

## Wie wollen Kleinst- und Kleinunternehmen zum Thema ‚Gesundheit‘ erreicht werden?

Befragungsergebnisse aus:

- Beratungsbedarfsanalyse durch den AK „Gesundheit im Betrieb“
- Selbständigenbefragung durch das RKW / sfs-Projekt „PräTrans“

**Silke Amann, RKW Kompetenzzentrum**

# Stichprobe

Tabelle 1: Merkmale der Befragungen

	„HBS“	„PräTrans“
Branchen- zugehörigkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einzelhandel</li> </ul> (N= 92, da Teilstichprobe)	(N= 30)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Friseurhandwerk (N= 115)</li> <li>▪ Gastgewerbe (N= 45)</li> </ul>
Instrument	Schriftlicher Fragebogen	
Mitarbeiteranzahl	< 50 Beschäftigte	
Region	Hessen	Je Branche > 50% aus Hessen; Friseurhandwerk: komplett hessisch
Position der Befragten	Führungsebene	Unternehmer

# Gesundheitssituation I

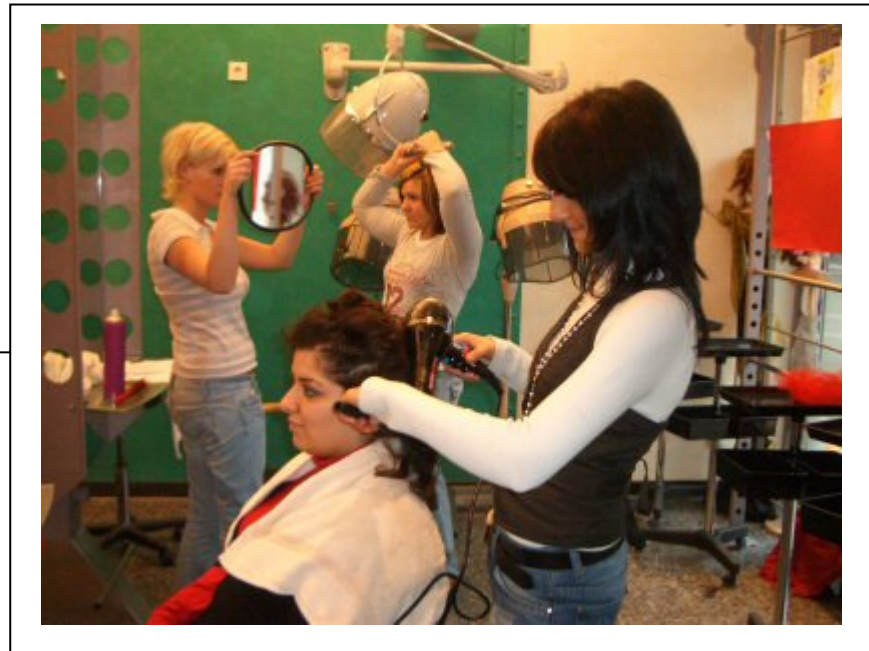
## Belastungen laut PräTrans

- Die 3 am häufigsten genannten Belastungen sind die „**Finanzielle Situation**“, „**existenzielle Absicherung**“ und „**Auftragslage**“ (in den drei Branchen jeweils >60%)
- aber auch „**Vereinbarkeit Familie/Freizeit und Beruf**“ (45%-73%), „**Zeitdruck/ Arbeitsdichte**“ (38-50%), „**Verantwortung**“ (38-51%) und „**Arbeitszeit**“ (30-50%) für Mehrheit eine Belastung

# Gesundheitssituation II

## Ursachen für arbeitsbedingte Beschwerden

- Langes Stehen, einseitige Körperhaltung ( $\geq 60\%$ )



# Informationsstand

---

**„Können Sie mit dem Begriff ‚Betriebliche Gesundheitsförderung‘ etwas anfangen?“**

- Einzelhandel: 58%\* „Ja“ (HBS)
- Friseure: 44% „Ja“ (PräTrans)
- Gastgewerbe: 38% „Ja“ (PräTrans)

\* Angaben für die anonym Befragten (sofern Signifikanz bei  $p < 0,05$ )

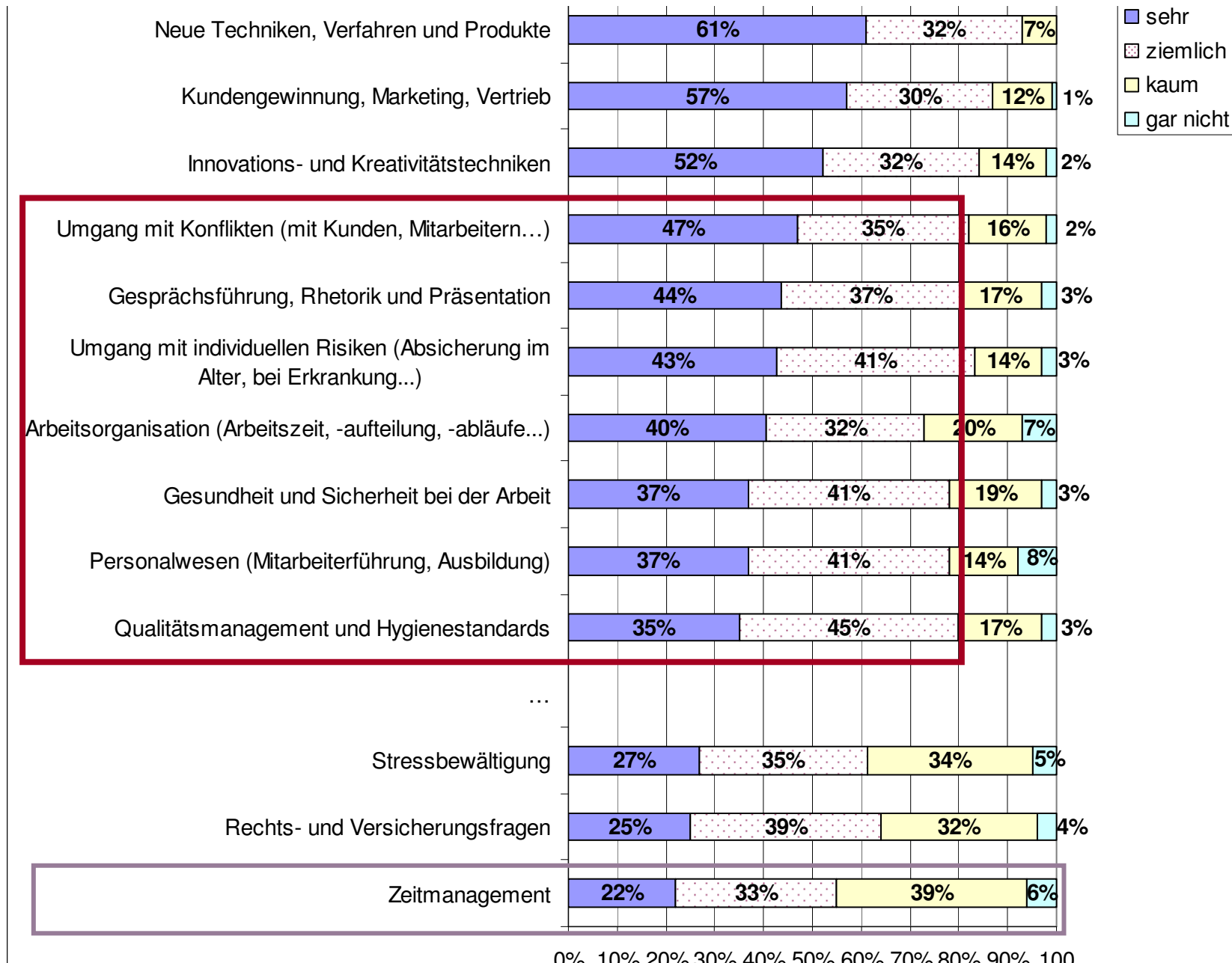
# Themeninteresse

---

„Wie sehr interessieren Sie sich für folgende Fachthemen?“

- an erster Stelle stark **branchen- oder unternehmensbezogene Themen** wie „Neue Techniken, Verfahren und Produkte“ oder „Finanzierung/Investition“
- Mögliche Ansatzpunkte z.B. über **Konfliktmanagement** und **Arbeitsorganisation**
- Thema Stress- sowie Zeitmanagement unter den uninteressantesten Themen

# "Wie sehr interessieren Sie sich für diese Themen?" (am Beispiel: Friseurhandwerk)



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

# Transfermittel

## Welche Informationswege werden gewünscht?

zum <u>AGS und der BGF</u> (HBS)	zu <u>Fachthemen</u> (PräTrans)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Broschüren/Flyer</b> an erster Stelle (74%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fachzeitschrift</b> der eigenen Branche an erster Stelle (&gt;60%)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Persönliche Beratung</b> im Mittelfeld (32%*)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(zw. 18 – 30%)</li> <li>▪ <b>Internet</b> (28-48%)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Internet, CD-Rom/DVD</b> jeweils nachrangig (je 12%*)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Email-Newsletter</b> mit am unbedeutensten (&lt;9%)</li> </ul>

\* Angabe für die anonym Befragten

# Akteure

<b>Informationswege zu AGS/ Gesundheitsförderung (HBS)</b>	<b>Ansprechpartner zu Gesundheit in der Arbeit (PräTrans)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informationen der <b>Berufsgenossenschaft</b> (74%)</li> <li>▪ Informationen der <b>Krankenkasse</b> (62%*)</li> <li>▪ Mitgliedszeitungen (<b>IHK, HWK</b>) (51%)</li> <li>▪ Informationen der <b>Branchen- bzw. Fachverbände</b> (40%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Krankenkasse</b> (51-67%)</li> <li>▪ <b>Berufsgenossenschaft</b> (22-43%)</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Branchen-/ Fachverbände, Innung</b> (38%-44%) für Mitglieder</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>IHK</b> eher gering (&lt;18%)</li> <li>▪ <b>Gewerbeaufsicht/ Arbeitsschutzbehörde</b> (&lt;18%)</li> </ul>

\* Angabe für die anonym Befragten

# Rahmenbedingungen

Veranstaltungen sollten möglichst...

- kostengünstig ( $\leq 75$  €)
  - Beispiel Friseurhandwerk: Gründe für die Nichtnutzung von Angeboten: Kosten (60%), Zeitaufwand (40%), keine Vertretung (38%), nicht praxisnah genug (33%), andere Themen wichtiger (23%)

# Rahmenbedingungen

---

Veranstaltungen sollten möglichst...

- kostengünstig ( $\leq 75$  €)
- in der Region ( $\leq 50$  km vom Wohnort)
- an branchenspezifischen Wochentagen
- mit maximal 4 Stunden stattfinden

# Schlussfolgerung

Für die untersuchten Branchen gilt:

- branchenübergreifende Gesundheitsprobleme (wie MSE) könnten stärker von überbetrieblichen Akteuren z.B. mit gemeinsamen Kampagnen aufgegriffen werden
- auch Branchen-/ Fachverbände und Innungen als Informationsquelle für Gesundheit geeignet
- **Stärkere Kooperation – auch mit gesundheits“ferneren“, regionalen Akteuren nötig**
- vielversprechender Ansatz über finanzielle/ Existenz sichernde Themen, aber auch Themen der Mitarbeiterführung und Kommunikation
- Internet für KKV wenig bedeutsam – Integration in Fachzeitschriften der jeweiligen Branche sehr sinnvoll
- **Stärkere Berücksichtigung des Informationsverhalten und der vorrangigen Interessen der KKV ist Ziel führender**

# Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Ihre Ansprechpartnerin:

***Silke Amann***

*Projektleiterin im RKW Kompetenzzentrum*

*Tel.: (06196) 495 3219*

*amann@rkw.de*



**RKW**

Kompetenz-  
zentrum

# Anmerkungen zur Stichprobe

HBS	PräTrans
<p>„HBS“ steht für die Befragung des Arbeitskreises „Gesundheit im Betrieb“ im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung (HBS).</p> <p>Die Darstellungen beziehen sich auf eine Sonderauswertung von insgesamt 92 Kleinst- und Kleinbetrieben des <b>Einzelhandels</b> aus dem Mitgliederpool der BGHW. In der Stichprobe sind keine Solo-Unternehmer.</p> <p>Rund 40% der Fragebögen wurden durch Besuche der BGHW gewonnen; wenn dabei signifikante Unterschiede zu den anonym/postalisch Befragten bestehen, sind jeweils die Prozentwerte für die anonym befragten Unternehmen in dieser Präsentation angegeben und mit einem * markiert.</p>	<p><b>Gastgewerbe:</b> Von insgesamt 45 Befragten entstammen 40% dem Mitgliederpool des Hotel- und Gaststättenverbandes Rheingau-Untertaunus; die restlichen 60% wurden durch persönliche Ansprache gewonnen. In der Stichprobe sind 44% Frauen und 18% Solo-Unternehmer.</p> <hr/> <p><b>Einzelhandel:</b> Die Unternehmen wurden durch persönliche Ansprache gewonnen. Sie stammen zu 57% aus Hessen, sind zu 60% weiblich und zu 24% Solo-Unternehmer.</p> <hr/> <p><b>Friseurhandwerk:</b> Die 115 Befragten entstammen dem Mitgliederpool der Innungen Offenbach, Hanau, Marburg und Hochtaunuskreis; sie sind zu 72% weiblich und zu 10% Solo-Unternehmer.</p>