse wirksam kommunizieren – Zentrale Erfolgsfaktoren in Evaluationen

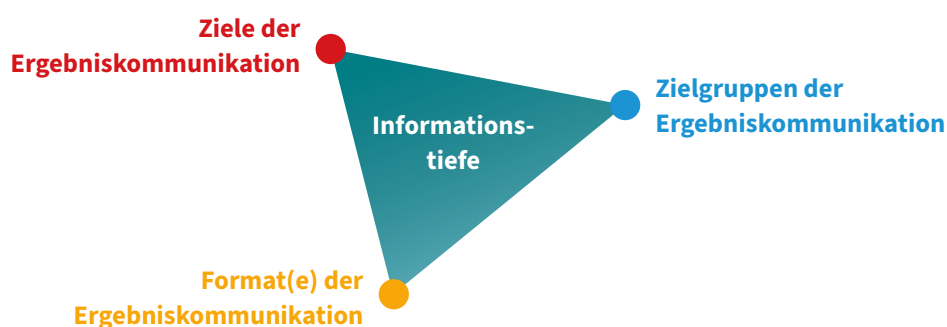
Evaluationen liefern wichtige Erkenntnisse – doch erst durch gelungene Kommunikation und Praxistransfer entfalten sie ihre Wirkung. Der Beitrag zeigt, welche Faktoren dazu beitragen, dass Evaluationsergebnisse verstanden, akzeptiert und genutzt werden.

Evaluationen können wichtige Erkenntnisse für die Weiterentwicklung von Präventionsmaßnahmen liefern. Entscheidend für den Praxistransfer von Erkenntnissen ist die Art der Ergebniskommunikation. Ergebnisse, die nicht verstanden oder als nicht relevant wahrgenommen werden, bleiben häufig wirkungslos.

Ergebniskommunikation geht über reine Informationsweitergabe hinaus. Sie ist ein aktiver Prozess, in dem Ergebnisse eingeordnet, verständlich gemacht und für unterschiedliche Zielgruppen anschlussfähig aufbereitet werden. Die Ergebniskommunikation ist daher nicht als abschließender Schritt zu verstehen, sondern als integraler Bestandteil des gesamten Evaluationsprozesses. Bereits bei Planung und Auftragsklärung¹ für eine Evaluation sollte berücksichtigt werden, wie Ergebnisse später genutzt und verbreitet werden.

Das Dreieck der Ergebniskommunikation

Eine wirksame und gelungene Ergebniskommunikation lässt sich als ideales Zusammenwirken von drei zentralen Dimensionen verstehen: Ziele, Zielgruppen und Formate. Im Dreieck der Ergebniskommunikation stehen diese in engem Zusammenhang und sollten stets gemeinsam gedacht werden (siehe Abbildung 1). Die Ziele bestimmen, was erreicht werden soll



Key Facts

- Ergebniskommunikation entscheidet maßgeblich darüber, ob Evaluationen wirksam werden
- Verschiedene Kriterien bestimmen über den Erfolg der Ergebniskommunikation und werden idealerweise bereits bei der Auftragsklärung mitgedacht
- Für eine hohe Reichweite und erfolgreiche Nutzung der Ergebnisse ist es maßgeblich, die Ziele, Zielgruppen und Formate zu bestimmen

(zum Beispiel Informieren, Überzeugen, Aktivieren). Die Zielgruppen definieren, für wen die Ergebnisse aufbereitet werden. Die Formate legen fest, wie die Ergebnisse vermittelt werden. Wird eine Dimension isoliert betrachtet, besteht die Gefahr, dass Ergebnisse zwar korrekt, aber nicht wirksam vermittelt werden.

Ziele der Ergebniskommunikation

Um sich die Ziele der Ergebniskommunikation zu verdeutlichen, kann es helfen, auf den ursprünglichen Zweck der Evaluation zu schauen: Was war der Auslöser, die Evaluation durchzuführen, und wofür sollen die Ergebnisse genutzt werden? Im Idealfall wurden diese Punkte schon bei der Auftragsklärung gemeinsam mit den Auftraggebern abgestimmt und durch professionelles Erwartungsmanagement begleitet.

In vielen Fällen ist das Ziel, zu informieren und die Ergebnisse der Evaluation verständlich darzustellen. Manchmal soll für ein bestimmtes Thema sensibilisiert und Aufmerksamkeit für dieses Thema geschaffen werden. Ziele können auch sein, Maßnahmen weiterzuentwickeln oder Veränderungen anzustoßen. Schließlich könnte das Ziel der Ergebniskommunikation in der Legitimation und Begründung von Entscheidungen liegen. Vor dem Hintergrund der Evaluationsergebnisse und der Kommunikationsziele können dann klare und prägnante Botschaften entwickelt werden.

Die Ergebniskommunikation wird durch einen Fokus auf die Ziele gegenstandsgerecht. Das bedeutet, dass sie inhaltlich zum Evaluationsgegenstand sowie zu den Zielen, dem Zweck und den Fragestellungen der Evaluation passt. Der Bezug zum Evaluationskonzept sollte demnach klar und eindeutig sein.

» In vielen Fällen ist das Ziel, zu informieren und die Ergebnisse der Evaluation verständlich darzustellen.«

Zielgruppenorientierung

Bei der Ausrichtung an den Zielgruppen geht es darum, wer mit den Botschaften erreicht werden soll. In der Präventionsarbeit sind dies häufig sehr unterschiedliche Agierende mit verschiedenen Informationsbedarfen. Da gibt es in erster Linie einen Auftraggeber beziehungsweise eine Auftraggeberin der Evaluation, mit dem oder der die Evaluation zu Beginn abgestimmt wurde. Weitere Zielgruppen sind unter anderem Verantwortliche für die Maßnahmen, Betroffene und Beteiligte, Mitgliedsbetriebe, Gremien sowie Fachöffentlichkeit und Wissenschaft. Während Entscheidungstragende vor allem kompakte und entscheidungsrelevante Informationen benötigen, sind Fachabteilungen häufig an detaillierteren Darstellungen interessiert. Mitgliedsbetriebe wiederum profitieren von praxisnahen und leicht verständlichen Aufbereitungen. Eine wirksame Kommunikation berücksichtigt diese Unterschiede und bereitet Ergebnisse entsprechend differenziert auf.

Die unterschiedlichen Zielgruppen lassen sich nach bestimmten Kriterien einteilen, was hilfreich für die adressatengerechte Kommunikation sein kann. Zunächst spielt es eine Rolle, ob die Person oder der Personenkreis intern oder extern ist. Weiterhin ist die Erreichbarkeit entscheidend, also über welche Kanäle die Zielgruppe jeweils gut angesprochen werden kann, zum Beispiel per Mitgliederzeitschrift, Newsletter, Rundschreiben oder auf direktem, persönlichem Weg im Rahmen eines Treffens, Workshops oder einer Gremiensitzung. Wichtig ist die Frage, ob bei der Zielgruppe eine direkte oder indirekte Betroffenheit im Hinblick auf die Evaluationsergebnisse vorliegt. Personen, die die Maßnahme entwickeln, verantworten oder sie anwenden, sind besonders stark betroffen. Ferner ist zu überlegen, welche Kommunikationsformate die unterschiedlichen Zielgruppen in der Regel nutzen sowie welches Vorwissen, welche Interessen und Erwartungen sie zum Thema haben. Nicht für jede Zielgruppe ist beispielsweise ein ausführlicher Evaluationsbericht hilfreich, und nicht alle fühlen sich mit einem kurzen und prägnanten Kurzbericht ausreichend informiert, wenn dort die methodische Vorgehensweise oder das Forschungsdesign fehlt.

» In der Praxis hat sich gezeigt, dass der Einsatz verschiedener Formate besonders wirksam ist.«

Formate der Ergebniskommunikation

Die Auswahl geeigneter Formate ist eng mit den Zielen und Zielgruppen verknüpft und bildet die dritte Ecke des Dreiecks der Ergebniskommunikation. Generell lassen sich diese in vier Typen einteilen: Ein ausführlicher schriftlicher Evaluationsbericht oder eine umfangreiche Ergebnispräsentation sind typische Beispiele für die Langform. Bei einer Pressemitteilung, einem One-Pager oder einer Webseite handelt es sich um Kurzformen. Zudem gibt es alternative Formen: Das kann ein Film, ein Workshop oder ein Interview sein. Schließlich sind auch Mischformen, also die Kombination unterschiedlicher Formate, eine Möglichkeit, Evaluationsergebnisse zu berichten. In der Praxis hat sich gezeigt, dass der Einsatz verschiedener Formate besonders wirksam ist, wenn dadurch diverse Zielgruppen auf unterschiedliche Weise erreicht und verschiedene Kommunikationsziele gleichzeitig adressiert werden können.

Den Mittelpunkt der Abbildung 1 bildet die Informationstiefe, die je nach Ausprägung aus den drei Aspekten heraus entsteht. Abhängig von den Zielen der Ergebniskommunikation, den Zielgruppen und den gewünschten oder geforderten Formaten ergibt sich eine Informationstiefe, die angemessen und ziel führend ist. Mediengerechte Kommunikation entscheidet also über die Art und Weise der Berichterstattung sowie über Umfang und Informationstiefe unterschiedlicher Formate. Eine wichtige Klammer bildet die Situationsgerechtigkeit, die auch die Rahmenbedingungen betrachtet. Zeitpunkt, Anlass, Räumlichkeiten, aber auch die Dauer oder die Regelmäßigkeit der Kommunikation beeinflussen maßgeblich, wie Ergebnisse wahrgenommen und verarbeitet werden.

Fazit

Evaluationsergebnisse sind häufig komplex und nicht immer eindeutig. Eine zentrale Aufgabe der Ergebniskommunikation besteht darin, diese Komplexität verständlich zu vermitteln. Dabei ist es wichtig, zentrale Botschaften herauszuarbeiten und gleichzeitig die Grenzen der Aussagekraft transparent zu machen. Unerwartete oder kritische Ergebnisse sollten sachlich dargestellt und nachvollziehbar eingeordnet werden. Eine offene und transparente Kommunikation trägt dazu bei, Vertrauen in die Ergebnisse zu schaffen.

Die Kommunikation von Evaluationsergebnissen ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Wirksamkeit von Evaluationen. Sie erfordert eine klare Zielorientierung, eine konsequente Ausrichtung an den Zielgruppen sowie eine bewusste Auswahl geeigneter Formate. Erfolgreiche Ergebniskommunikation zielt darauf ab, dass die Ergebnisse seitens der Zielgruppen nicht nur verstanden werden. Sie bietet darüber hinaus Orientierung dafür, wie mit den Ergebnissen weitergearbeitet werden kann, und ermöglicht beziehungsweise unterstützt die Ableitung von Handlungsempfehlungen. Für die Präventionsarbeit bedeutet dies, Ergebniskommunikation von Anfang an mitzudenken und strategisch zu planen. Nur so kann sichergestellt werden, dass Evaluationen ihre Wirkung entfalten. ●

Autorinnen

Lucie Sophie Beus,
Berufsgenossenschaft Handel
und Warenlogistik (BGHW)

Dr. Monika Mischke,
Berufsgenossenschaft
Verkehrswirtschaft Post-
Logistik Telekommunikation
(BG Verkehr)

Dr. Marlen Rahnfeld,
DGUV Akademie

Dr. Annekatrin Wetzstein,
DGUV Akademie



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/12/#fussnoten

Rahmen, Grenzen und Spielräume der digitalen Betreuung

Digitale Informations- und Kommunikationstechnologien werden die betriebsärztliche Betreuung dauerhaft prägen. Die überarbeitete DGUV Vorschrift 2 schafft einen verbindlichen Rahmen dafür. Der Beitrag zeigt, welche Möglichkeiten die Telemedizin bietet und wo ihre Grenzen liegen.

Für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz tragen Unternehmerinnen und Unternehmer die Verantwortung – unabhängig von Branche und Unternehmensgröße. Fachliche Unterstützung erhalten sie dabei durch Betriebsärztinnen und Betriebsärzte sowie durch Fachkräfte für Arbeitssicherheit. Die maßgebliche Grundlage bildet die aktualisierte DGUV Vorschrift 2, die das Arbeitssicherheitsgesetz (ASiG) konkretisiert. Sie regelt, welche Pflichten Unternehmerinnen und Unternehmer im Bereich der betriebsärztlichen und sicherheitstechnischen Betreuung zu erfüllen haben, und beschreibt zugleich die fachlichen Anforderungen sowie die Aufgaben der Betriebsärztinnen und -ärzte und der Fachkräfte für Arbeitssicherheit im Betrieb.

Die Mitgliederversammlung der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV) beschloss am 28. November 2024 einen überarbeiteten Mustertext mit dem Titel „DGUV Vorschrift 2: Betriebsärztinnen und Betriebsärzte sowie Fachkräfte für Arbeitssicherheit“.¹ Mit der Neufassung soll die Vorschrift praxisnäher und in der Anwendung effizienter werden. Flankierend liefert die neue DGUV Regel 100-002² den Betrieben konkrete Empfehlungen und Umsetzungshilfen zu den verbindlichen Vorgaben. Eine zentrale Neuerung besteht darin, dass der Einsatz digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in der betrieblichen Betreuung erstmals geregelt wird (§ 6 der DGUV Vorschrift 2). Der 2025 erschienene Leitfaden für Betriebsärztinnen und Betriebsärzte zur Telemedizin (DGUV Information 250-012)³ informiert über den Einsatz von Telemedizin als Ergänzung zur klassischen arbeitsmedizinischen Betreuung und stellt grundlegende Begriffe der Telemedizin sowie deren praktische Anwendung im betrieblichen Kontext dar.

Key Facts

- Die überarbeitete DGUV Vorschrift 2 regelt den Einsatz digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien in der betrieblichen Betreuung
- Bis zu einem Drittel der Leistungen können digital erbracht werden, sofern der Betrieb durch eine Erstbegehung bekannt ist
- Ein Leitfaden zur Telemedizin erläutert den Einsatz von Telemedizin in der betrieblichen Betreuung

DGUV Vorschrift 2 und Nutzung der IKT

§ 6 der DGUV Vorschrift 2 definiert die Nutzung digitaler IKT in der betrieblichen Betreuung. Eine Betreuung mittels digitaler

Technologien ist nur möglich, wenn die betrieblichen Verhältnisse bekannt sind und die Betreuung durch die Betriebsärztin oder den Betriebsarzt persönlich erbracht wird. Diese digitale Betreuung ist ausgeschlossen, sobald Sachgründe eine Anwesenheit vor Ort erfordern. Grundsätzlich gilt: Betriebsärztliche Betreuung erfolgt vorrangig in Präsenz.⁴ Ist der Betrieb durch eine Erstbegehung bekannt und sind die Voraussetzungen für den Einsatz digitaler Technologien gegeben, so ist es möglich, für die Betreuung nach § 2 Absätze 2 und 3 bis zu einem Drittel der Leistungen digital zu erbringen. Dieser Anteil kann auf bis zu 50 Prozent erhöht werden, sofern der Unfallversicherungsträger (UVT) entsprechende Kriterien in seiner branchenspezifischen Unfallverhütungsvorschrift angegeben hat.

In der betrieblichen Betreuung wird grundsätzlich zwischen zwei Arten von Tätigkeiten unterschieden:

- Tätigkeiten mit Unternehmensbezug – wie der Beratung des Unternehmers oder der Unternehmerin oder der Teilnahme am Arbeitsschutzausschuss und
- Tätigkeiten mit persönlichem Bezug zu den Beschäftigten – wie beispielsweise Beratung, Vorsorge und Untersuchung.

Die betriebsärztliche Nutzung von IKT umfasst bei der Betreuung von Beschäftigten unter anderem folgende Formen der Telemedizin: Telekonsultation, Telemonitoring und Telekonsil. Auch die Befundübertragung im Rahmen arbeitsmedizinischer Vorsorge sowie Erbringung delegierbarer Leistungen – wie Blutdruckmessung, Pulskontrolle, Ruhe-EKG, Audiometrie, Spirometrie oder Otoskopie – kann telemedizinisch erfolgen.⁵

»Grundsätzlich gilt: Betriebsärztliche Betreuung erfolgt vorrangig in Präsenz.«

Leitfaden zur Telemedizin

Zur praktischen Umsetzung der betrieblichen Betreuung durch IKT unterstützt der 2025 veröffentlichte „Leitfaden für Betriebsärztinnen und Betriebsärzte zur Telemedizin“ (DGUV Information 250-012).^{1,6} Er wendet sich an alle Akteurinnen und Akteure des betrieblichen Gesundheitsschutzes und der Arbeitssicherheit, insbesondere an Unternehmerinnen und Unternehmer sowie an die betreuenden Betriebsärztinnen und Betriebsärzte, und beschreibt den Einsatz von Telemedizin als Ergänzung zur klassischen arbeitsmedizinischen Betreuung. Erläutert werden zentrale Begriffe wie Telekonsultation, Tele diagnostik, Telekonsil und Telemonitoring sowie deren praktische Anwendung im betrieblichen Kontext.

Darüber hinaus zeigt die DGUV-Publikation auf, welche Leistungen telemedizinisch erbracht werden können, in welchen Situationen persönliche Präsenz unverzichtbar bleibt und wie sich auch über räumliche Distanz hinweg eine qualitativ hochwertige Betreuung sichern lässt. Damit erhalten Betriebsärztinnen und Betriebsärzte Orientierung für eine rechtssichere, effiziente und praxisgerechte Integration telemedizinischer Verfahren in ihre tägliche Arbeit.

Für die Arzthaftung gelten bei telemedizinischen Verfahren im Wesentlichen dieselben Vorgaben wie bei einer analogen Behandlung. Ein Haftungsrisiko kann sich beispielsweise aus einer fehlerhaften technischen Ausstattung oder Dokumentation, aus einer fehlenden speziellen Aufklärung zur Fernbehandlung sowie aus Behandlungsfehlern ergeben. Deshalb wird empfohlen, die Nutzung von Telemedizin mit der eigenen Berufshaftpflichtversicherung abzustimmen.⁷

Anbieter telemedizinischer Leistungen werden datenschutzrechtlich zur verantwortlichen Stelle und müssen durch geeignete Maßnahmen – etwa durch die Auswahl geeigneter Geräte, Software und Übertragungswege – die Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sowie weiterer einschlägiger Gesetze gewährleisten. Zugleich müssen die ärztliche Schweigepflicht und sämtliche datenschutzrechtlichen Regelungen jederzeit gewahrt bleiben. Daher müssen Ärztinnen und Ärzte sicherstellen, dass die eingesetzte telemedizinische Software eine sichere Datenübertragung und eine durchgängige Ende-zu-Ende-Verschlüsselung bietet (vergleiche KBV-Standards im BMV-Ä Bundesmantelvertrag – GKV-Spitzenverband).⁸ Die Kassenärztliche Bundesvereinigung (KBV) führt und aktualisiert eine öffentlich zugängliche Liste der Videodienstanbieter, die von unabhängigen Zertifizierungsstellen nach den Anforderungen der Anlage 31b zum BMV-Ä geprüft worden sind. Sie kann online eingesehen werden.⁹ Sowohl für die Beschäftigten als auch für die Betriebsärztin beziehungsweise den Betriebsarzt muss jeweils ein separater Raum bereitstehen, der die Anforderungen an Datenschutz und Privatsphäre erfüllt.¹⁰

Anders gelagert ist die unternehmensbezogene Betreuung per IKT – etwa die Teilnahme an Sitzungen des Arbeitsschutzausschusses oder die Beratung zu Arbeitsschutzmaßnahmen. Hier treten Schweigepflicht und Datenschutz in den Hintergrund, an ihre Stelle rückt der Schutz von Betriebsgeheimnissen. Für diese Anwendungsfälle genügt in der Regel ein im Unternehmen bereits etabliertes Videokonferenzsystem.¹¹

Ausblick

Digitale Informations- und Kommunikationstechnologien werden die betriebsärztliche Betreuung dauerhaft prägen. Mit der überarbeiteten DGUV Vorschrift 2 steht ein verbindlicher Rahmen zur Verfügung, der Telemedizin als Ergänzung zur Präsenzbetreuung ermöglicht und zugleich klare Grenzen zieht. Entscheidend wird sein, dass Unternehmerinnen und Unternehmer und Betriebsärztinnen und Betriebsärzte die rechtlichen, datenschutzrechtlichen und technischen Anforderungen konsequent umsetzen. Der Leitfaden der DGUV bietet hierfür eine praxisnahe Orientierungshilfe, indem sie konkrete Einsatzmöglichkeiten, Qualitätsanforderungen und Grenzen telemedizinischer Verfahren in der betrieblichen Betreuung beschreibt. ●

Autorin

Dr. Ljuba Günther,
Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV)



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/13/#fussnoten

„Digitale Lösungen machen vieles effizienter“

Die Möglichkeiten der IKT erleichtern Betriebsärztinnen und Betriebsärzten die Arbeit. Trotzdem bleibt die persönliche Beratung vor Ort unverzichtbar. Gerade die arbeitsmedizinische Vorsorge der Beschäftigten sowie die direkte Beratung der Unternehmerinnen und Unternehmer leben von der persönlichen Begegnung.

Frau Kretzschmar, wie sieht der konkrete Einsatz von digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien in der betrieblichen Betreuung heute aus?

Silke Kretzschmar: In der heutigen betrieblichen Betreuung prägen digitale Informations- und Kommunikationstechnologien die tägliche Praxis der Betriebsärztinnen und Betriebsärzte. Der Einsatz dieser Technologien erfolgt situationsabhängig. Dieser Einsatz erleichtert manches in der Betreuung der Betriebe, da man flexibler und schneller auf Anfragen reagieren kann. Gerade Protokolle und Berichte von Behörden lassen sich per Video deutlich einfacher besprechen als ausschließlich am Telefon.

Man muss jedoch unterscheiden zwischen Tätigkeiten mit Unternehmensbezug – wie der Beratung des Unternehmers oder der Unternehmerin oder der Teilnahme am Arbeitsschutzausschuss (ASA) – und solchen mit persönlichem Bezug zu den Beschäftigten, etwa Beratung, Vorsorge und Untersuchung. Die betriebsärztliche Nutzung von IKT umfasst Telekonsultation, Teliagnostik, Telemonitoring und Telekonsil. Hier sprechen wir über die Telemedizin.

Etliche betriebliche Beratungen konnte ich inzwischen per Videosprechstunde durchführen, was Unternehmerinnen und Unternehmern eine ortsunabhängige und flexible Beratung ermöglicht. Die wichtigsten Themen sind die Auswertung von Begehungsprotokollen der Gewerbeaufsicht oder der Berufsgenossenschaft, das gemeinsame Bearbeiten von Formularen, beispielsweise zum Mutterschutz, sowie das Überarbeiten von Unterlagen zur Gefährdungsbeurteilung und die Vorbesprechung geplanter Besuche vor Ort. Die Betriebe profitieren erheblich davon, denn digitale Treffen reduzieren den administrativen Aufwand und verbessern die Erreichbarkeit der Betriebsärztinnen und Betriebsärzte.

Key Fact

- Die überarbeitete DGUV Vorschrift 2 regelt die Nutzung digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in der betrieblichen Betreuung neu. Im Interview¹ erklärt Silke Kretzschmar, Vorsitzende des Berufsverbands selbstständiger Arbeitsmediziner und freiberuflicher Betriebsärzte, wie der Einsatz digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien im Alltag aussieht



Foto: privat

Silke Kretzschmar, Vorsitzende des Berufsverbands selbstständiger Arbeitsmediziner und freiberuflicher Betriebsärzte

Wichtig ist jedoch – wie auch die DGUV Vorschrift 2 betont –, dass mir als Fachärztin für Arbeitsmedizin der Betrieb bekannt ist. Ich betreue zudem Unternehmen, die ich bereits seit 2003 begleite, und fahre auch weiterhin sehr gerne dorthin, um mir vor Ort ein Bild zu machen. Grundsätzlich halte ich es für sehr wichtig, mir regelmäßig persönlich einen Eindruck von der betrieblichen Situation zu verschaffen. Der Einsatz von IKT gelingt auch besser, wenn man den Betrieb schon länger kennt.

Welche Aufgaben lassen sich sinnvoll digital erledigen, welche erfordern zwingend Präsenz?

Das lässt sich nicht pauschal beantworten – es hängt stets von der konkreten Situation ab. Manche Probleme lassen sich sehr gut telefonisch mit Unternehmerinnen und Unternehmern klären, und Sitzungen mit ihnen sowie mit Fachkräften für Arbeitssicherheit führe ich gerne digital durch. Das geht schneller, ist ortsunabhängig und erleichtert die Abstimmung erheblich. Auch eine kurze Beratung von Unternehmern kann in einigen Fällen sinnvoll über digitale Plattformen organisiert werden.

Dennoch bleibt die persönliche Beratung vor Ort unverzichtbar. Gerade die arbeitsmedizinische Vorsorge der Beschäftigten, die Gespräche mit ihnen sowie die direkte Beratung der Unternehmerinnen und Unternehmer leben von der persönlichen Begegnung und dem unmittelbaren Eindruck der betrieblichen Situation. Die Wertschätzung dieser Form der Betreuung darf nicht verloren gehen, sondern muss gepflegt werden. Digitale Lösungen sind eine wertvolle Ergänzung, sie erweitern unsere Möglichkeiten und machen vieles effizienter – ersetzen können sie die persönliche Präsenz jedoch nicht.

Welche Chancen bieten Ihnen IKT insbesondere in der KKV-Betreuung?

Für selbstständige Betriebsärztinnen und Betriebsärzte gilt vor allem: Alles, was mit einem Smartphone möglich ist, kann genutzt werden – vorausgesetzt, die Verbindung ist stabil und sicher. Dazu gehört beispielsweise die Beurteilung von Hautveränderungen. Häufig haben Mitarbeitende diese bereits dokumentiert und stellen entsprechende Fotos zur Verfügung. Auch Defekte an Schutzausrüstungen können schnell per Video besprochen werden, und eine erste Beratung dazu kann erfolgen. Auf diese Weise entsteht ein klarer Plan, in welche Richtung die weitere Recherche gehen sollte, falls zusätzliche Informationen erforderlich sind. Wichtig ist jedoch zu verstehen, dass Untersuchungen, die aufwendige medizinische Geräte erfordern, insbesondere in Klein- und Kleinstbetrieben kaum realisierbar sind. Vor Ort fehlt meist der Platz, und die Geräte sind für den Außendienst zu sperrig. Alle Aufgaben hingegen, die telemedizinisch durch Videoaufnahmen oder Smartphone-Bilder unterstützt werden können, stellen einen erheblichen Gewinn dar.

Weiterführende Lektüre

Der Leitfaden für Betriebsärztinnen und Betriebsärzte zur Telemedizin (DGUV Information 250-012) informiert über den Einsatz von Telemedizin als Ergänzung zur klassischen arbeitsmedizinischen Betreuung. Er richtet sich an alle Akteurinnen und Akteure der betrieblichen Betreuung, insbesondere an Unternehmerinnen und Unternehmer sowie an die betreuenden Betriebsärztinnen und Betriebsärzte.

<https://publikationen.dguv.de>
> Webcode: p250012

Welche neuen digitalen Instrumente möchten Sie in der Betriebsmedizin künftig verstärkt nutzen?

Ich habe keinen Wunsch nach einem speziellen digitalen Instrument. Ich bin überzeugt, dass digitale Informations- und Kommunikationstechnologien künftig noch intensiver genutzt werden. Allerdings steht derzeit nicht überall in Deutschland die erforderliche Infrastruktur zur Verfügung. In einigen ländlichen Regionen bestehen nach wie vor Funklücken, sodass der Einsatz digitaler Technologien dort nicht infrage kommt – selbst wenn die betrieblichen Verhältnisse bekannt sind. Zudem soll die einrichtungsübergreifende Kommunikationsinfrastruktur, die sogenannte Telematikinfrastruktur (TI), funktionsfähiger werden. Auch ein Zugriff auf die elektronische Patientenakte (ePA) soll möglich sein. Dies hat bei mir bislang jedoch nicht funktioniert, obwohl ich alle notwendigen Schritte unternommen habe. Ein stabiles und leistungsfähiges Netz ist selbstverständlich Voraussetzung für den Einsatz moderner Kommunikationsstrukturen, ebenso die Kompatibilität der einzelnen Komponenten. Die Anbindung an die TI ist für Arbeits- und Betriebsmediziner eine Herausforderung und bisher nicht zufriedenstellend gelöst. Hier besteht noch erheblicher Verbesserungsbedarf.

Vielen Dank für das Gespräch, Frau Kretzschmar. ●

Das Interview führte
Dr. Ljuba Günther.

Grundsätze für den Einsatz von IKT (DGUV Vorschrift 2)

Die betriebsärztliche Betreuung muss grundsätzlich in Präsenz erbracht werden. IKT kann eingesetzt werden, um betriebsärztliche Leistungen zu erbringen, wenn die drei folgenden Grundsätze beachtet werden:

- A.** Die betrieblichen Verhältnisse sind bekannt.
- B.** Die Leistungen werden persönlich erbracht.
- C.** Es bestehen keine Sachgründe, die eine Präsenz im Betrieb erforderlich machen.

Der Umfang des IKT-Einsatzes in der betriebsärztlichen Betreuung hängt von der Betreuungsform des betreffenden Betriebs ab:

- A.** In regelbetreuten Betrieben nach Anlage 1 und 2 der DGUV Vorschrift 2 ist die IKT-Nutzung bis zu einem Drittel der Leistungen möglich, wenn der Betrieb durch eine Erstbegehung bekannt ist und die jeweils notwendigen Voraussetzungen für den IKT-Einsatz vorhanden sind. In den trägerspezifischen Fassungen können zudem ergänzende Regelungen formuliert werden, die eine Ausweitung des IKT-Einsatzes bis zu einem Umfang von 50 Prozent der Gesamtleistungen ermöglichen.
- B.** In alternativ betreuten Betrieben nach Anlage 3 und 4 der DGUV Vorschrift 2 entscheidet der Unternehmer auf Grundlage seiner Gefährdungsbeurteilung über Art und Umfang der IKT-Nutzung für die betriebsärztliche Betreuung.

**Fußnoten**

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/14/#fussnoten

Erfahrungen mit der überarbeiteten DGUV Vorschrift 2

Die DGUV Vorschrift 2 konkretisiert die Vorgaben des Arbeitssicherheitsgesetzes (ASiG). Sie legt fest, wie Betriebsärztinnen und Betriebsärzte sowie Fachkräfte für Arbeitssicherheit einzusetzen sind. Was müssen sie können, welche Aufgaben übernehmen sie, wann kann digitale Informations- und Kommunikationstechnologie unterstützen?

Herr Guyot, welche praktischen Erfahrungen haben Sie seit der Einführung Ihrer trägerspezifischen Fassung mit der DGUV Vorschrift 2 gesammelt?

Detlef Guyot: Nach dem 1. April 2025 sind sehr zeitnah und in recht großer Zahl Beratungsanfragen eingegangen. Wahrscheinlich, weil wir die Änderungen recht umfangreich auf den BGHM-Internetseiten und im BGHM-Magazin veröffentlicht haben. Mitgliedsunternehmen wollten telefonisch oder im Rahmen der Betriebsbesuche oftmals erläutert bekommen, welche Folgen die überarbeitete DGUV Vorschrift 2 für sie hat.

Offenbar haben viele Unternehmen und auch Dienstleister bisher intensiv mit den Anhängen 3 und 4 der bisherigen Vorschrift gearbeitet. Diese beschreiben die alternative bedarfsorientierte betriebsärztliche und sicherheitstechnische Betreuung für Klein- und Kleinstbetriebe. Die dort enthaltenen Inhalte sind nun in der DGUV Regel 100-002 verankert. Auf der BGHM-Website haben wir Vorschrift und Regel in einem Dokument zusammengeführt. Aus den Gesprächen in Betrieben schließen wir, dass die gemeinsame Darstellung von Vorschrift und Regel in einem Auftritt beziehungsweise in einem PDF-Dokument zwar die inhaltliche Arbeit erleichtert, jedoch dazu führt, dass die empfehlenden Passagen der DGUV Regel 100-002 nicht mehr so eindeutig von den verbindlich umzusetzenden Anforderungen der DGUV Vorschrift 2 zu unterscheiden sind. So scheint zum Beispiel das Auffinden von Betreuungsanlässen schwieriger oder zumindest aufwändiger zu sein. Auf jeden Fall konnten wir durch unsere Beratungsmaßnahmen zahlreiche Betriebe bei der Umsetzung der DGUV Vorschrift 2 unterstützen.

Welche Themen sind in den letzten Monaten bei Anfragen besonders häufig aufgetreten?

Neben dem eben genannten spielt die Suche nach geeigneten Dienstleistern eine zentrale Rolle. Besonders in strukturschwachen Gegenden scheint mittlerweile nicht nur die Suche



BGHM/bundesfoto GbR, Fotograf: Uwe Völkner

Detlef Guyot,
Leiter der Prävention der BGHM

Key Fact

- Die Berufsgenossenschaft Holz und Metall (BGHM) hat zum 1. April 2025 als erste BG die überarbeitete DGUV Vorschrift 2 und die dazu gehörige Regel 100-002 beschlossen. Im Interview erläutert Detlef Guyot, Leiter der Prävention der BGHM, welche Erfahrungen bislang mit der „neuen“ Vorschrift gesammelt wurden.

nach Betriebsärztinnen und Betriebsärzten mehr als herausfordernd zu sein. Auch Fachkräfte für Arbeitssicherheit stehen nicht mehr ohne Weiteres flächendeckend zur Verfügung. Der Fachkräftemangel bei Dienstleistern im Bereich von Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit hat sich offensichtlich weiter verstärkt.

Außerdem erhalten wir Anfragen zur Anlage 3 der DGUV Vorschrift 2. Die überarbeitete Vorschrift 2 ermöglicht Unternehmerinnen und Unternehmern mit bis zu 50 Beschäftigten, nach Anlage 3 an der alternativen Betreuung teilzunehmen. In unseren Qualifizierungsangeboten können Unternehmerinnen und Unternehmer die Kompetenz erwerben, Sicherheit und Gesundheit im Betrieb eigenständig zu beurteilen und zu organisieren. Auf Basis einer Gefährdungsbeurteilung entscheiden sie anschließend selbst, in welchem Umfang sie Betriebsärztinnen und Betriebsärzte sowie Fachkräfte für Arbeitssicherheit hinzuziehen. Entsprechend groß ist derzeit auch die Nachfrage nach unseren Qualifizierungsangeboten.

Auch die Berichtspflichten nach Paragraph 5 spielen eine wichtige Rolle bei den Anfragen zur neuen DGUV Vorschrift 2. Unternehmerinnen und Unternehmer müssen demnach die bestellten Betriebsärztinnen und Betriebsärzte sowie die Fachkräfte für Arbeitssicherheit neuerdings verpflichten, regelmäßig über die Erfüllung der übertragenen Aufgaben zu berichten. Diese Berichte sollen zudem Auskunft geben über die Zusammenarbeit der Betriebsärztinnen und Betriebsärzte sowie der Fachkräfte für Arbeitssicherheit mit gegebenenfalls eingesetzten Personen mit spezieller Fachkompetenz. Darüber hinaus müssen die Berichte Nachweise über absolvierte Fortbildungen der Betriebsärztinnen und Betriebsärzte sowie der Fachkräfte für Arbeitssicherheit enthalten. Besonders die verpflichtend aufzunehmenden Fortbildungen werden häufig von Fachkräften für Arbeitssicherheit hinterfragt.

Eine der wichtigsten Neuerungen betrifft vor allem Paragraph 6 zur Nutzung von digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Gibt es neue Erkenntnisse darüber, wie IKT in Betrieben eingesetzt wird?

Die Neuerungen in Paragraph 6 werden von allen Änderungen am stärksten wahrgenommen. Die Rückmeldungen dazu sind nahezu vollständig positiv. Die DGUV-Veröffentlichung „Arbeitsmedizinische Online-Dienstleistungen – Hinweise und Kriterien zur Inanspruchnahme“ ist dabei eine große Hilfe.¹ Dieser DGUV-Kriterienkatalog unterstützt bei der Einordnung von Angeboten betriebsärztlicher Dienstleistungen und erläutert die rechtlichen Anforderungen und Qualitätsstandards. Dadurch wird es unseren Mitgliedsbetrieben erleichtert, geeignete betriebsärztliche Dienstleistungen online zu finden.

In größeren Unternehmen ist die Umsetzung digitaler Beratungsformate häufig bereits weit fortgeschritten. Das Thema

»Die Neuerungen in Paragraph 6 zur Nutzung von digitalen Technologien in Betrieben werden nahezu vollständig positiv wahrgenommen.«

spielt auch in der Betriebsbetreuung durch die Aufsichtspersonen eine wichtige Rolle.

Virtuelle Sitzungen bilden dabei den zentralen Bestandteil digitaler Technologien und werden weit über die reine Organisation von Sitzungen des Arbeitsschutzausschusses (ASA) hinaus eingesetzt. Die dabei auftretenden Herausforderungen sind in der Regel nicht arbeitsschutzspezifisch. Unzureichende technische Ausstattung, die Vielzahl unterschiedlicher digitaler Tools und Verbindungsprobleme stellen hier relevante Hürden dar.

Nach den bisherigen Rückmeldungen scheinen digitale Formate insbesondere in kleinsten und kleinen Unternehmen ohne festangestellte Fachkräfte für Arbeitssicherheit beziehungsweise ohne Betriebsärztinnen und Betriebsärzte eine größere Rolle zu spielen. Häufig geht es den Betrieben dabei anscheinend vor allem um die Minimierung der Zeiten für An- und Abreise.

Was die betriebsärztliche Betreuung angeht, entwickelt sich die Situation in kleinen Unternehmen nach aktuellem Stand zunehmend hin zur Telekonsultation. Nach meiner Einschätzung ist dies aktuell die am weitesten verbreitete Form der Telemedizin in der betriebsärztlichen Betreuung. Diese Entwicklung ist zwar noch nicht flächendeckend, nimmt jedoch deutlich zu.

Vielen Dank für das Gespräch. ●

Das Interview führte
Dr. Ljuba Günther.



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/15/#fussnoten

Auftraggeber müssen Unbedenklichkeitsbescheinigungen nicht prüfen

BSG 24.9.2025 – B 2 U 14/23 R

Der Auftraggeber von Bauleistungen hat die vom beauftragten Nachunternehmer vorgelegten Unbedenklichkeitsbescheinigungen der Berufsgenossenschaft für Bauwirtschaft (BG Bau) nicht zum Zwecke seiner Exkulpation auf grobe Unstimmigkeit mit den für die Auftragsdurchführung erforderlichen Arbeiten zu überprüfen.

Der Kläger hatte sich mit seiner Klage gegen einen Haftungsbescheid der BG Bau für Beitragsforderungen gegenüber der von ihm beauftragten Nachunternehmerin im Rahmen der Auftraggeberhaftung nach § 150 Abs. 3 Sozialgesetzbuch (SGB) VII i. V. m. § 28e Abs. 3a SGB IV gewandt.

Die später zahlungsunfähige Nachunternehmerin war für den Kläger bei zwei Bauvorhaben mit einem Nettowert von jeweils über 600.000 Euro tätig geworden. Die Ausführung der Arbeiten erfolgte im Zeitraum Juni 2017 bis Februar 2018. Zu einer vollständigen Ausführung und Erteilung einer Schlussrechnung kam es nicht. Im Mai 2018 wurde der Geschäftsbetrieb der Nachunternehmerin eingestellt. Der Beitragsbescheid der BG Bau gegenüber der Nachunternehmerin für das Jahr 2017 blieb unbezahlt. Im August 2018 wurde das Insolvenzverfahren eröffnet.

Im Zuge von Ermittlungen Anfang 2021 legte die Auftraggeberin Unbedenklichkeitsbescheinigungen der BG Bau für einen Zeitraum 12.1.2017 – 15.3.2018 vor, die für den Hochbau jeweils Arbeitsentgelte von zunächst 131.701 Euro und nachfolgend regelmäßig lediglich 82.614 Euro für die aktuellen Vorschüsse auswiesen. Ferner wurde bescheinigt, dass jeweils bis zum genannten Ausstellungsdatum die Zahlungsverpflichtungen vollständig erfüllt seien. Im Haftungsbescheid der Beklagten, der nach Anhörung vom 7.5.2021 unter dem Datum vom 15.7.2021 erging, wurde die Auftraggeberin für rückständige Beiträge für das Jahr 2017 mit einem auf sie entfallenen Haftungsanteil in Höhe von 24.506,98 Euro in Anspruch genommen. Eine ausreichende Präqualifikation der Nachunternehmerin sei nicht nachgewiesen worden. Eine Exkulpation gelinge auch nicht durch die vorgelegten Unbedenklichkeitsbescheinigungen, da diese hinsichtlich der ausgewiesenen Entgelte für die vergebenen Aufträge nicht auskömmlich gewesen seien, was der Auftraggeberin hätte auffallen müssen.

Während die Auftraggeberin erstinstanzlich unterlag, gaben ihr das LSG und das BSG Recht und hielten die Anforderungen an die vom Gesetzgeber geforderte Exkulpation durch bloße Vorlage der ausgestellten Unbedenklichkeitsbescheinigungen für erfüllt. Demnach sei eine Überprüfungspflicht durch den Auftraggeber weder vom Gesetzeswortlaut noch aufgrund einer historischen, systematischen und am Sinn und Zweck des Gesetzes ausgerichteten Auslegung geboten. Insbesondere sei schon bei der früheren weiteren Fassung der Exkulpationsnorm, wonach der Auftraggeber nachzuweisen hatte, dass er ohne eigenes Verschulden davon ausgehen konnte, dass der Nachunternehmer oder ein von ihm beauftragter Verleiher seine Zahlungspflicht erfüllt, auf einen Zusatz „nach sorgfältiger Prüfung“ bewusst nach Intervention im Vermittlungsausschuss verzichtet worden und es wurde ein abgeschwächter Prüfungsumfang bei Vorlage von Bescheinigungen anderer Stellen befürwortet. Die sich nicht im Gesetzeswortlaut widerspiegelnden Prüfungsanforderungen wurden in der Folgezeit kritisiert, was zur Ergänzung des § 28e Abs. 3b SGB IV durch die Präqualifikation in Satz 2 und gleichzeitig Abs. 3f mit Vorlage von Unbedenklichkeitsbescheinigungen der Einzugsstelle und für die Unfallversicherung qualifizierter Unbedenklichkeitsbescheinigungen des zuständigen Unfallversicherungsträgers nach § 150 Abs. 3 S. 2 SGB VII im Jahr 2009 geführt habe. Diese sollten einen einheitlichen und rechtssicheren Nachweis fehlenden Verschuldens ermöglichen und die Überprüfung von Nachunternehmern vereinfachen (BSG 24.9.2025 – B 2 U 14/23 R, Rz. 23). Auch die Anforderungen an eine sogenannte qualifizierte Unbedenklichkeitsbescheinigung seitens der Unfallversicherung mit den Angaben über die bei dem Unfallversicherungsträger eingetragenen Unternehmensteile und diesen zugehörigen Lohnsummen des Nachunternehmers sowie die ordnungsgemäße Zahlung der Beiträge änderten an den Anforderungen der Exkulpation nichts. An dieser Form des Nachweises habe der Gesetzgeber auch im Folgenden festgehalten, als er mit dem 7. SGB IV-Änderungsgesetz 2020 lediglich die Anforderung an eine Vorlage lückenloser Unbedenklichkeitsbescheinigungen „im Sinne weiterer Rechtssicherheit“ in § 28e Abs. 3f SGB IV ergänzt, aber keinen weiteren Regelungsbedarf für eine Prüfungspflicht gesehen habe (BSG ebenda, Rz. 25).

Das BSG hat mit dieser Entscheidung eine jahrelange Kontroverse abgeschlossen, die im Schrifttum uneinheitlich geführt wurde¹ und in zurückliegender Zeit zunehmend auch für eine Prüfungspflicht des Hauptunternehmers durch verschiedene LSG ausgefallen war². Dem Urteil ist jedoch in bislang dazu ergangenen Rezensionen insbesondere wegen des verfassungsrechtlichen Gesetzesvorbehalts für eine Prüfungspflicht einheitlich zugestimmt worden³. Rätsel geben allenfalls die Ausführungen zu einer im Übrigen auch fehlenden Ermessensausübung bei der Inanspruchnahme des Auftraggebers auf, da eine gesamtschuldnerische Haftung im Verhältnis des als selbstschuldnerischen Bürgen haftenden Haupt- oder Generalunternehmers zum eigentlichen Beitragsschuldner, hier der

Nachunternehmerin, nicht angenommen wird. Das BSG (24.9.2025 – B 2 U 14/23 R, unter Rz. 31) beruft sich hier auf eine gesamtschuldnerische Haftung mehrerer als Bürgen heranzuziehender Generalunternehmer für die Beitragsschulden der insolventen Nachunternehmerin, was sich so der Ausgestaltung der Generalunternehmerhaftung nicht entnehmen lässt, da jeder Auftraggeber nur im Umfang, der für die konkret beauftragten Bauleistungen geschuldeten Beiträge herangezogen wird. Eine weitergehende Haftung für sämtliche Beitragsschulden des Nachunternehmens bei Aufträgen von weiteren Auftraggebern ließe sich mit der Vorschrift des § 165 Abs. 4 Halbsatz 2 SGB VII nicht vereinbaren: Hier wird eine gesonderte Aufzeichnung der Arbeitsentgelte und geleisteten Arbeitsstunden verlangt, wenn ein Unternehmen im Baugewerbe im Rahmen von Dienst- oder Werkverträgen Arbeiten ausführt, so dass eine Zuordnung zu den jeweiligen Dienst- oder Werkverträgen gewährleistet ist.

Zu denken wäre an eine Erweiterung der gesetzlichen Vorschrift des § 150 Abs. 3 S. 2 SGB VII, denn warum die Unfallversicherungsträger eine qualifizierte Unbedenklichkeitsbescheinigung ausstellen, um die Exkulpation zu ermöglichen, hat das BSG nicht plausibel begründen können. Der Gesetzgeber ging hier möglicherweise doch von einer gewissen Relevanz dieser Angaben im Rahmen des Nachweises fehlenden Verschuldens aus, so dass eine Prüfungspflicht durch einen kleinen Zusatz zu § 150 Abs. 3 S. 2 SGB VII eingezogen werden könnte (zum Beispiel „...und dient als Nachweis, sofern die Angaben zu den Arbeitsentgelten nicht grob von dem in Auftrag gegebenen Arbeitsvolumen abweichen.“). Es bleibt jedoch das vom BSG in der Entscheidung (ebenda, Rz. 26) angeführte Argument der ohnehin eingeschränkten Aussagekraft der Unbedenklichkeitsbescheinigung, die aufgrund des Verfahrens der nachträglichen Bedarfsdeckung stets nur retrospektiv die Beitragsverpflichtungen dokumentieren kann, da auch die Vorschüsse sich am Vorjahreszeitraum orientieren. ●

Autorin

Prof. Dr. Susanne Peters-Lange

Die Inhalte dieser Rechtskolumne stellen allein die Einschätzungen der Autorin dar.



Fußnoten

Sie finden die Fußnoten zu diesem Artikel online unter forum.dguv.de/ausgabe-4-2026/16/#fussnoten

Impressum

DGUV forum

Fachzeitschrift für Prävention, Rehabilitation,
Versicherungsrecht, Forschung
13. Jahrgang. Erscheint seit dem 01.01.2026
sechsmal jährlich

Herausgeber der Fachzeitschrift *DGUV forum* und Betreiber der Website

Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung e.V. (DGUV)
Glinkastraße 40, 10117 Berlin
<https://forum.dguv.de>

vertreten durch die stellvertretende Hauptgeschäftsführerin
Frau Dr. Edlyn Höller
Telefon: 030 13001-0 (Zentrale)
Fax: 030 13001-9876
E-Mail: info@dguv.de
Vereinsregister-Nr. VR 751 B beim Amtsgericht
Charlottenburg

Verantwortlich für redaktionelle Inhalte der Fachzeitschrift *DGUV forum* und der Website

<https://forum.dguv.de>
Stefan Boltz, DGUV

Chefredaktion

Stefan Boltz (DGUV), Sabine Herbst (DGUV)

Redaktion

Elke Biesel (DGUV), Katharina Braun (DGUV),
Susan Haustein (DGUV)

Technische Erstellung und Betreuung der einzelnen Ausgaben der Fachzeitschrift *DGUV forum* und der Website *DGUV forum* inklusive Redaktionsassistenz für die Chefredaktion

Raufeld Medien GmbH, Paul-Lincke-Ufer 42/43
10999 Berlin, Telefon: 030 695 665-0
E-Mail: info@raufeld.de

Titelmotiv: © Adobe/gooddesign10/raufeld

Rechtlicher Hinweis

Die mit Autorennamen versehenen Beiträge in dieser Zeitschrift geben ausschließlich die Meinungen der jeweiligen Verfasser wieder.

Zitierweise der Fachzeitschrift *DGUV forum*

DGUV forum, Ausgabe, Jahrgang, Link, Abrufdatum

ISSN (Online)

2699 – 7304

OS-Plattform

Die Plattform der EU-Kommission zur Online-Streitbeilegung kann hier eingesehen werden:
consumer-redress.ec.europa.eu/index_de
Diese befindet sich jedoch auf dem Weg der Abschaltung und nimmt keine neuen Beschwerden mehr an.

Alle Autorinnen und Autoren online unter

[forum.dguv.de/
autorinnen-und-autoren/](https://forum.dguv.de/autorinnen-und-autoren/)

