

POTENZIALE VON VERBÄNDEN

für die Thematik „gesundheitliche Prävention“



Verbände haben ein hohes Potenzial, relevantes Wissen an ihre kleinbetrieblichen Mitgliedsunternehmen zu transferieren. Ihre personellen Kapazitäten sind allerdings gering. Mehr Informationen, wie gesundheitliche Prävention in das Verbandsangebot integriert werden kann, finden Sie in diesem Dokument.

Wirtschaftsverbände sind Non-Profit-Organisationen der Arbeitgeberseite in der Wirtschaft. Sie erbringen direkt Leistungen an bzw. für interne Kunden (Mitglieder) sowie im Auftrag der Mitglieder an Dritte (wie z.B. für die Politik, Verwaltung, Öffentlichkeit). Formal sind die Wirtschaftsverbände nicht befugt, in die Kompetenzen des Staates einzuwirken und sind verpflichtet, sich hinsichtlich ihrer Ziele und Mittel am Gemeinwohl auszurichten. Im Vergleich zu ‚normalen‘ Dienstleistungsunternehmen streben sie keine Gewinnerzielung an und sind in der Regel in der Rechtsform eines Vereins organisiert. Im Vergleich zu den Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern sowie einiger Berufskammern beruht die Mitgliedschaft in Branchenverbänden auf Freiwilligkeit.

>> Wie offen sind Verbände für Innovationen?

Durch diese **Freiwilligkeit des Mitgliedschaftsverhältnisses** ist es für Verbände von herausragender Bedeutung, sich den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Mitglieder zu stellen. Die untersuchten Verbände haben großes Interesse daran, auch innovative Themen für die Mitglieder als Zusatznutzen anzubieten.

Dieses Ziel wird durch die „PräTrans“-Selbstständigenerbefragungen gestützt, wonach sich die deutliche Mehrheit der Mitglieder wünscht, dass ihr Verband das Thema „Gesundheit“ stärker als bisher in sein Leistungsangebot integriert. Die große Mehrheit sieht zudem einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen dem wirtschaftlichen Erfolg ihres Unternehmens und ihrer persönlichen Gesundheit.

Die Mitglieder erachten folglich eine Integration von gesundheitlicher Prävention in das Angebotsspekt-

rum **nicht nur für wünschenswert, sondern implizit auch als legitim**. Verbände können so ihrer Satzung entsprechend die Unternehmer bei einer erfolgreichen Betriebsführung unterstützen.

>> Wie wird gesundheitliche Prävention bereits aufgegriffen?

Auf Bundesebene können viele Verbände bereits auf **Kontakte und Erfahrungen zur gesundheitlichen Prävention** zurückgreifen (z.B. Kontakte über die Mitarbeit in Gremien der Berufsgenossenschaft, gesundheitsorientierte Seminarangebote oder Wettbewerbe). Allerdings wurden die Impulse, Themen der gesundheitlichen Prävention aufzunehmen, in der Regel durch externe überbetriebliche Akteure gesetzt.

Die Beteiligung der Bundesebene an Initiativen mit gesundheitsnahen Inhalten (z.B. zum Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf) hat zudem relativ wenig Einfluss auf die konkrete Arbeit der regionalen Mitgliederbetreuung.

>> Wie offen sind Verbände für neue Themen?

Themeninnovationen (wie die Integration des Themas „gesundheitlichen Prävention“) sind stark von den **knappen personellen und finanziellen Ressourcen** in den Verbänden beschränkt. Kooperationen mit Fachdienstleistern aus Berufsgenossenschaften, Krankenkassen oder anderen Einrichtungen sind daher für Verbände (besonders auf regionaler Ebene) wichtig.

Kooperationen mit Berufsgenossenschaften stoßen wegen ihres Images als ‚Kontrollinstanz‘ bei den Verbandsmitarbeitern auf Kreis- oder Bezirksebene teilweise aber (noch) auf Vorbehalte.

Neue Themen können in Verbänden meist auf allen Verbandsebenen generiert werden (Bundes-, Landes-, Bezirksebene). Eine flächendeckende Einführung innovativer Themen durch die Bundesebene findet allerdings nur selten statt. Ein begrenzter Austausch über Wissen und Erfahrungen zwischen den Organisationseinheiten ist über die Geschäftsführerkonferenzen, themenzentrierte Ausschüsse und Arbeitskreise gegeben.

>> Welche Themenschwerpunkte eignen sich?

Die Verbände sind generell in der Lage, Inhalte der gesundheitlichen Prävention in die bevorzugten Themenangebote für Unternehmer zu integrieren. „PräTrans“-Befragungen von Verbandsberatern und Unternehmern haben ergeben: Andockthemen können z.B. Fragen der **Arbeits- und Selbstorganisation** sowie der **Mitarbeiterführung und -motivation** sein. Obwohl den Selbstständigen ein großes Interesse an gesundheitsnahen Themen attestiert werden kann, wird in den Befragungen auch deutlich, dass **unternehmensnahe Themen** Vorrang haben (z.B. Fragen zur „Finanzierung“ und „existenzielle Absicherung“). So ist davon auszugehen, dass die Nutzungsquote von Angeboten mit präventiven Inhalten höher ist, wenn gesundheitliche Prävention in unternehmensnahe Inhalte integriert wird.

>> Welche Handlungsfelder sind geeignet?

Wenige Verbandsbetreuer binden laut „PräTrans“-Befragungen bereits Präventionsthemen in ihren Betreuungsalltag ein – und zwar sowohl als **hinweisende Beratung** wie auch als verstetigendes **Informationsangebot**. Es ist nach Selbständigenbefragungen vielversprechend für eine erste Sensibilisierung, wenn Themen der gesundheitlichen Prävention noch stärker in die **Medien** (besonders Fachzeitschriften) und **Veranstaltungen** der Verbände integriert werden. Allerdings ist nach „PräTrans“-Befragungen die Hemmschwelle der Verbandsmitarbeiter, eigenständig Gesundheitsthemen in Mitgliedergesprächen oder -veranstaltungen aufzugreifen, eher hoch.

Zudem ist ihr Handlungsspielraum besonders auf regionaler Ebene auf Grund geringer personeller und zeitlicher Ressourcen sehr begrenzt. Eine Mitarbeit an **Drittmittelprojekten** stellt für die Verbände eine Option zur Ressourcen- und Kompetenzerweiterung dar; Drittmittel werden allerdings von den wenigsten Verbandsgliederungen aktiv eingesetzt.

Eine langfristige Integration von Themen der Gesundheitsförderung und Prävention ist auf dieser Verbandsebene voraussichtlich **nur mit zusätzlichen Ressourcen durch und Kooperationen mit externen Partnern** zu bewerkstelligen.

Tab. 1: Integrationsmöglichkeiten für das Thema „gesundheitliche Prävention“

	Handlungsfelder insbesondere:	Thematische Anknüpfungspunkte z.B.:
Branchenverbände	<ul style="list-style-type: none"> • Information • Aus- und Weiterbildung • weniger intensive Beratung 	<ul style="list-style-type: none"> • Professionalisierung generell; • Reduktion beruflicher, branchenspezifischer Gesundheitsbelastungen; • gute Arbeitsorganisation; • Konfliktvorbeugung und -bewältigung; • (Service-) Qualität • Umgang mit finanzieller Belastung • gute Mitarbeiterführung • ...

>> Fazit

Branchenverbände haben nach „PräTrans“-Untersuchungen überdurchschnittlich gute Möglichkeiten ihre Mitglieder mit Informationen per Rundschreiben oder Zeitschriften, im persönlichen Kontakt (z.B. bei allgemeinen Telefonaten) oder durch ihre Weiterbildungsangebote zu erreichen. Das Thema „gesundheitliche Prävention“ kann dabei über Angebote wie „Optimierung der Arbeitsorganisation“, „Reduktion beruflicher Belastungen“ oder „Verbesserung der Service-Qualität“ transportiert werden. Die Verbände können dabei auf viele externe Unterstützer zurückgreifen.

Impressum:

Herausgeber:

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V.
Kompetenzzentrum

Düsseldorfer Straße 40, 65760 Eschborn

Autor: Marlies Kuchenbecker, Silke Amann, Gabriele Gusia (RKW Kompetenzzentrum)

Stand: Mai 2010

Die Reproduktion dieser Veröffentlichung für nichtkommerzielle Zwecke ist bei Angabe der Quelle gestattet.

Download: www.gesundheit-unternehmen.de

Dieses Dokument entstand im Rahmen des Projektes „PräTrans — Transferpotenziale von Kammern und Verbänden für gesundheitliche Prävention in Klein- und Ein-Personen Unternehmen“. Das Projekt wird gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.

