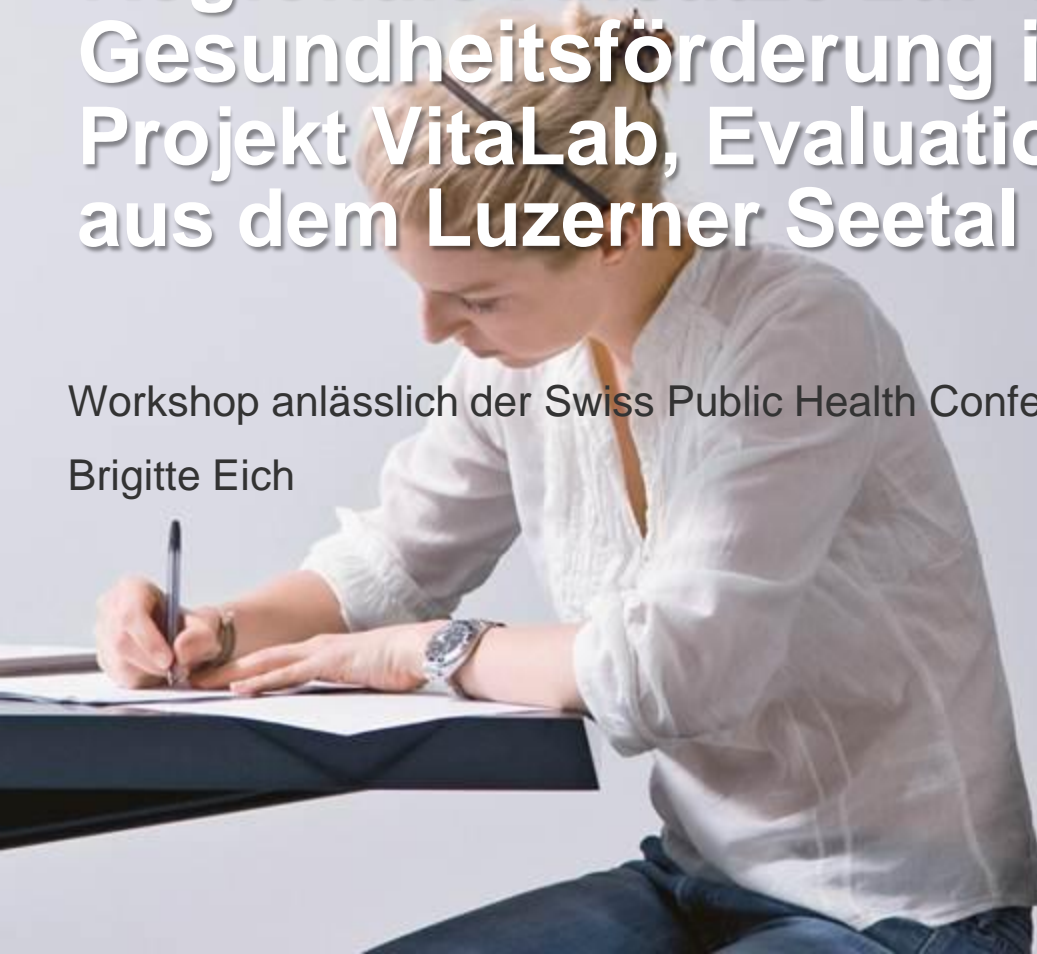


Psychische Gesundheit im Betrieb: Regionale Ansätze zur Verbreitung der Gesundheitsförderung in KMU: Projekt VitaLab, Evaluationsergebnisse aus dem Luzerner Seetal

Workshop anlässlich der Swiss Public Health Conference vom 22. August 2014 in Olten

Brigitte Eich



Vision

Entwicklung und Erprobung von Modellen für die regionale Verbreitung der Gesundheitsförderung in Kleinunternehmen (KU), die als Vorzeigeprojekte für die flächendeckende Verbreitung in der ganzen Schweiz genutzt werden können.



1. Stufe



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Kommission für Technologie und Innovation KTI

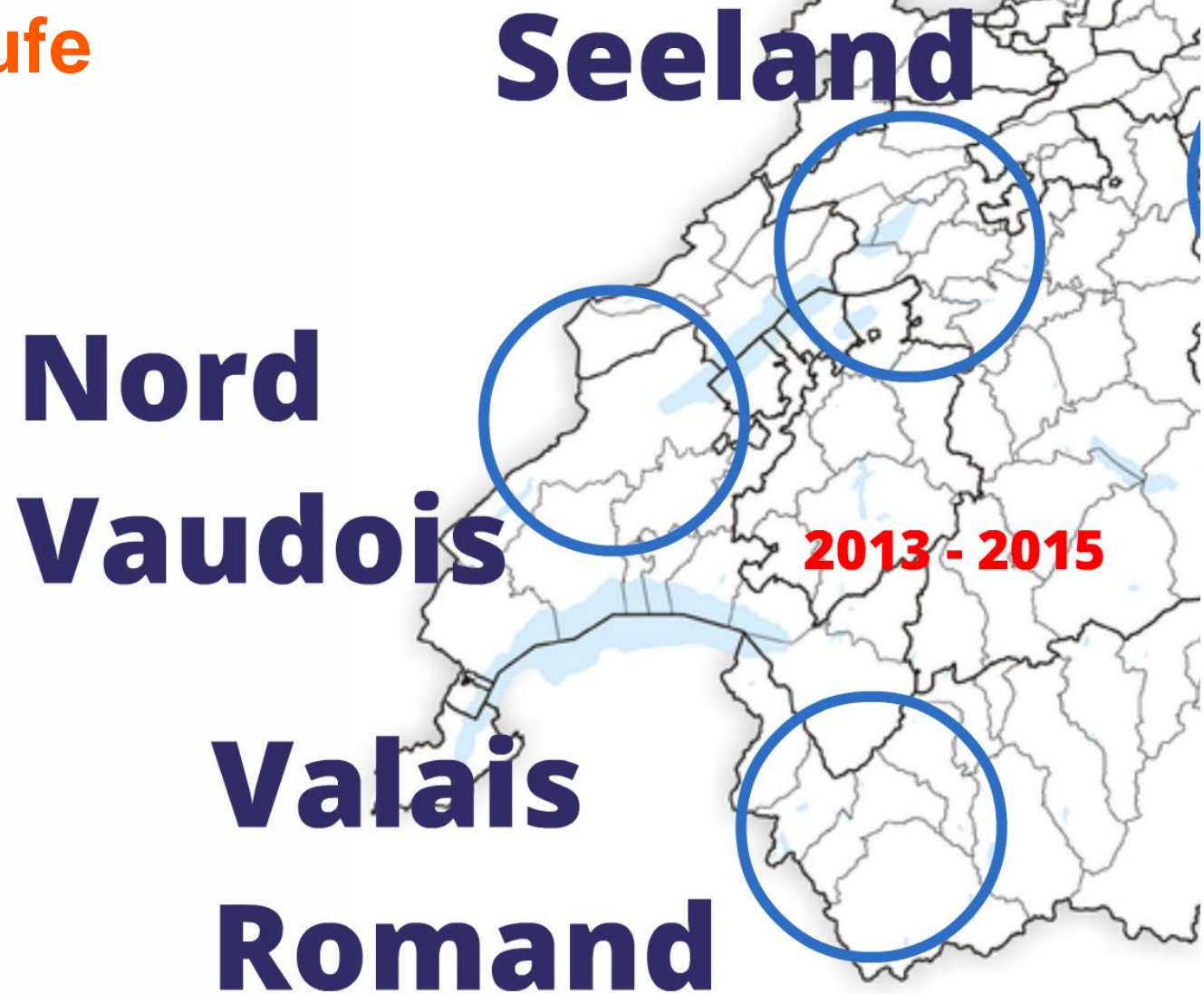


Fachhochschule
Nordwestschweiz



Gesundheitsförderung
Schweiz

2. Stufe



3. Stufe

Voraussichtlich ab 2017:

Instrumente und Methoden werden schweizweit
zur Verfügung gestellt

Typisch Kleinunternehmen

- Unternehmer hat oft eine fachliche Ausbildung und arbeitet operativ. Einzelne Tätigkeiten werden an andere Dienstleister ausgegliedert (z.B. Buchhaltung), an Mitarbeiter delegiert oder in der Familie aufgeteilt.
- Hohe Heterogenität zwischen verschiedenen KU (z.B. Coiffeur, IT-Spezialist) und im Arbeitsalltag (Unternehmer als Springer).
- Unternehmensgestaltung durch Aufgaben *und* durch Auswahl Mitarbeiter.
- Grosse Flexibilität und kurze Kommunikationswege (hohe Mitarbeiternähe) führen zu schnellen Entscheiden.
- Bescheidenere finanzielle Ressourcen.

Fueglistaller, Fust, Brunner und Althaus (2013)

Methoden des Zugangs

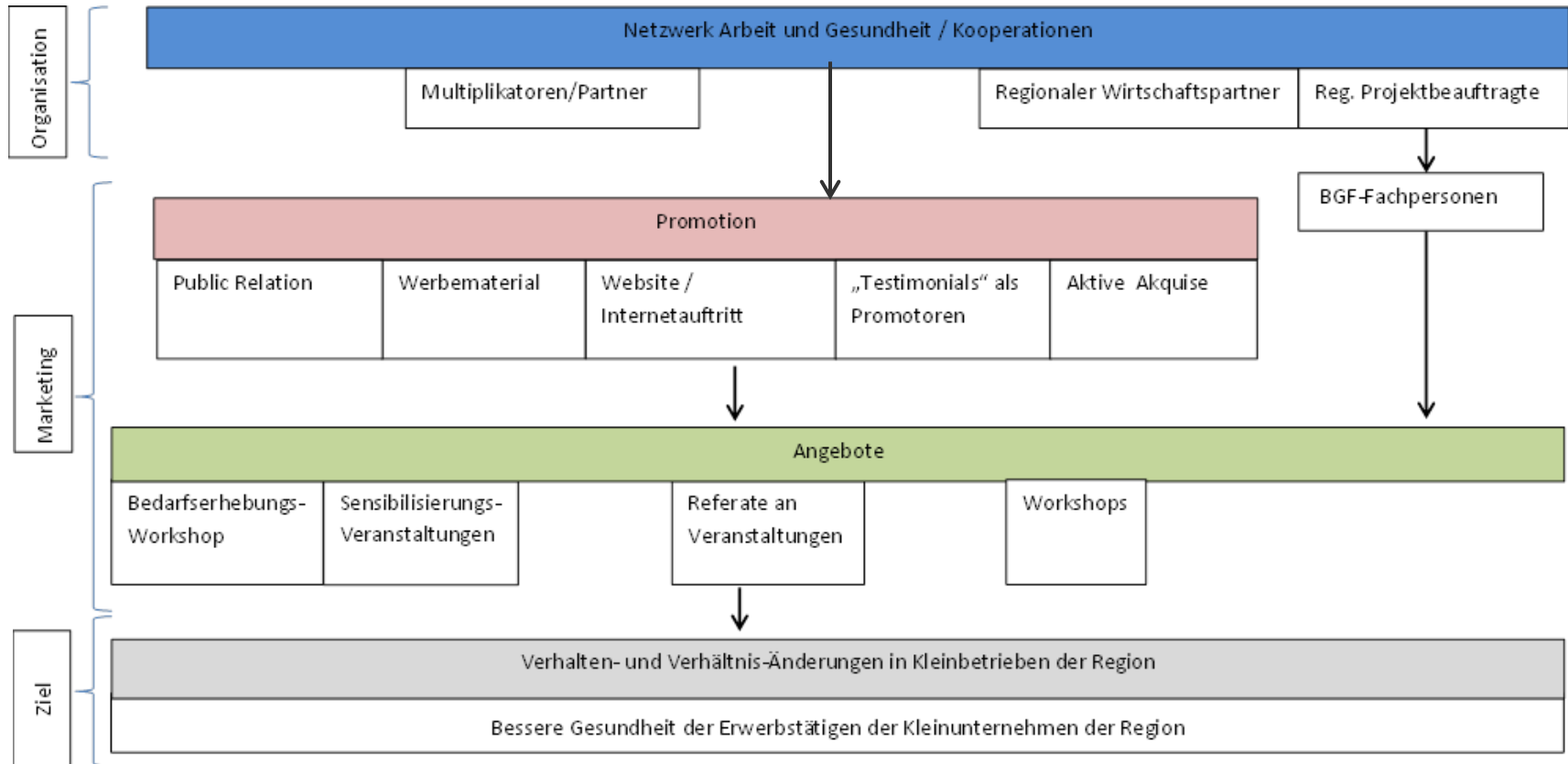
- Unternehmerin bzw. Unternehmer als «Gatekeeper»
- Konkrete, umsetzbare, praxisnahe Massnahmen mit erkennbarem Nutzen.
- Familiäre Struktur und Vernetzung der Betriebe (Verbände, Region) ist zu berücksichtigen.
- Informationswege beachten: Persönliche Ansprache hilft.
- Betriebe wollen spezifisch angesprochen werden. Möglich über Netzwerke, «Hilfe zur Selbsthilfe».

Abendroth et al. (2007) und Beck (2011)

Hauptziele VitaLab

1. Erarbeiten eines *Modells / Konzepts* für den Aufbau und die Etablierung von *regionalen* Beratungsdienstleistungen und eines *Netzwerks* für Arbeit und Gesundheit.
2. Möglichst viele *Betriebe* der Region sind bereit, am Netzwerk Arbeit und Gesundheit teilzunehmen und BGF nachhaltig umzusetzen.
3. Bedarfsgerechte, praxistaugliche und qualitativ gute *Angebote* und *Interventionsinstrumente* liegen vor.

Modell VitaLab Luzerner Seetal



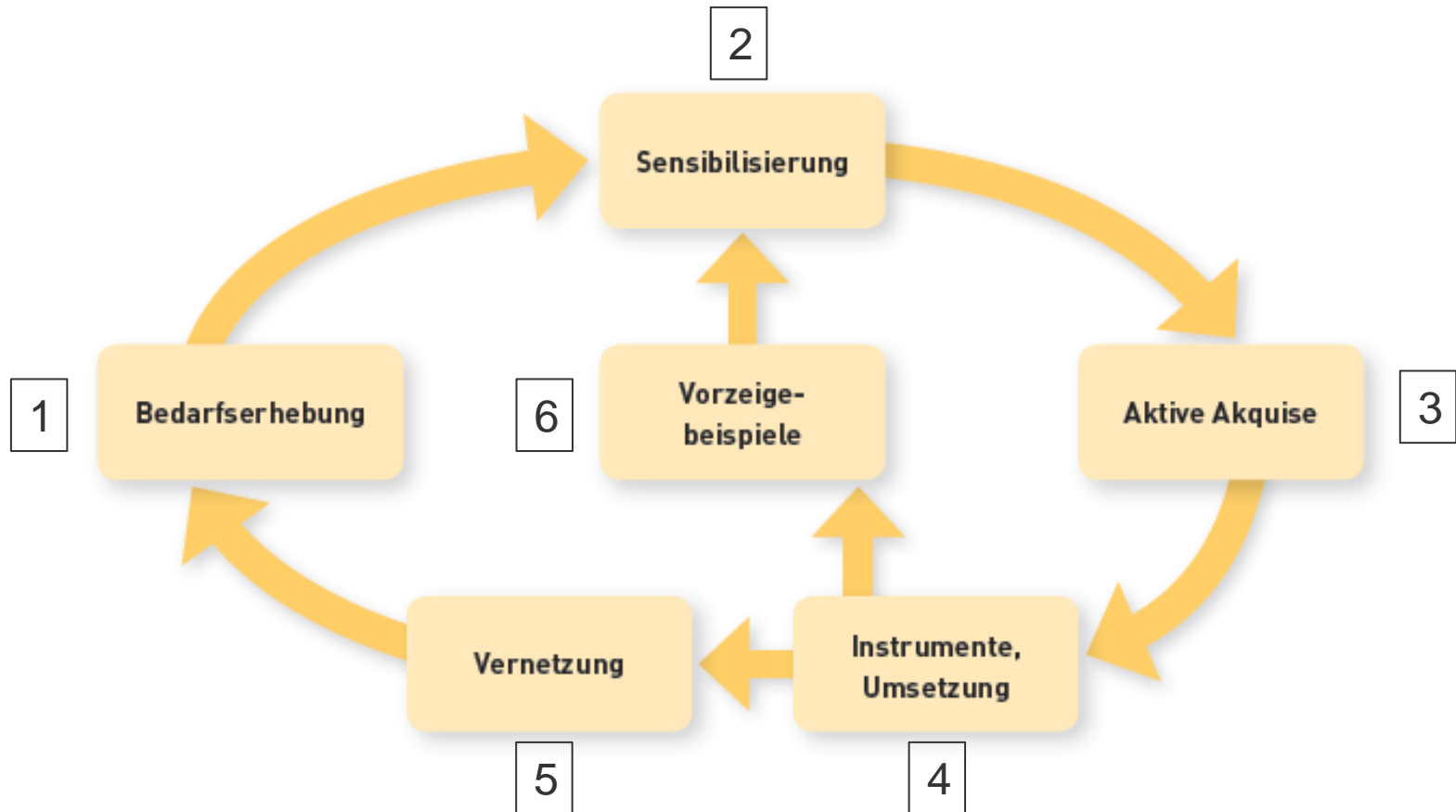
Evaluation

- Qualitätsentwicklung und –kontrolle *Angebote*:
 - Überprüfen der Instrumente/Angebote:
 - Fragebogen Teilnehmende, Selbstevaluation Projektbeauftragter und Projektleitung.
- Qualitätsentwicklung und -kontrolle *Modell/Konzept* und *Legitimation* gegenüber Politik und Öffentlichkeit:
 - Ziel: Erkenntnisgewinn darüber, was funktioniert und was nicht und Entwickeln eines Argumentariums für BGF in KU.
 - Instrumente: Protokolle, persönliche Interviews mit ausgewählten Personen des Projektes, Selbstevaluation Projektbeauftragter und -leitung, quantitative Kennzahlen, Betriebsbefragung Unternehmer, teilnehmende Beobachtung Veranstaltungen.

Erkenntnisse und Fazit



Schematischer Prozessablauf



Erkenntnis 1

Mit dem Prozessverlauf der regionalen Umsetzung konnten Kleinunternehmen (KU) dafür gewonnen werden, Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) umzusetzen:

➔ Kennzahlen:

- 5 öffentliche Veranstaltungen mit je 100-120 Teilnehmenden
- 214 «erreichte» Kleinunternehmen, davon nahmen 55 Personen an mehreren Veranstaltungen teil
- 39 Erstgespräche (Klärung des Vorgehens)
- 32 bezahlte BGF-Interventionen (Workshop, Intervention, Referat), davon 4 Betriebsanalysen

1. Bedarfserhebung

- **Erkenntnis 2**

Bedarfserhebungs-Workshops mit interessierten KU aus der Region haben einen mehrfachen Nutzen: Zum einen werden die Themen eruiert, die KU in Bezug auf das Thema BGF bewegen („Wo drückt der Schuh“); zum anderen werden die KU durch den Bottom-up-Prozess eingebunden, und darüber hinaus ergeben sich Kontakte zu Betrieben, die als Multiplikatoren gewonnen werden können.

2. Sensibilisierung

- **Erkenntnis 3**

Regelmässige (kostenlose) öffentliche Veranstaltungen (ca. alle 6 bis 8 Monate) sensibilisieren die KU und Interessierten in der Region und unterstützen den Aufbau eines Netzwerks Arbeit und Gesundheit und die Gewinnung von interessierten KU für die Projektteilnahme (Akquise).

- Öffentliche Veranstaltungen sollten in verschiedenen Gemeinden der Pilotregion und mit Kooperationspartnern, z.B. Gewerbevereinen als Co-Veranstalter (Marketing, finanzieller Beitrag) organisiert werden.
- «Testimonials», d.h. KU, die ihre Erfahrungen mit VitaLab präsentieren, sollten im Programm enthalten sein.
- Ein Apéro unterstützt den Austausch und die Vernetzung unter den KU sowie Kontaktgespräche der BGF-beauftragten Person mit potenziellen Kunden.
- Medienartikel, die mit Fokus auf die «Testimonials» die Veranstaltungen unterstützen, erreichen eine hohe Reichweite.

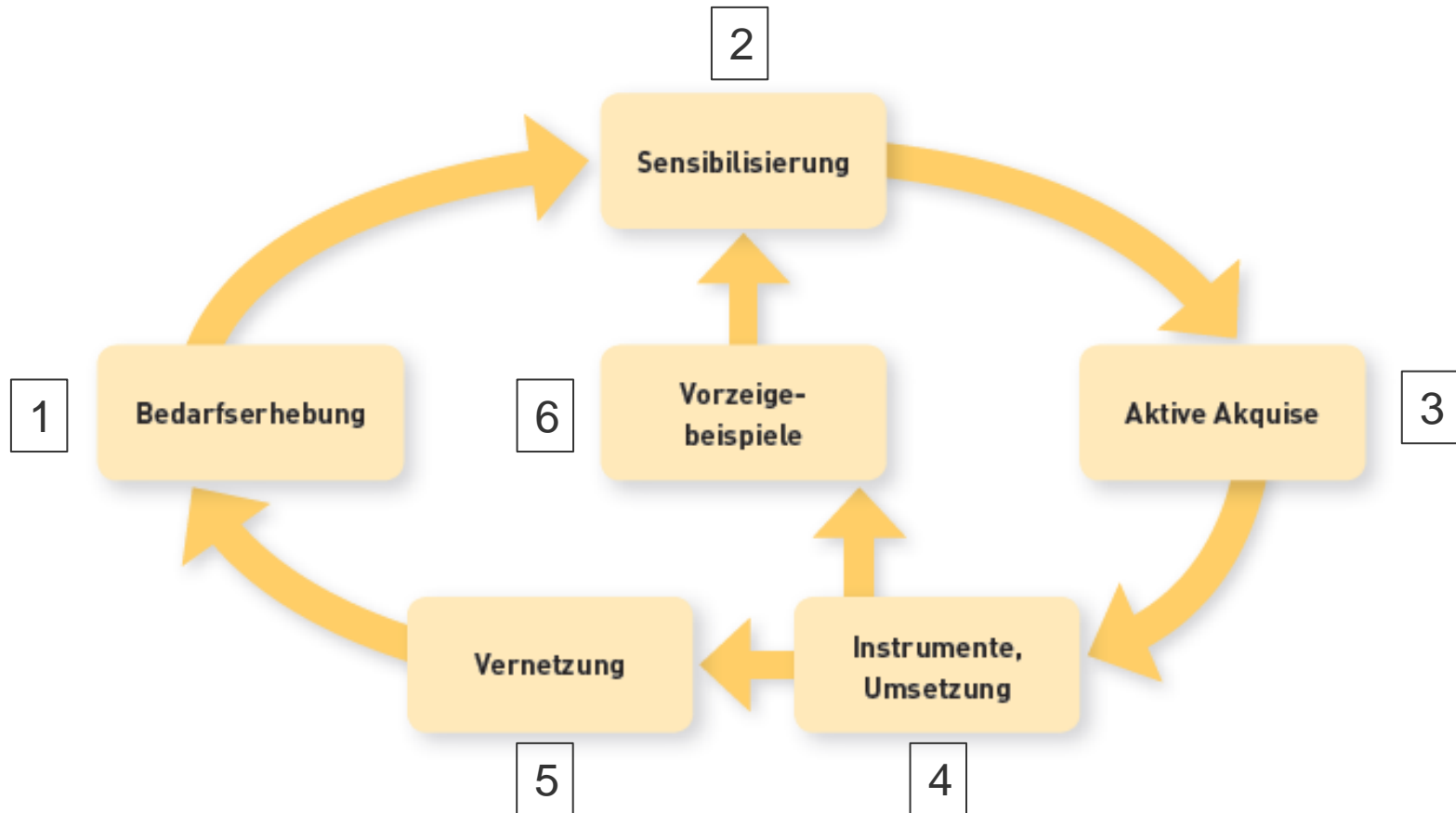
3. Aktive Akquisition

• Erkenntnis 4

Aufgrund der kleinräumlichen Sozialordnung und Organisationsstruktur ist der Unternehmer, bzw. die Unternehmerin die Schlüsselfigur für die Etablierung gesundheitsförderlicher Massnahmen. Sie nehmen die Rolle des «Gatekeepers» ein.

- Für Akquise und Umsetzungen immer UnternehmerInnen ansprechen.

Schematischer Prozessablauf

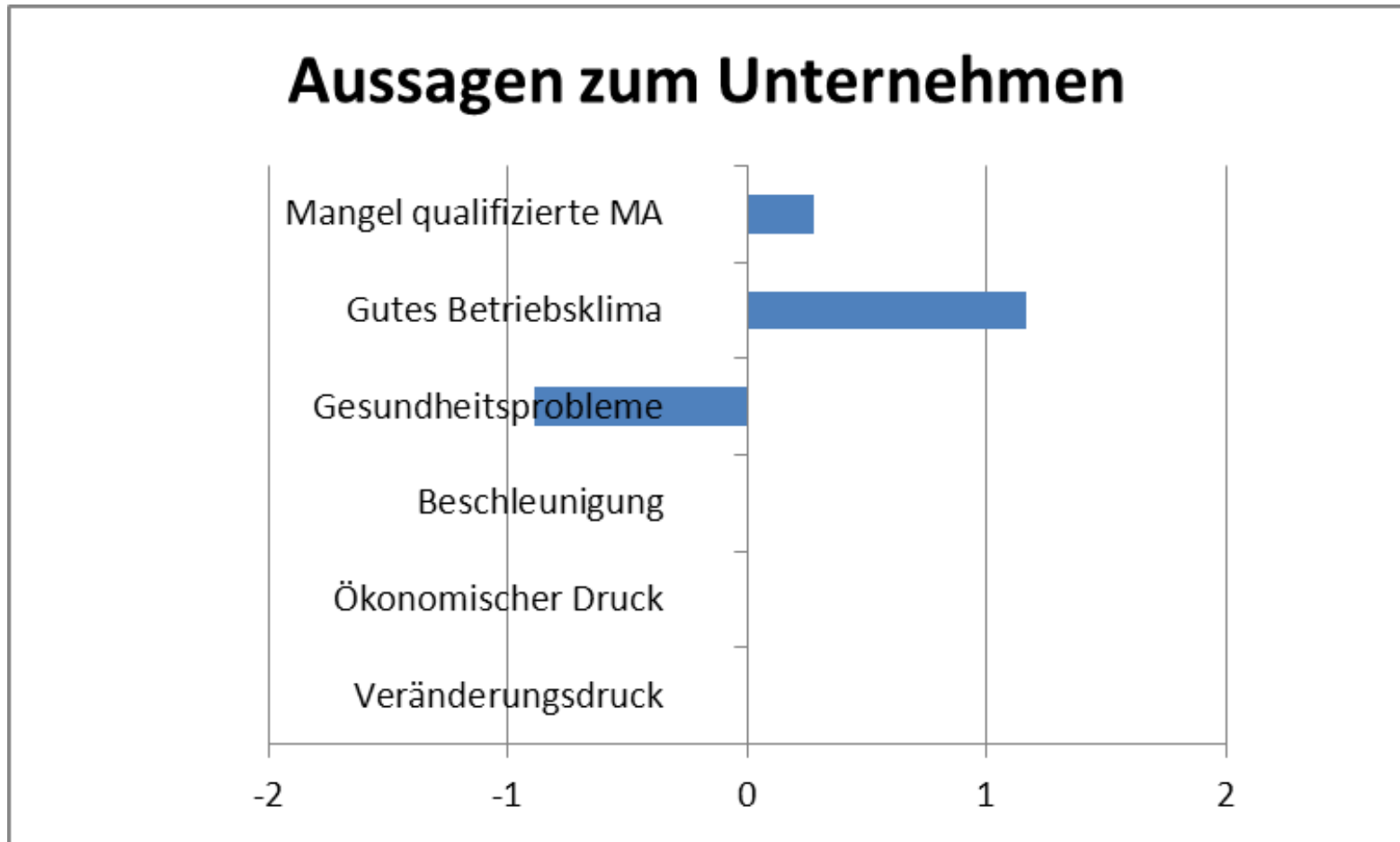


4. Instrumente, Umsetzung

- **Erkenntnisse 5-8**

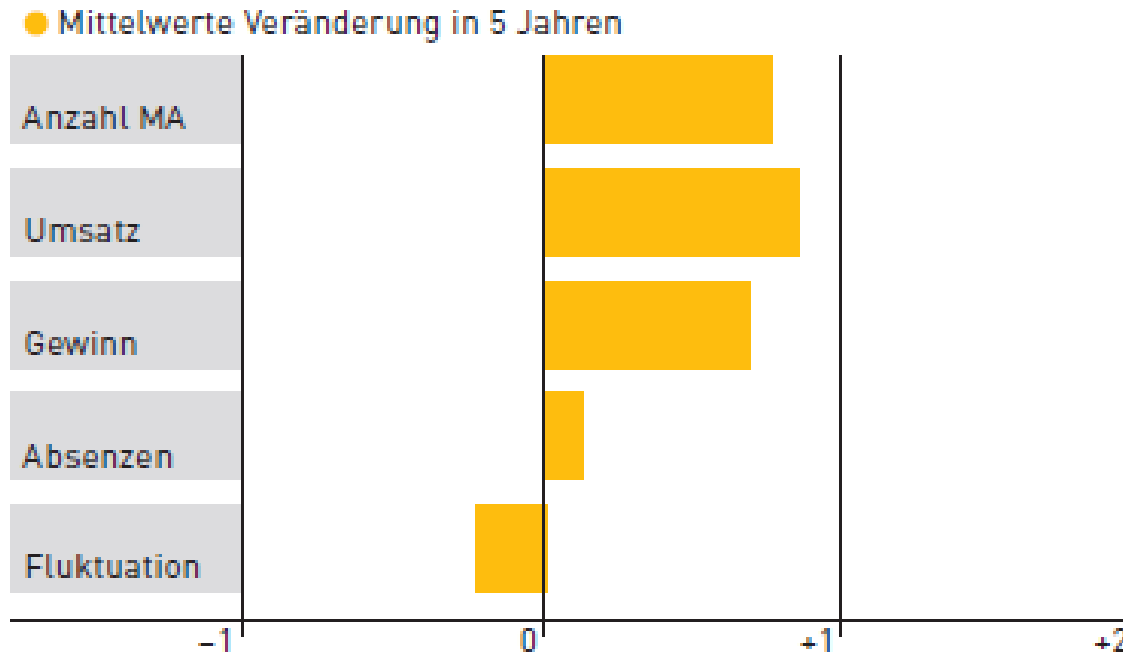
- Die Finanzierung von regionalen BGF-Dienstleistungen kann nicht alleine durch die Verrechnung der Leistungen an die KU erfolgen.
- In der Pilotregion Luzerner Seetal haben vor allem erfolgreiche KU mit wenig Gesundheitsproblemen im Betrieb BGF-Dienstleistungen von VitaLab bezogen.

Aussagen zum Betrieb



-2 = trifft nicht zu, -1 = trifft eher nicht zu, 1 = trifft eher zu, +2 = trifft zu

Aussagen zum Betrieb



2 = starke Zunahme, 1 = Zunahme, 0 = etwa gleich, -1 = Abnahme

BGF-Interventionen: Themen

- Sensibilisierung
- Betriebsanalyse und Massnahmenplanung
- Führung
- Life-Domain-Balance
- Motivation
- Stress

5. Vernetzung

- **Erkenntnis 9 und 10**

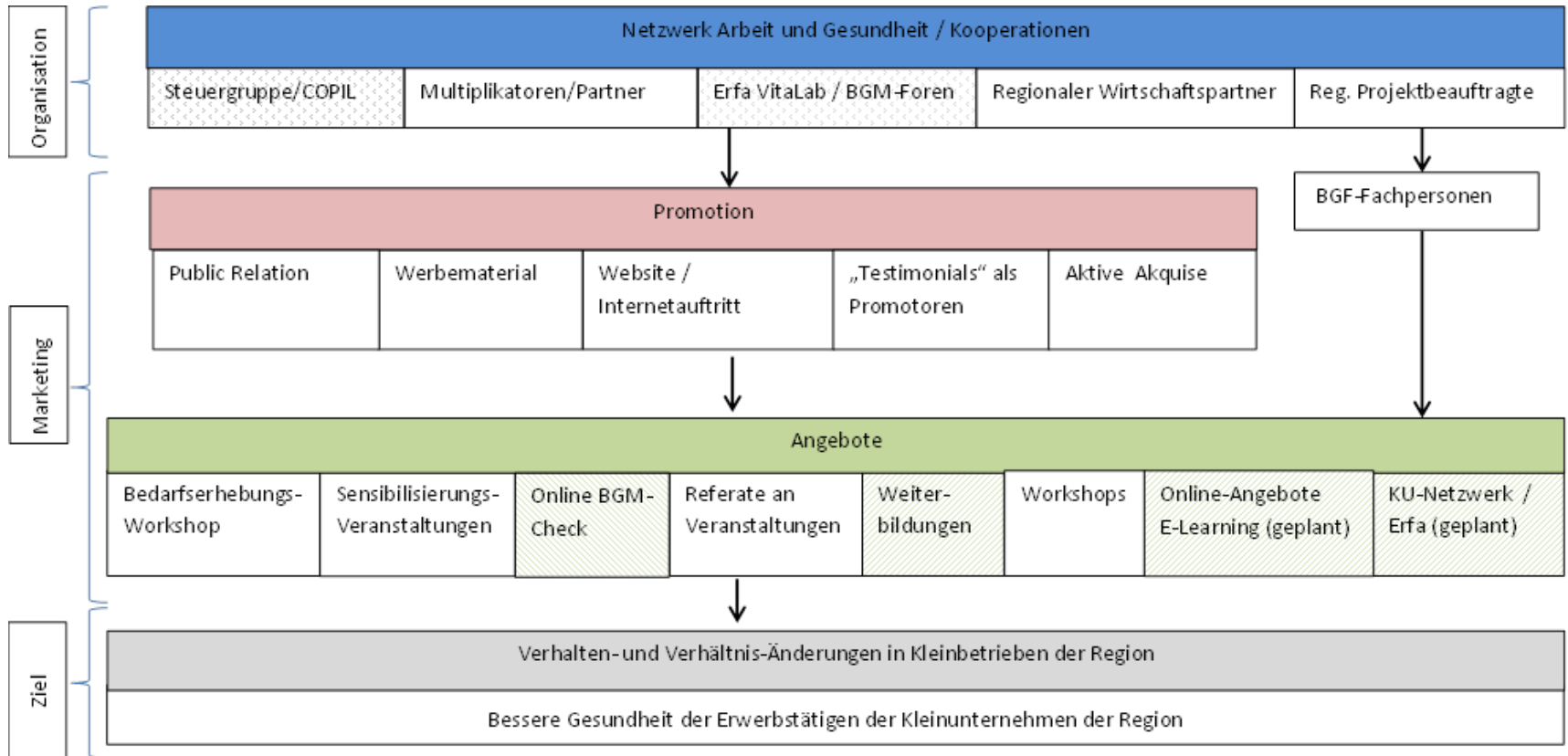
Kooperationen mit regionalen Partnern, Schlüsselpersonen und Multiplikatoren, die bereits Nähe zu und Akzeptanz bei den KU haben, sind für die Implementierung von BGF-Massnahmen erfolgsversprechend.

- Die Wissensvermittlung, die Sensibilisierung und die Vernetzung sollten möglichst über bereits bestehende Netzwerke erfolgen (z.B. Brunch-Anlässe, Gewerbeausstellungen, Fort- und Weiterbildungen), um Ressourcen zu sparen und Synergien zu nutzen.
- Weitere Multiplikatoren sollten gefunden und verstärkt einbezogen werden wie z.B. die Ehegatten der Kleinunternehmernehmer und -unternehmerinnen.

Eine überregionale/kantonale Einbettung des regionalen Ansatzes, insbesondere bei der Sensibilisierung, der Wissensvermittlung und der Vernetzung, erhöht die Nachhaltigkeit.

- Projekte möglichst gut und breit verankern, damit eine genügende zeitliche (mindestens 3 Jahre) und räumliche Ausbreitung gewährleistet werden kann.
- Einbettung des Projektes in kantonale Aktivitäten der Vernetzung von Interessengruppen, die sich für die Verbreitung von BGF einsetzen.

Modell VitaLab Nord Vaudois



6. Vorzeige-Beispiele

• Erkenntnis 11

«Good Practice-Beispiele» und «Testimonials» nehmen eine Schlüsselrolle für das Abbauen von Berührungsängsten gegenüber BGF ein und fördern den notwendigen Wertewandel.

- «Testimonials» sollen wann immer möglich als Vorbilder für PR und Sensibilisierung genutzt werden (Medienarbeit, Veranstaltungen, Website).
- Eine aus Vertretenden von KU zusammengesetzte Begleitgruppe sollte bewusst als «Opinion Leader» und Multiplikator eingesetzt werden.

• Erkenntnis 12

Die lokale BGF-beauftragte Person nimmt als Vertrauensperson der UnternehmerInnen eine zentrale Rolle ein.





Gesundheitsförderung Schweiz

Arbeitspapier 7

VitaLab – Gesundheitsförderung in Kleinunternehmen

Quellen

- Abendroth, R.-R.; Bärenz, P. Boeckenbrink, V.; Cryns, M.; Kraemer, R.; Pelster, K.; Panter, W.; Rätzer-Frey, A.; Sochert, R. (2007): *Relevante Faktoren der Gesundheitsförderung in Kleinbetrieben. Vorläufiges Positionspapier vorgelegt im Forum KMU des Deutschen Netzwerkes Gesundheitsförderung anlässlich der A & A 2003.* o.O.: Deutsches Netzwerk für Betriebliche Gesundheitsförderung.
- Beck, D. (2011): *Zeitgemässe Gesundheitspolitik in Kleinst- und Kleinbetrieben.* Berlin: Edition Sigma.
- Eich, B. & Manike, K. (2013): *VitaLab - Gesundheitsförderung in Kleinunternehmen.* Arbeitspapier 7. Bern und Lausanne: Gesundheitsförderung Schweiz.
- Fueglistaller, U., Fust, A., Brunner, C. & Althaus, B. (2013). *Schweizer KMU Studie. Überblick in Zahlen und persönliche Statements von Unternehmern.* St. Gallen: OBT.

Fragen?

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Brigitte Eich-Stierli

brigitte.eich-stierli@zhaw.ch