

Präventionskampagne Haut

Internationale Hautschutztage

Dr. med. Helmut Walter

Krefeld, 17. Juni 2008



Hauterkrankungen bei der BG Chemie 2006

- Nach Asbest-BK die 2. häufigste angezeigte Erkrankung
- 558 Anzeigen, davon 318 bestätigt (berufl. verursacht)
- 11 neue Rentenfälle
- Kosten zur Teilhabe am Arbeitsleben 1,2 Mio €

Ergebnis Mitarbeiterbefragung – AOK-Bericht

Tabelle 2

Hitliste der gesundheitlichen Beschwerden

Beschwerden	häufig	häufig (Abweichung vom Befra- gungs- durchschnitt)	selten	nie
	in %	in %	in %	in %
Rückenschmerzen	68,1	+22,1	29,7	2,2
Verspannun- gen/Verkrampfungen	61,2	+26,6	29,4	9,4
Gelenkschmerzen	56,1	+24,2	32,9	11,0
Schlafstörungen	51,2	+27,5	26,8	22,0
Müdigkeit/Abgeschlagenheit	50,6	+17,3	37,7	11,7
Mutlosigkeit/Traurigkeit/ Bedrückung	28,4	+14,1	28,4	43,2
Nervosität, Unruhe	25,7	-0,9	48,6	25,7
Hautprobleme	25,3	+3,1	38,7	36,0
Reizbarkeit	24,0	+3,0	48,0	28,0
Kopfschmerzen	23,7	-1,3	57,9	18,4
Erkältungen	22,8	+8,2	69,6	7,6
Magenschmerzen/ Sodbrennen	21,6	+3,2	37,8	40,5
Verdauungsstörungen	19,7	+8,0	46,1	34,2
Reizung der Augen	14,3	-2,9	46,8	39,0
Kreislaufstörungen	12,3	-2,1	47,9	39,7
Reizhusten	10,0	-2,4	57,1	32,9
Herzbeschwerden	4,2	-3,3	18,3	77,5
Appetitlosigkeit/Übelkeit	2,9	-3,6	37,1	60,0
Atemnot	2,8	-4,6	16,7	80,6

© WIdO 2006

1700 MA

2006

Evaluation Hautkampagne - Durchführung

- **Null-Messung im Zeitraum 01. August bis 31. Dezember 2006**
- **Zwischen-Messung im Zeitraum 01. August bis 31. Dezember 2007**
- **Abschluss-Erhebung geplant für 01. August bis 31. Dezember 2008**
- **Erhebung anhand von Fragebögen (persönliche und betriebliche Einstellung zum Thema Hautschutz)**
- **Unternehmen zufällig ausgewählt**
- **Fragebögen anonym**

Evaluationsergebnisse - Stichprobe

Der Erhebungszeitraum lag zwischen dem 01.08.2006 und dem 31.12.2006.
In diesem Zeitraum wurden insgesamt N = 620 Unternehmen befragt.

1860
Fragebögen

76 % Männer

23,5 % Frauen

0,5 % ohne Angaben

Evaluationsergebnisse - Einstellung

Frauen

- machen sich mehr Gedanken um gesunde Haut,
- benutzen häufiger Pflegeprodukte
- sind eher bereit für hochwertige Pflegeprodukte Geld auszugeben.
- legen mehr Wert auf gepflegte und gesunde Haut.
- gaben häufiger an, dass Hautschutz im Betrieb weniger unterstützt wird.

Männer

- gaben häufiger an, persönliche Schutzausrüstung zu tragen.

Evaluationsergebnisse - Betriebsgröße

Mitarbeiter und Vorgesetzte größerer Firmen geben an, ihr Unternehmen legt mehr Wert auf Sicherheit, als dies Mitarbeiter und Vorgesetzte kleinerer Unternehmen tun.

Die TABen bestätigen dies.

Evaluationsergebnisse - Berufsstatus

Vorgesetzte und TABen bewerten die betrieblichen Maßnahmen hinsichtlich des Hautschutzes besser als die Mitarbeiter.

Mitarbeiter wissen im Gegensatz zu Vorgesetzten und TABen seltener, dass es **betriebliche Ansprechpartner zum Thema Haut** gibt.

Mitarbeiter wissen im Gegensatz zu Vorgesetzten und TABen seltener, dass es im Betrieb **Hautschutzregeln** gibt.

Evaluationsergebnisse – Ist Stand (vor Start)

Der Sicherheitsstandard in den Unternehmen ist hoch.

Die meisten Unternehmen stellen Produkte zum Schutz, zur Reinigung und zur Pflege der Haut bereit.

Die Befragten nehmen ihre Unternehmen als unterstützend wahr.

Fragen zur aktiven Einbeziehung des Hautschutzes in den Unternehmensalltag zeigen, dass die Mitarbeiter geringere Werte als Vorgesetzte und TABen angeben

Die Unternehmen halten sich an Vorschriften.

Für die nachfolgende Untersuchung werden Verbesserungen erwartet.



**DEINE HAUT.
DIE WICHTIGSTEN
DEINES LEBENS. $2m^2$**



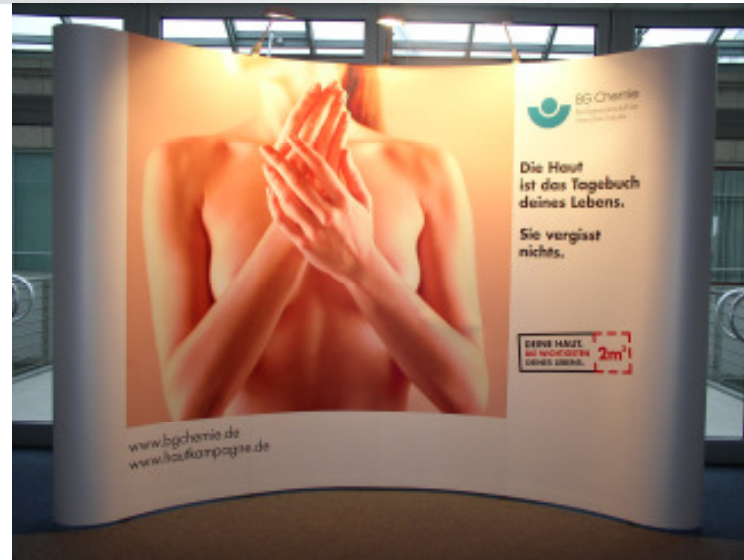
Produkte

- Infocard – Mein persönlicher Hautschutzplan
- Merkblatt A023
- Plakate

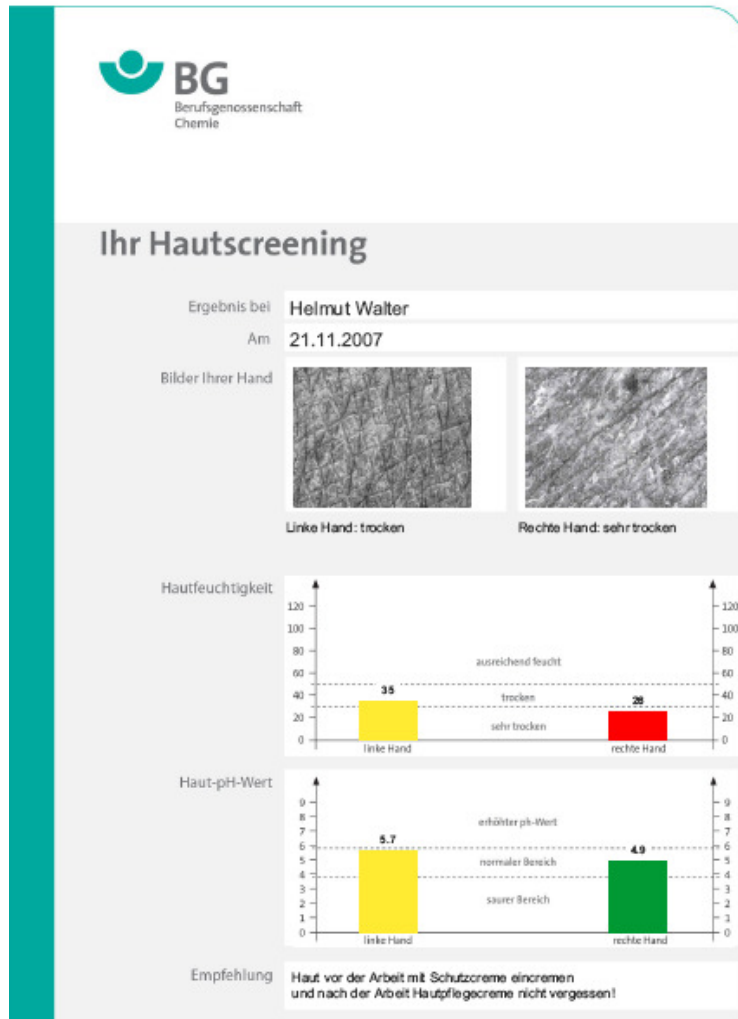


Betriebliche Aktionstage

- **Stellwand**
- **MAX-Infotower**
- **Hautmessgerät**
- **Dermaluxgerät**



Hautscreening



Ergebnis des Hautchecks „Befund mit Empfehlungen“



Homepage – www.hautkampagne.de

- **Aktuelle Informationen zur Kampagne**
- **Angebote der BG Chemie (Seminare, Schulungen)**
- **Vorhandene Medien**
- **Downloads**
- **Links (bgchemie.de; hvbg.de)**
- **Quiz-Preisrätsel für Beschäftigte in Mitgliedsbetrieben**

Stichproben Vor- und Zwischenevaluation

- **2006: 620 Unternehmen entspricht 1.860 Fragebögen**
- **2007: 528 Unternehmen entspricht 1.594 Fragebögen**
- **Insgesamt 75,9 % Männer**

Ergebnisse (persönliche Einstellung)

- **Keine Veränderung der persönlichen Einstellung zum Thema Haut**
 - Frauen legen unabhängig von ihrer Position persönlich mehr Wert auf das Thema Haut

Fragebögen anonym – Selbstauskunft!

Ergebnisse Betriebsgröße

- **Mehr als $\frac{3}{4}$ der Betriebe kleiner 500 Mitarbeiter**
- **Großbetriebe haben im Durchschnitt höhere Standards zum Thema Hautschutz**
- **Große Veränderung durch die Kampagne bei der Mehrzahl der Betriebe**

Veränderungen Betriebe < 500

- Häufigere Verwendung der PSA
- Öfter Produkte zum Schutz der Haut
- Seltener Hinweise auf Schutzmaßnahmen
- Seltener Auftreten von Hautproblemen
- Öfter Haut als Thema im Betrieb
- Öfter aktive Aufklärung über Hautschutz

Unterschiede nach Positionen

■ Frage nach Ansprechpartner im Betrieb:

- Unterschied zwischen Position bleibt bestehen
- TAB: 79,2 %; Vorgesetzter: 67,8 %; Mitarbeiter: 56,9 %

■ Frage nach Hautschutzregeln:

- Keine Unterschiede mehr zwischen den Positionen

Fazit

- **Kampagne verändert keine persönliche Einstellung, wirkt aber im betrieblichen Hautschutz**
- **Der Großteil der Mitgliedsbetriebe profitiert von der Kampagne**
- **Unterschied zwischen Groß- und Kleinbetrieb wird geringer**
- **Kampagne ist geeignet das Bewusstsein für die Haut zu stärken**

Die wichtigsten 2m² deines Lebens.



G. v. Hagens - Skinman