



KOINNO-Praxisbeispiel

Innovatives Projekt aus der öffentlichen Beschaffung

INNOVATIVES PRODUKT ————— • 117

UV-Schutzkleidung



Verbesserung des Gesundheitsschutzes durch ganzheitlichen UV-Schutz unter Berücksichtigung der Trageakzeptanz

Ausgangssituation

Der Außendienst von Hessen Mobil (z. B. Straßenwärter, Vermessung, Bauwerksprüfung etc.) ist unmittelbarer Sonneneinstrahlung ausgesetzt. In der Vergangenheit wurde zum Teil Sonnenschutzcreme zur Verfügung gestellt und Gebrauch von verschobenen Arbeitszeiten bei den Straßenwärterinnen und Straßenwärtern gemacht, was aber nur bedingt die UV-Belastung wirksam reduzierte. Zudem wurden Basecaps angeboten. Besonders an sehr heißen Tagen war dies kein ausreichend wirksamer UV-Schutz.

Projektziele

- Verbesserung des Gesundheitsschutzes durch ganzheitlichen UV-Schutz unter Berücksichtigung der Trageakzeptanz.
- Verbesserung der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeitsaspekte.
- Beteiligung anderer Landesbehörden, um die Marktmacht und damit die Innovationskraft zu erhöhen.
- Die Anwendung des eProcurements, um während der Vertragslaufzeit für die ca. 120 dezentralen Bedarfsstellen (inkl. anderer Landesbehörden) die Abrufe zu erleichtern, Rechnungen einzusparen und zudem die Vertragsüberwachung zu verbessern.

Vorgehensweise

Um zielgerichtet und strategisch vorgehen zu können, wurde zuerst externer Input, zum Beispiel über die Unfallkasse Hessen, die Berufsgenossenschaft (BG) Bau oder auch den Bundesverband der deutschen Dermatologen (BVDD) eingeholt. Dieses Wissen brachten das Arbeitsschutzmanagement und der Einkauf in den Bekleidungsausschuss ein, um auch das Fachwissen der Betriebsmedizin und der Fachkräfte für Arbeitssicherheit zu erhalten. Gemeinsam wurden Prioritäten gesetzt und die Arbeitsaufträge klar verteilt.

Folgende Handlungsfelder wurden von uns identifiziert und strategisch angegangen

- UV-Kopfbedeckung
- UV-Schutz für den Warnschutzanzug
- UV-Schutz Langarmshirts
- UV-Schutz für die Freischneiderkombi
- UV-Schutz für den Helm
- UV-Schutz für die Augen
- UV-Schutzcreme

Als Grundlage diente die interne Beschaffungsstrategie. Insbesondere wurden zur Erreichung der vorstehenden Ziele folgende Strategien eingesetzt:

- Benchmarking
- Markterkundung
- Pilotprojekt
- MEAT-Ansatz
- innovationsförderliche Umwelt- und Sozialkriterien
- Sicherstellen einer Innovationskultur / Schulung von Fähigkeiten
- Lieferantenmanagement / Lieferantenentwicklung
- eProcurement
- Nachgelagerter Beschaffungsprozess

Umsetzung und Wirtschaftlichkeit

Direkt nach dem Identifizieren der Handlungsfelder, wurden die geänderten Anforderungen an den UV-Schutz für den Helm (Nacken- und Ohrenbedeckung) sowie für die Augenschutzbrille (UV 400 bei „Klarglas“) übernommen und gehören seitdem zum Standard. Der Warnschutzanzug (Recolux) verfügte bereits über ein zertifiziertes UV-Schutzgewebe (siehe Praxisbeispiel „Ganzheitliche innovative Beschaffung von Warnschutzanzügen“).

Zudem wurde ein Pilotprojekt zur Erprobung von Langarmshirts (EN ISO 20417) mit zertifiziertem UV-Schutz durchgeführt, um bestmögliche Informationen direkt von den Trägerinnen und Trägern zu erhalten.

Durch eine vertiefte Markterkundung und eine Bedarfsbündelung mit anderen Landesbehörden, konnten wir Artikel testen und weiterentwickeln, die mittlerweile sogar von der BG Bau gefördert werden (z. B. UV-Schutzhut). Zudem konnte ein „Problemlöser“ für die Freischneiderkombi entwickelt werden, der mittlerweile marktgängig ist und einen zertifizierten UV-Schutz hat. Bei all den Produkten stand neben der Funktionalität auch das Thema Nachhaltigkeit im Fokus.

Die Wirtschaftlichkeit lässt sich nicht klar berechnen. Der volkswirtschaftliche Vorteil liegt vor allem in der stark verbesserten Prophylaxe, so dass (hoffentlich) deutlich weniger Hautkrebserkrankungen erfolgen, was die Berufsgenossenschaften und Krankenkassen monetär entlastet. Als Arbeitgeber profitieren wir sicherlich auch von weniger Ausfallzeiten (starker Sonnenbrand, Sonnenstich...). Am Wichtigsten ist der ganzheitliche Gesundheitsschutz. Dafür setzen wir uns ein!

Fazit

Aus Sicht von Hessen Mobil ist dieses Konzept auch für andere Behörden umsetzbar, da es nicht nur um den Hut oder den UV-Schutz für die Freischneiderkombi geht. Es geht darum, die Stakeholder in das Zentrum der Beschaffung zu stellen und zu überlegen, welcher Ansatz das Problem ganzheitlich löst. Reicht ein Hut oder brauche ich mehr? Ein gutes Produkt, das ich wirtschaftlich beschaffen kann, ist mitunter nicht die Lösung des Problems, da es vielleicht an der Trageakzeptanz mangelt. Wenn wir als Beschaffung die „Kundschaft“ nicht aus den Augen verlieren, dann geben wir uns nicht nur damit zufrieden „nur“ wirtschaftliche Vergaben durchzuführen, sondern wir generieren Mehrwerte für unsere Behörde durch Innovationen.

Was meinen wir damit konkret?

Die öffentliche Beschaffung sollte von einem Erfüllungshelfen, der sich um die Rechtssicherheit kümmert, zu einem agilen und strategischen Partner werden. Die frühzeitige Einbindung der Beschaffung wird nur stattfinden, wenn die Mehrwerte sichtbar gemacht werden. Der Einkauf / die Beschaffung muss die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer und rechtliche Vorgaben sowie Aspekte des Arbeitsschutzes kennen. Dadurch ist es möglich mit kleinen Veränderungen Mehrwerte zu erzielen. Beschäftigte in den Beschaffungsstellen müssen dafür qualifiziert werden. Bei Neueinstellungen sollte nicht nur der Studienabschluss, sondern auch wichtige Faktoren wie die Kommunikationsstärke, Überzeugungskraft, intrinsische Motivation und ähnliches eine Rolle spielen.

Der Blick über den Tellerrand der Beschaffungsstelle hinaus ist sehr wichtig, aus unserer Sicht sogar unerlässlich.

Stand: August 2023

Impressum

Herausgeber:
Bundesministerium
für Wirtschaft und
Klimaschutz (BMWK)
10115 Berlin
www.bmwk.de

Redaktion:
Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik e.V. (BME)
Frankfurter Straße 27
D-65760 Eschborn
www.bme.de

Bildnachweis:
© iStock, Viorika

Umsetzung:
www.frischeminze.com

Ansprechpartner und Kontakt

Hessen Mobil Straßen- und Verkehrsmanagement
Leuschnerstraße 73
34134 Kassel
Andreas Weigmann, Sachgebietsleiter Zentraler Einkauf
Tel.: (0561) 7667-115
E-Mail: andreas.weigmann@mobil.hessen.de
<https://mobil.hessen.de>

Weitere Praxisbeispiele unter: www.koinno-bmwk.de