

Spannende historische Aufnahmen gibt es auch von der Beiersdorf AG: ein Mitarbeiter des Forschungslabors im Jahr 1914.

fit! BEI BEIERSDORF

Die betriebliche Krankenversicherung bei Beiersdorf konnte im Herbst ihr 25-jähriges Jubiläum feiern. Auf Ihren Extraseiten erwartet Sie dazu ein Interview mit Retro-Flair. Obendrein gibt's einen Rückblick auf die Freiwilligenaktivitäten am „Care Beyond Skin Day“.

Liebe Leserin, lieber Leser,



für diese „historische“ Ausgabe der fit! habe ich etwas gemacht, was ich sonst eher selten tue: in alten Fotos gekramt. Was der genaue Anlass für diesen Ausflug in die Vergangenheit war und was ich dabei zutage gefördert habe, sehen Sie auf den nächsten Seiten ...

Kommen Sie gut ins neue Jahr!

Ihr Christoph Kinder von der DAK-Gesundheit

NEUE SOZIAL- ÖKOLOGISCHE INITIATIVE

Im Rahmen von Beiersdorfs neuer sozial-ökologischer Initiative „Beiersdorf's Women in Circularity Program“ werden Recycling-Organisationen in Argentinien, Ghana, Indien und Kenia mit 4 Millionen Euro unterstützt. Ziel ist es, mit dem Sammeln und Recyceln von jährlich rund 15.000 Tonnen Plastik die Kreislaufwirtschaft in den Schwellenländern zu stärken. Für die Initiative wurden vier Unternehmen mit Social-Business-Ansatz in Regionen ausgewählt, die von der Coronapandemie besonders hart getroffen sind. Mehr als 1.600 Frauen und ihren Familien sowie den Kommunen beschert die Initiative Einkommens- und Entwicklungsmöglichkeiten – ein neuer Meilenstein beim sozialen Engagement des Unternehmens, das durch die Stärkung von Mädchen und Frauen eine inklusivere Gesellschaft fördert.

Bilder: Beiersdorf; privat; DAK-Gesundheit | Rocardam-Rabert



Beschäftigte beim Plastik-Recycling in Kenia

ACHTSAME AUSZEIT

Achtsamkeit als Mittel zur Entspannung nutzen – wie geht das eigentlich? Das Team Wellbeing leitet Beiersdorf-Mitarbeitende kostenfrei dazu an. Eine Teilnehmerin erzählt.

„Bei der Achtsamkeitspraxis machen wir angeleitet von einem Beiersdorf-Kollegen oder einer -Kollegin verschiedene Übungen, konzentrieren uns zum Beispiel auf unsere Atmung oder widmen uns bestimmten positiven Gedanken. Dabei senkt sich mein Stresslevel und ich komme in einen Entspannungszustand, der mir im Anschluss neue Energie gibt. Dass man sich remote in den Termin einwählen kann, ist einfach praktisch. Alles funktioniert auch ohne Vorkenntnisse bequem auf dem Schreibtischstuhl. Ich war aber auch schon in Präsenz dabei und habe es genossen, die Meditation im Liegen oder im Yogasitz zu machen. Dass diese kleine gesundheitsfördernde Auszeit fest im Kalender steht, gefällt mir sehr. Ich mache seit Anfang 2023 regelmäßig mit und bin dankbar, dass Beiersdorf uns dieses Angebot zur Verfügung stellt.“

Astrid Kiekeben, Accounting Consultant bei BSS



Astrid Kiekeben

Die 15-minütige angeleitete Achtsamkeitspraxis (Meditation) wird mittwochs um 11.15 Uhr angeboten ([Terminzusendung via wellbeing@beiersdorf.com](https://www.beiersdorf.com)). Sie finden diese und andere Open Sessions vom Team Wellbeing mit Direktlinks in Younited unter Wir Mitarbeitenden > GOOD FOR ME > Wellbeing.



Am 1.9.2023 von seinem Team und der DAK-Gesundheit gebührend gefeiert: Servicezentrumsleiter Christoph Kinder hatte sein 25-jähriges Betriebsjubiläum.

IN 25 JAHREN ENG ZUSAMMENGEWACHSEN

Noch ein Jubiläum: Seit 1. Oktober 1998 gibt es eine betriebliche Krankenversicherung für die Beiersdorf AG. Ebenfalls seit 25 Jahren dabei ist Christoph Kinder, heute Leiter des DAK-Servicezentrums für Beiersdorf. fit! sprach mit ihm über Männer im Anzug, Klebeband und einen Neubeginn.



Christoph Kinder vor gut 20 Jahren

ERST EINMAL HERZLICHE GLÜCKWÜNSCHE ZUM JUBILÄUM! 25 JAHRE, DA HAT SICH IN DER BETRIEBLICHEN KRANKENVERSICHERUNG UND IHREM ARBEITSUMFELD BESTIMMT VIEL VERÄNDERT ...

Vielen Dank! Es hat sich wirklich viel getan. Besonders gratierend war sicherlich die Fusion mit der DAK-Gesundheit 2016. Zugleich gibt es in unserer Truppe für Beiersdorf aber viel Kontinuität. Zwei Kollegen aus den alten Zeiten sind noch dabei. Durch die lange Bindung entstehen teilweise sehr herzliche Kontakte. Man kennt sich, trifft sich im Betriebsrestaurant oder im Parkhaus, fährt mit der Bahn gemeinsam zur Arbeit ... Doch auch Nachwuchskräfte fehlen bei uns nicht. Eine Kollegin ist Jahrgang 2000 – da fühle ich mich schon ziemlich alt. (lacht)

CHRISTOPH KINDER

ist gelernter Sozialversicherungsfachangestellter und Krankenkassenbetriebswirt. Auf seine beruflichen Stationen BKK Bundespost und BKK Deutsche BP AG folgte die BKK Beiersdorf AG: „Es hat mich gereizt, bei einer Kassengründung dabei zu sein.“ Seine Klientel und das „lockere und vertrauensvolle Miteinander“ wuchsen ihm schnell ans Herz. Der gebürtige Berliner hat einen mittlerweile erwachsenen Sohn und ist großer Fußballfan.

Bilder: privat

WAS BESCHÄFTIGT IHR TEAM UND SIE DIESER TAGE BESONDERS?

Unser Umzug aus der Unnastraße – wo wir intern noch Anfang Dezember mit einer fröhlichen Feier das BKK-Jubiläum begangen haben – in Räume auf dem neuen Beiersdorf-Campus. Mit dem betriebsärztlichen Team und der Sozialberatung Tür an Tür zu sitzen, passt natürlich super. Gleichzeitig starten wir in die neue Arbeitswelt durch, mit nur noch zwei festen Arbeitsplätzen vor Ort bei Beiersdorf und einem bei tesa. Das Homeoffice und Einsätze in den Werken werden noch mal wichtiger. Eine spannende Zeit!

INWIEFERN WAR DER ARBEITSALLTAG IN DEN SPÄTEN 90ERN ANDERS ALS HEUTE?

Zum Beispiel hatten wir noch keine Handys. Rundschreiben in Papierform waren an der Tagesordnung und Postberge tatsächlich greifbar. Bei der BKK Beiersdorf AG gab es von Anfang an Computer. Ich kenne aber noch das Arbeiten mit der mechanischen Schreibmaschine. Wie viel Zeit das gefressen hat! Unsere Klientel war damals sehr unternehmensgebunden. Dass man in der dritten Generation beim selben Arbeitgeber war bis zur Rente, kam Ende der 90er noch häufig vor. Und wir sind immer sehr förmlich gekleidet ins Büro gekommen, die Männer im Anzug. Das entsprach auch der traditionell sehr hanseatischen Atmosphäre bei Beiersdorf.

KONNTEN SIE SICH DAMIT IDENTIFIZIEREN?

So wie andere Schutzanzug und Helm trugen, gehörten zu Schreibtisch-Jobs Schlips und Kragen. In den letzten Jahren geht es im Unternehmen – und damit auch bei uns – viel internationaler zu. Alles ist lockerer geworden und das Du schon fast die Regel. Dass ich mich mit Beiersdorf und tesa identifiziert habe, ging ziemlich schnell. Schließlich bin auch ich mit NIVEA großgeworden, das Badezimmer ist voll mit Beiersdorf-Produkten. Hansaplast verschloss so manche Wunde meiner Kindheit und tesa-Film war zu Hause gängiges Klebemittel. Billigklebeband aus dem Baumarkt gibt es bei mir nicht. Ich erinnere mich an eine der ersten BKK-Beiersdorf-Mitgliederzeitungen, die wir über einen Verlag an unsere Versicherten versandt hatten. Da war ein Kalender eingeklebt, der sich nur schwer herauslösen ließ. Prompt erhielten wir die Rückmeldung unserer Mitglieder: „Na, das war aber kein tesa ...“ – so etwas merkten die Leute sofort.

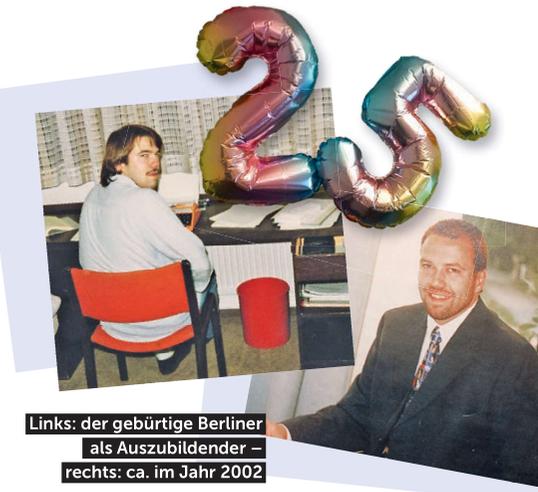
WELCHEN WANDEL BRACHTE DIE FUSION MIT DER DAK-GESUNDHEIT VOR SIEBEN JAHREN?

In der ersten Zeit lief es leider holpriger als wir erwartet hatten. Unterm Strich waren aber eine tolle Versorgung, ein großes Leistungspaket, wie wir es zuvor nicht hätten anbieten können, positiv für die Versicherten. Wir waren für weniger Themen zuständig als vorher, konnten nicht mehr so viel selbst gestalten. Dafür haben wir uns voll auf unsere Stärke, den Service vor Ort, konzentriert. Dass durch die neu eingeführte digitale Ablage Arbeit wegfiel, half uns dabei. Nicht zuletzt war das breite Angebot der DAK-Gesundheit im Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) ein Gewinn für die Beschäftigten und das Unternehmen.

WAS IST IHR ZIEL FÜR DIE ZUKUNFT?

Unseren Marktanteil bei Beiersdorf erhöhen. Dazu ist es wichtig, dass die Beschäftigten uns regelmäßig sehen und als Teil des Unternehmens wahrnehmen. Wir sind in allen Unternehmensteilen regelmäßig mit BGM vor Ort, im Februar zum Beispiel mit diversen Aktionen zur Krebsvorsorge. Immer öfter werden wir dabei angesprochen: „Was muss ich machen, um zu euch zu wechseln?“

Interview: Annemarie Lüning



Links: der gebürtige Berliner als Auszubildender – rechts: ca. im Jahr 2002

IMPRESSUM

Herausgeber:

DAK-Gesundheit
Gesetzliche Krankenversicherung
Nagelsweg 27–31, 20097 Hamburg, dak.de

Verantwortlich:

Rüdiger Scharf, Bereichsleiter Unternehmens-
kommunikation (V. i. S. d. P.)

Verantwortliche Redakteurin:

Gabriela Wehrmann

Herstellung & Versand:

Julia Peters

Kontakt zur Redaktion:

Tel.: 040 2364 855 9411, dak-magazine@dak.de
Bei Abo- oder Adressänderungen wenden Sie sich
bitte an: service@dak.de

Gestaltung & Bildredaktion:

Straub & Straub GmbH; Andy Lindemann

Redaktionelle Mitarbeit & Autorinnen

und Autoren: Stefan Burgdörfer, Janina Diamanti,
Linda Hartmann, Annemarie Lüning, Anna Paetow,
Dr. med. Michael Prang, Natascha Saul-Rademacher,
Stefan Suhr, Frank Themer, Cornelia Tiller,
Dorothea Wiehe

Titelfoto: iStock by Getty Images | Riska

Schlussredaktion: Straub & Straub GmbH

Reproduktion: LSL – Litho Service Lübeck

Druckerei: Evers Druck Meldorf

Druck auf 100 Prozent Recyclingpapier

Verantwortlich für Anzeigen:

Ad Alliance GmbH, Postfach 12, 20444 Hamburg

Head of Brand Print & Crossmedia:

Petra Küsel (V. i. S. d. P.), Tel.: 040 2866 864 632
Es gilt die gültige Anzeigenpreisliste,
Infos unter: www.ad-alliance.de
Alle Anzeigen Ad Alliance GmbH,
außer auf dem Umschlag U3 und U4.

Die Mitgliederzeitschrift der DAK-Gesundheit ist
kostenlos. Namentlich gekennzeichnete Beiträge
sind nicht identisch mit der Meinung der Redaktion.
Für unverlangte Einsendungen übernimmt die
DAK-Gesundheit keine Verantwortung. Nachdruck,
Aufnahme in Online-Dienste und Internet sowie
Vervielfältigung nur mit Zustimmung gestattet.

Redaktionsschluss: 15. Dezember 2023

Zur Refinanzierung unseres Magazins finden Sie
in Teilen dieser Ausgabe gewerbliche Anzeigen
sowie Beilagen von der Josef Witt GmbH (Beilagen
Witt und Sieh an!). Alle Anzeigen sind als solche
gekennzeichnet und stellen keine Empfehlung der
DAK-Gesundheit dar.

GEMEINSAM GUTES GETAN

Mit dem „Care Beyond Skin Day“ hat die Beiersdorf AG
Freiwilligenarbeit aktiv gefördert – ein Gewinn für
alle Beteiligten.



Das Team Corporate Sustainability im
Einsatz für Trinkwasserwald e. V.



Valerie Kruck

Bilder: Beiersdorf AG

Ein Dünenschutzgebiet von Müll
befreien, Eichensetzlinge pflan-
zen: Das sind nur zwei Beispie-
le dafür, wie sich Beschäftigte der
Beiersdorf AG im Frühsommer 2023
ehrenamtlich engagiert haben. „Care
Beyond Skin Day“ (CBS Day) heißt
die Initiative, bei der Mitarbeitende
weltweit dazu aufgerufen waren,
gemeinnützige lokale Organisationen
bei Sozial- und Umweltprojek-
ten zu unterstützen. In dieser
Größenordnung war das
Corporate Volunteering,
wie die Förderung des
Mitarbeiterengagements
auch heißt, für die Beiers-
dorf AG eine Premiere.
„Die Option, als Team-



Sonia Reichensperger

building-Maßnahme gemeinsam
Gutes zu tun, gab es schon vorher“,
sagt Sonia Reichensperger, Managerin
Corporate Engagement & Partner-
ships, „sie wurde aber nur punktuell
genutzt.“ Die Resonanz auf den CBS
Day übertraf alle Erwartungen: Drei
Viertel von rund 14.000 Beschäftig-
ten weltweit waren im dreimonati-
gen Aktionszeitraum dabei, darunter
allein 1.900 aus Hamburg. Viele
Teilnehmende habe es beein-
druckt zu sehen, „was man
in wenigen Stunden Gutes
bewirken kann“, berichtet
Valerie Kruck, Global Head
of Social Commitments.

Annemarie Lüning