

# **Gesundheit als Thema für Selbstständige?!**

**Eine Befragung von Selbstständigen im Gastgewerbe**

**Bachelorarbeit**

**Gabriele Gusia**

Universität Bremen

B.A. Public Health/Gesundheitswissenschaften

## **Abstract**

Selbstständige sind bislang in den Gesundheitswissenschaften eine nicht beachtete Zielgruppe. Im Gegensatz zu abhängig Beschäftigten sind die Verhältnisse und das Verhalten von Selbstständigen nur wenig untersucht worden. Daher fehlt auch grundlegendes Wissen über die gesundheitliche Situation und Arbeitsbedingungen von Selbstständigen. Um dieses möglicherweise bestehende Defizit zu verringern, wurde im Rahmen des Projekts „PräTrans“ vom RKW Kompetenzzentrum eine nicht repräsentative Befragung von Selbstständigen durchgeführt. Ziel des Projekts ist es herauszufinden, welche Möglichkeiten Kammern und Verbände haben, Gesundheitsthemen in ihr Angebot aufzunehmen, um so die gesundheitliche Situation von Selbstständigen zu verbessern. Befragt wurden knapp 400 Selbstständige von Klein- und Kleinstunternehmen des Gastgewerbes in hessischen Regionen. Gefragt wurde nach der persönlichen Situation und Arbeitsbelastungen der Selbstständigen sowie nach Themen, die Selbstständige als für sie interessant angeben. Des Weiteren ist gefragt worden, welche Informations- und Weiterbildungsangebote von welchen Institutionen bevorzugt genutzt werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Selbstständigen vor allem durch die unsichere Lage belastet fühlen. Bedingt durch die schlechte wirtschaftliche Situation ist auch die existenzielle Absicherung, z.B. die Altersvorsorge, ein Problem. Die auftretenden Beschwerden ähneln denen von abhängig Beschäftigten im Gastgewerbe. Insgesamt lassen sich leichte Unterschiede zwischen der Hotellerie und Gastronomie, den beiden Branchen des Gastgewerbes, feststellen. Je nach Thema verwenden Selbstständige unterschiedliche Informationsformen. Da sie nur wenig freie Zeit zur Verfügung haben, fallen auch die Weiterbildungen nur gering und kurz aus. Insgesamt gesehen, werden branchenspezifische Angebote am häufigsten genutzt. Diese bieten meist die Branchen- und Fachverbände.

Alles in allem werden Selbstständige als Public Health-Zielgruppe zu wenig beachtet. Sie werden häufig nur in der Position des Arbeitgebers gesehen, die persönlichen Bedürfnisse treten in den Hintergrund. Um dieses Defizit zu beheben, müssen Angebote entwickelt werden, die nach den speziellen Belangen ausgerichtet werden, um Selbstständige in ihrer wirtschaftlichen Existenz zu unterstützen.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1	Beschreibung des Projekts „PräTrans“ .....	1
1.2	Aufbau und Ziele der Arbeit.....	2
<b>2</b>	<b>Charakteristika des Gastgewerbes</b> .....	<b>4</b>
2.1	Struktur des Gastgewerbes .....	4
2.2	Institutionelle Einbettung des Gastgewerbes .....	6
<b>3</b>	<b>Stand der Forschung</b> .....	<b>8</b>
3.1	Arbeitsbedingungen im Gastgewerbe .....	8
3.2	Arbeitsbelastungen und gesundheitliche Situation von Selbstständigen .....	9
3.3	Risikofaktoren für Selbstständigen im Gastgewerbe.....	11
3.4	Fragestellung.....	12
<b>4</b>	<b>Methodisches Vorgehen und statistische Auswertung</b> .....	<b>14</b>
4.1	Befragung der Selbstständigen .....	14
4.2	Entwicklung des Fragebogens und statistische Auswertung.....	15
<b>5</b>	<b>Ergebnisse der Selbstständigenbefragung</b> .....	<b>18</b>
5.1	Beschreibung der Stichprobe .....	18
5.2	Deskriptive Ergebnisse.....	20
5.2.1	Gesundheit als Thema bei Selbstständigen .....	20
5.2.2	Wichtige Themen für Selbstständige.....	22
5.2.3	Informationswege der Selbstständigen .....	24
5.2.4	Wege der Weiterbildung.....	27
5.2.5	Branchenspezifische Ergebnisse .....	28
5.3	Zusammenfassung.....	29
<b>6</b>	<b>Diskussion</b> .....	<b>31</b>
6.1	Kritische Reflexion.....	31
6.2	Diskussion der Ergebnisse .....	32
6.2.1	Rolle der Gesundheit bei Selbstständigen .....	32
6.2.2	Erreichbarkeit von Selbstständigen .....	33
<b>7</b>	<b>Resümee</b> .....	<b>37</b>
<b>8</b>	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>38</b>
<b>Anhang</b>		
	Fragebogen der Selbstständigenbefragung .....	40

## **1 Einleitung**

Selbstständigkeit – diese Form der Erwerbstätigkeit hat im letzten Jahrzehnt deutlich zugenommen. Auch wenn über bestimmte Aspekte, wie z.B. die Existenzgründung, ausreichend geforscht wird, gehört die Gesundheit von Selbstständigen bislang nicht dazu. So wird vor allem über die subjektiven Bedürfnissen und die gesundheitliche Belastungen von Selbstständigen nur unzureichend geforscht, weswegen zu diesen Themen kaum quantitative Aussagen zu finden sind. Um diese Wissenslücke zu verringern, wurde im Rahmen des Projekts „PräTrans“ (s. Kapitel 1.1) eine Befragung von Selbstständigen durchgeführt. In dieser wurde die persönliche Einschätzung von Selbstständigen im Gastgewerbe zu den Themen „Eigene Gesundheit und Belastungen“ sowie „Informationswege für Fach- und Gesundheitsthemen“ erfragt. Unter Gesundheitsthemen werden im weiteren Verlauf Themen benannt, die die Gesundheitsförderung und Prävention umfassen. Organisiert wurde die Befragung vom Rationalisierungs- und Innovationszentrum der deutschen Wirtschaft e.V. (RKW), in dem ich im Winter 2007/2008 ein Praktikum absolviert habe.

Da es sich bei Selbstständigen schon allein durch die Anzahl verschiedener Branchen mit unterschiedlichen Bedingungen um eine sehr heterogene Zielgruppe handelt, ist es kaum möglich, ein übergreifendes Bild darzustellen. Daher ist die Zielgruppe der Befragung auf Selbstständige im Gastgewerbe beschränkt. Das Gastgewerbe wurde gewählt, da es ein Wirtschaftsbereich mit anerkannten Schwierigkeiten ist, die in den folgenden Kapiteln näher beschrieben werden.

### **1.1 Beschreibung des Projekts „PräTrans“**

Das Projekt „PräTrans – Impulse durch Kammern und Verbände“ (im weiteren „PräTrans“) ist ein Projekt des RKW Kompetenzzentrums. Das RKW Kompetenzzentrum ist ein Teilbereich des oben erwähnten Rationalisierungs- und Innovationszentrums. Dieses ist eine Institution des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), die zur Aufgabe hat, die Wettbewerbsfähigkeit von Klein- und Mittelunternehmen (KMU) zu fördern. Auf der Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse werden im RKW Kompetenzzentrum Projekte und Maßnahmen entwickelt, die mit Partnern der Wirtschaft modellhaft umgesetzt werden.

Das Projekt „PräTrans“ ist ein Verbundprojekt mit der Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs), einer Forschungseinrichtung der Technischen Universität Dortmund. Es wird gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und ist in den Forschungsschwerpunkt „StArG – Strategischer Transfer im Arbeits- und Gesundheitsschutz“ involviert. Insgesamt läuft das Projekt über 3,5 Jahre von 2006 bis 2010. Das Ziel des Projekts

ist es herauszufinden, welche Möglichkeiten und Potenziale Kammern und Verbände haben, Gesundheitsthemen in ihr Angebot für Selbstständige aufzunehmen. Da es der Auftrag des RKW Kompetenzzentrums ist, die Wettbewerbsfähigkeit von Klein- und Mittelunternehmen zu unterstützen. Somit ist auch das Ziel des Projekts, Selbstständige von Kleinst- und Kleinunternehmen zu erreichen.

In der ersten Phase des Projekts wird das Potenzial verschiedener Kammern und Verbände bezüglich der Möglichkeit, Themen der Prävention und Gesundheitsförderung in ihre Mitgliedsunternehmen zu transferieren, untersucht. Dieses Transferpotenzial wird durch Recherche und sowohl qualitative als auch quantitative Befragungen mit Experten und Beratern aus Kammern und Verbänden aus den entsprechenden Institutionen analysiert. Dabei sind die wichtigen Fragen, welche Angebote zu Gesundheitsthemen es bereits gibt und welche Ressourcen und Potenziale gesehen werden, diese Themen in ihr Angebot aufzunehmen. In einer zweiten Phase des Projekts werden mit Kammern und Verbänden auf Grundlage der Potenzialanalyse Entwicklungspartnerschaften entwickelt, die modellhaft die Implementierung von Gesundheitsthemen in das Serviceangebot der Kammern und Verbände zum Ziel haben. Weitere Informationen zum Projekt befinden sich auf der Projekt-Website [www.gesundheit-unternehmen.de](http://www.gesundheit-unternehmen.de).

Als Ergänzung zu den Befragungen mit Experten und Beratern, wurden Selbstständige befragt, um die weiteren Überlegungen besser an den existierenden Bedürfnissen und Interessen von Selbstständigen auszurichten. Die Befragung wurde bei Selbstständigen im Gastgewerbe durchgeführt. Bei dieser Befragung habe ich im Rahmen meines Praktikums an der Durchführung, sowie der Weiterentwicklung des Fragebogens mitgewirkt, sowie die Auswertung vorgenommen. Die Ergebnisse dieser Befragung sind Grundlage dieser Arbeit.

## **1.2 Aufbau und Ziele der Arbeit**

Mit Hilfe der Selbstständigenbefragung des oben beschriebenen Projekts soll es ermöglicht werden, ein genaueres Bild über die Zielgruppe „Selbstständige im Gastgewerbe“ zu erstellen. Im Verlauf der Potenzialanalyse wurde deutlich, dass grundlegendes Wissen über die relevanten Bereiche von Selbstständigen fehlt. Im zweiten Kapitel dieser Arbeit werden Gegebenheiten des Gastgewerbes vorgestellt. Hierbei wird zum einen die wirtschaftliche Situation, zum anderen der institutionelle Rahmen des Gastgewerbes abgebildet. Das Kapitel soll dazu dienen, die Ausgangslage der Zielgruppe zu definieren. Da Selbstständige über ihre berufliche Arbeit definiert werden, ist es notwendig, die wirtschaftlichen Voraussetzungen zu benennen, auf denen die weiteren Überlegungen aufbauen.

Im dritten Kapitel „Stand der Forschung“ wird aus vorhandenen Forschungsergebnissen dargestellt, welchen Belastungen Selbstständige bei der Arbeit ausgesetzt sind (s. Kapitel 3.2) und welche wirtschaftlichen Risikofaktoren Selbstständige bewältigen müssen. Generell wurde über die Gesundheit von Selbstständigen nur wenig geforscht. Auch branchenspezifische Ansätze wurden bislang nicht beachtet. Daher werden auch zuvor kurz die prägnantesten allgemeinen Arbeitsbedingungen im Gastgewerbe, basierend auf Ergebnissen von Befragungen von Arbeitnehmer/-innen, aufgeführt, um die Situation einschätzen zu können (s. Kapitel 3.1). Des Weiteren werden Risikofaktoren von Selbstständigen im Gastgewerbe dargestellt, die durch eine schlechte wirtschaftliche Situation entstehen können (s. Kapitel 3.3)

Im fünften Kapitel werden die Ergebnisse der Befragung vorgestellt, dessen methodische Grundlagen zuvor im vierten Kapitel dargestellt werden. Dazu gehört zum einen die Beschreibung der Befragungskonzeption und -durchführung, zum anderen die Überlegungen der Fragebogenentwicklung.

Aus den eigenen Ergebnissen, die unter Berücksichtigung des aktuellen Forschungsstands zu interpretieren sind, wird zum Schluss dieser Arbeit herausgestellt, ob Selbstständige grundsätzlich stärker als Public Health-Zielgruppe beachtet werden sollten. Dafür wird vor allem in der Darstellung der empirischen Ergebnisse und der anschließenden Diskussion auf zwei Fragen eingegangen (s.a. Kapitel 3.4):

1. Welche Rolle spielt die eigene Gesundheit bei Selbstständigen?
2. Welche Themen sind für Selbstständige interessant und relevant und mit welchen Themen und über welche Institutionen erreicht man Selbstständige?

Da die Befragung verschiedene thematische Schwerpunkte hat, wird das Kapitel der Ergebnisse für eine bessere Übersicht nach Themen, mit denen die Forschungsfragen beantwortet werden sollen, aufgeteilt (s. Kapitel 5).

Ziel der Arbeit ist, präziser sagen zu können, ob Selbstständige, in diesem Fall des Gastgewerbes, vermehrt als eine Public Health-Zielgruppe betrachtet werden sollte. Des Weiteren, falls diese Frage positiv beantwortet werden kann, soll erkennbar werden, welche Themen für Selbstständige relevant sind und wie Angebote konzipiert sein müssen, um von Selbstständigen als nützlich erachtet zu werden. Dabei spielen die Fragen, welche Institutionen für die entsprechenden Themen in Frage kommen und in welche anderen Themen Gesundheitsthemen eingebettet werden können, eine wichtige Rolle.

## **2 Charakteristika des Gastgewerbes**

In den letzten Jahren ist die Anzahl Selbstständiger stetig angestiegen. Mittlerweile gibt es 4,1 Millionen Selbstständige mit etwa 380.000 mithelfenden Familienangehörigen<sup>1</sup> (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2008a). Selbstständigkeit wird nicht genau definiert, jedoch kann diese Form der Erwerbstätigkeit nach §7 Abs. 1 SGB IV im Gegensatz zu einer abhängigen Beschäftigung gesehen werden, das heißt es wird kein Arbeitsverhältnis vertraglich festgelegt (BMJ, 2008). Ein Grund für den Anstieg ist vor allem die Zunahme von Unternehmensgründungen als Weg aus der Arbeitslosigkeit. Diese Art der Gründung ist in den letzten Jahren politisch diskutiert und gefördert worden, z.B. durch das Programm „Ich-AG“ und das Überbrückungsgeld. Damit sollte zum einen den Gründern eine Chance der Existenzsicherung geboten werden, zum anderen sollten neue Arbeitsplätze geschaffen werden. Über den Erfolg oder Nichterfolg dieser Maßnahmen soll an dieser Stelle nicht gesprochen werden.

Dadurch, dass sich diese rund vier Millionen Unternehmer/-innen auf sämtliche Wirtschaftsbereiche verteilen, in denen jeweils andere Anforderungen zu bewältigen sind und andere Voraussetzungen bestehen, handelt es sich bei Selbstständigen um eine sehr heterogene Personengruppe. Aus diesem Grund wird in dieser Arbeit nur ein Wirtschaftszweig, in diesem Fall der Wirtschaftszweig Gastgewerbe, betrachtet, um die Aussagekraft der Ergebnisse zu erhöhen. Auch die anschließende Befragung wurde bei Selbstständigen im Gastgewerbe durchgeführt. Weshalb gerade Selbstständige im Gastgewerbe zur Untersuchungsgruppe gehören, wird im folgenden Kapitel dargestellt. Für einen Überblick über die Art des Wirtschaftszweigs Gastgewerbe ist es notwendig, einige strukturelle Gegebenheiten darzustellen, die das Gastgewerbe auszeichnen.

### **2.1 Struktur des Gastgewerbes**

Nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige unterteilt sich der Wirtschaftszweig Gastgewerbe in zwei Branchen: Einerseits das Gaststättengewerbe, auch Gastronomie, andererseits das Beherbergungsgewerbe, auch Hotellerie genannt. Betriebsarten des Beherbergungsgewerbes sind beispielsweise Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotel garni; Betriebsarten des Gaststättengewerbes sind Restaurants und Schankwirtschaften; hinzu kommen Kantinen und Caterer (Hänssler, 2008).

Auffällig ist die kleinstbetriebliche Struktur des Gastgewerbes. Nach EU-Definition zählen zu den Kleinstunternehmen Unternehmen mit bis zu 9 Beschäftigten, zu den Kleinunternehmen diejenigen mit bis zu 49, mit bis zu 249 Beschäftigten werden sie als Mittel-, dar-

---

<sup>1</sup> Mithelfende Familienangehörige werden definiert als Personen, „die keinen Lohn erhalten, sondern ihren Unterhalt aus dem Gehalt des Selbstständigen bestreiten“ (Abraham, 2006, 219).

über hinaus als Großbetriebe charakterisiert. Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten existieren im Gastgewerbe so gut wie nicht.

Betrachtet man die Unternehmensstatistik, so gibt es über 270.000 Unternehmen (s. Tab. 1) und 280.000 Betriebe im Gastgewerbe.<sup>2</sup> Etwa 96% aller Betriebe gehören den Kleinstbetrieben mit bis zu 9 Beschäftigten an.

Tab. 1: Unternehmen im Gastgewerbe 2004 nach Beschäftigtengrößenklassen

Unternehmen 2004	0 bis 9	10 bis 49	50 bis 249	250 und mehr	Insgesamt
Anzahl	261.858	10.862	1.273	125	274.118
% aller Betriebe	96%	4%	0%	0%	100%

Quelle 1: Statistisches Bundesamt 2008b, eigene Darstellung.

Da es nur vergleichsweise wenige Unternehmen mit mehreren Betrieben gibt, kann davon ausgegangen werden, dass die prozentuale Verteilung der Größenklassen bei der Unterscheidung zwischen Betrieben und Unternehmen sehr ähnlich ist. Schaut man sich die Betriebsstatistik, also z.B. Filialen, an dann fällt die Struktur noch kleinteiliger aus.

Wie viele dieser Kleinstunternehmen von 0 bis 9 Beschäftigten nur vom Selbstständigen allein betrieben werden, lässt sich nicht sicher sagen, da Soloselbstständige in keiner Statistik allein geführt werden.

Betrachtet man die Unternehmenszahlen der letzten Jahre, stellt man jedoch fest, dass diese im Gastgewerbe in den letzten Jahren zurückgegangen sind; dies war vor allem in der Gastronomie der Fall. Wo die Gründe für die rückläufigen Unternehmenszahlen liegen, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden. Proportional zu den sinkenden Unternehmenszahlen geht seit einiger Zeit auch die Zahl der Beschäftigten im Gastgewerbe zurück. Während die Beschäftigtenzahl in der Hotellerie relativ konstant bleibt, etwa 300.000 Erwerbstätige, ist die Zahl der Mitarbeiter in der Gastronomie (Gaststätten und Kantinen/Caterer) in den letzten Jahren kontinuierlich von 830.000 auf 635.000 gesunken. Parallel dazu ist die Summe aller Beschäftigten auf unter eine Million gesunken (DEHOGA BUNDESVERBAND, 2008a).

Ein weiteres Kriterium neben den Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen zur Definition einer Branche ist der erwirtschaftete Umsatz. Analysiert man die Umsatzsteuerstatistik<sup>3</sup> der letzten Jahre, dann stellt man fest, dass das Gastgewerbe der Wirtschaftszweig mit

<sup>2</sup> Ein Unternehmen ist die kleinste rechtliche selbstständige Einheit, ein Unternehmen kann mehrere Betriebe umfassen; Betriebe wiederum sind Niederlassungen an einem Ort (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2007)

<sup>3</sup> In der Umsatzsteuerstatistik werden Unternehmen erfasst, die unter einem jährlichen zu versteuernden Umsatz von 17.500 € liegen. Bis zur Einführung des Unternehmensregisters 1995 war die Umsatzsteuerstatistik die grundlegende Datenbasis für statistische Unternehmensanalysen (mündliche Aussage des Instituts für Mittelstandsforschung, Bonn).



einem der schlechtesten Verhältnisse von Umsatz und Anzahl an aktiven Unternehmen ist (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2007). Aus dem geringen Umsatz lässt sich eventuell ebenfalls schließen, dass der durchschnittliche Gewinn und somit auch die Löhne und Gehälter der Beschäftigten sowie das Einkommen des Selbstständigen bzw. der Selbstständigen eher gering sind. So sind im Gastgewerbe häufig auch die Einkünfte der Arbeitnehmer/-innen an den Umsatz geknüpft (VOGT, 2004).

Bei Betrachtung des Gastgewerbes und seines Umsatzes muss der saisonale Bezug berücksichtigt werden. So hängt der Umsatz besonders im Gastgewerbe von den Wetterbedingungen, der Jahreszeit und der Anzahl von Touristen ab (VOGT, 2004). So kann es vor allem in Tourismusregionen zu hohen Einnahmeunterschieden kommen, die in die Geschäftsplanung mit einbezogen werden müssen. Auch die Region Wiesbaden-Rheingau-Untertaunus, in der die Selbstständigenbefragung durchgeführt wurde, ist eine Tourismusregion.

Aus den genannten Komponenten (Unternehmensanzahl, die Beschäftigung von Mitarbeiter/-innen sowie der Umsatz) setzt sich ein Bild zusammen, das eine wirtschaftlich schwierige Situation widerspiegelt. Da sich diese drei Aspekte in der Gastronomie und Hotellerie in den letzten Jahren unterschiedlich entwickelt haben, sollten differenzierte Betrachtungen vorgenommen werden. Insgesamt gesehen steht das Beherbergungsgewerbe besser da als die Gastronomie, was vor allem an der besseren Konstanz des Umsatzes und der Unternehmenszahlen gesehen werden kann. Dies kann ein Indiz dafür sein, dass es sich besonders beim Gaststättengewerbe um eine wirtschaftliche schwache Branche handelt. Die wirtschaftliche Unsicherheit und hohe Fluktuation kann eine große Belastung für die betroffenen Unternehmer/-innen darstellen, weswegen die beschriebenen Faktoren auch im Weiteren berücksichtigt werden.

## **2.2 Institutionelle Einbettung des Gastgewerbes**

Ein weiterer wichtiger Punkt ist der institutionelle Rahmen, in den Unternehmen eingebettet sind. Dies ist vor allem für die Erreichbarkeit der Selbstständigen ein wichtiges Thema. Unternehmen im Gastgewerbe sind, wie alle Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft, Pflichtmitglieder in der Industrie- und Handelskammer (IHK). Diese hat den gesetzlichen Auftrag auf kommunaler, Landes-, Bundes- und europäischer Ebene verbindliche Regelungen für Mitgliedsunternehmen aufzustellen und Unternehmen beim Erreichen ihrer Ziele zu unterstützen (IHK, 2008). Die Kammer ist für 3,6 Millionen Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft zuständig. Zu den verbindlichen Regelungen zählen u.a. auch Ausbildungsrichtlinien. Des Weiteren müssen Personen, die ein Unternehmen im Gastgewerbe gründen wollen, eine Unterrichtung der IHK zu Lebensmittelvorschriften und Hygiene

besuchen, um die Vorschriften für eine Unternehmensgründung zu erfüllen.

Eine weitere, zumindest bis Ende des Jahres 2007, feste Einrichtung für Unternehmer/-innen im Gastgewerbe ist die Berufsgenossenschaft für Nahrungsmittel und Gaststätten (BGN). Bei der BGN handelt es sich um die Unfallversicherung für Unternehmer/-innen und Mitarbeiter von Gastronomie- und Hotelleriebetrieben. Allerdings sind seit Anfang 2008 Selbstständige nicht mehr pflichtversichert, sondern können sich freiwillig versichern. Die BGN hat als Träger der gesetzlichen Unfallversicherung die Aufgabe, „mit allen geeigneten Mitteln für die Verhütung von Arbeitsunfällen, Berufskrankheiten und arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren sowie für eine wirksame erste Hilfe zu sorgen“ (BGN, 2007). Die BGN ist somit für die Überprüfung der Umsetzung von Arbeitssicherheitsrichtlinien in den Mitgliedsunternehmen zuständig und bietet Seminare mit unterschiedlichen Themen für Unternehmer/-innen an.

Neben den bisher genannten Mitgliedschaften können Selbstständige Mitglied in Verbänden werden. Branchenverbände sind die Interessenvertretung ihrer Mitgliedsunternehmer/-innen. Der Branchenverband für das Gastgewerbe ist der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA). Ziel des Verbands ist es „die Gegenwart und Zukunft des Gastgewerbes zu sichern“ (DEHOGA BUNDESVERBAND, 2008b). Der DEHOGA besteht aus einem Bundesverband, 17 Landesverbänden und über 600 regionalen Orts-, Kreis- und Bezirksverbänden. Entwicklungspartner im Projekt „PräTrans“ (s. Kapitel 1.1) ist der Landesverband DEHOGA Hessen. Die Befragung wurde unterstützt vom Bezirksverband Wiesbaden-Rheingau-Untertaunus (s. Kapitel 4.1).

### **3 Stand der Forschung**

Wie in der Einleitung erwähnt, sind die empirische Datenbasis und deren Interpretation über Selbstständige und besonders über ihre Bedürfnisse eher dürftig. Es gibt nur wenige Studien und Projekte, die Aufschluss über die individuelle Lage von Selbstständigen liefern. Vor allem in den Gesundheitswissenschaften sind Selbstständige bislang nur unzureichend als Zielgruppe erkannt. Ergebnisse der Selbstständigenforschung stammen meist aus Sekundäranalysen, wie dem European Survey of Living- and Working conditions oder dem Mikrozensus (PRÖLL, 2007). Diese Befragungen lassen zwar erste Schlussfolgerungen zu, jedoch muss beachtet werden, dass die Befragungen meist auf Arbeitnehmer/-innen ausgerichtet sind und Selbstständige eher als Kontrollgruppe mit erhoben werden. Somit werden die eigentlichen Belange und Interessen von Selbstständigen nur unzureichend erfasst. Direkte Selbstständigenbefragungen sind hingegen selten (PRÖLL, 2007). Insbesondere konkrete Arbeitsbedingungen und -belastungen von Selbstständigen sind bislang wenig untersucht worden. Zusammengesetzt können die Ergebnisse aus unterschiedlichen Fachbereichen bereits ein Bild über die wirtschaftliche und personelle Lage von Selbstständigen sowie Ansatzpunkte für Präventions- und Gesundheitsförderungsmaßnahmen bieten.

Außerdem ist festzustellen, dass Selbstständigenforschung nur selten branchenspezifisch durchgeführt wird. Speziell über Selbstständige im Gastgewerbe wurde keine entsprechende Literatur gefunden. Über Arbeitsbedingungen im Gastgewerbe gibt es einige wissenschaftliche Arbeiten, diese beziehen sich jedoch, wie oben erwähnt, auf Arbeitnehmer/-innen. Da für diese Arbeit unterschiedliche Faktoren berücksichtigt werden müssen, wird versucht, aus den vorhandenen Ergebnissen das Wichtigste zusammenzutragen. Dabei müssen immer wieder die untersuchten Zielgruppen und Perspektiven berücksichtigt werden. Das Forschungsvorhaben „Selbstständig und gesund – Prävention und Gesundheitsförderung bei selbstständiger Erwerbsarbeit“ (PRÖLL, 2007) gibt einen ersten, guten Überblick über die Thematik.

#### **3.1 Arbeitsbedingungen im Gastgewerbe**

Generell wird gesagt, dass sich die Arbeitsbedingungen von Selbstständigen, vor allem in Kleinbetrieben, nicht sehr von denen abhängig Beschäftigter unterscheiden (PRÖLL, 2007). Dies liegt unter Umständen daran, dass Selbstständige von Kleinst- und Kleinunternehmen als tätige Inhaber häufig die gleichen Tätigkeiten ausführen wie Beschäftigte. Daher wird zur Beschreibung der spezifischen Belastungen im Gastgewerbe zunächst auf Ergebnisse zurückgegriffen, die hauptsächlich Belastungen von Beschäftigten darstellen.

Berufliche Belastungen im Gastgewerbe werden von VOGT (2004) in einer Auswertung

des österreichischen Mikrozensus<sup>4</sup> vor allem in der Arbeitszeit gesehen. Jeweils über 50% der Befragten geben als Belastung an, die Arbeit unter Zeitdruck erledigen, unregelmäßigen Arbeitsanfall bewältigen zu müssen und in ständigem Kundenkontakt zu stehen. Diese drei Belastungen liegen deutlich über den prozentualen Werten aller Befragten des Mikrozensus (VOGT, 2004). Überstunden werden von 18,8% der Befragten als Belastung empfunden. Bei BUCHBERGER (1993) sind es 35% des Gastgewerbepersonals, die sich durch häufige Überzeiten belastet fühlen. Schon 1982 wurde in einem Projekt des Bundesministeriums für Bildung und Forschung festgestellt, dass der Arbeitszeit bei der Beseitigung von Problemen im Gastgewerbe die größte Bedeutung beizumessen ist (BMBF, 1982).

Neben den beruflichen Belastungen gibt es auch Umwelteinflüsse, die eine Belastung für Arbeitende im Gastgewerbe darstellen können. Zu diesen gehören nach VOGT (2004) vor allem Hitze, schlechte Luft und Passivrauchen.<sup>5</sup> Schaut man sich die Arbeitsunfähigkeiten im Gastgewerbe an, wozu sich der Gesundheitsreport des BKK Bundesverbands gut eignet, dann ist erkennbar, dass die Beschäftigten im Gastgewerbe hauptsächlich arbeitsunfähig durch Krankheiten des Atmungssystems, gefolgt von Krankheiten des Muskel-Skelett-Systems werden (BKK, 2007). Muskel-Skelett-Erkrankungen sind jedoch die Krankheiten mit der längsten Dauer an Ausfalltagen. Somit gibt es kaum Differenzen zu den Arbeitsunfähigkeitsdaten aller Branchen.

### **3.2 Arbeitsbelastungen und gesundheitliche Situation von Selbstständigen**

Eine weitere Studie der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) „Was ist gute Arbeit?“ (FUCHS, 2006) bietet ebenfalls Ergebnisse über die Arbeitsbelastungen von Selbstständigen. In der Studie, die für abhängig Beschäftigte konzipiert ist, wurden Arbeitnehmer/-innen sowie Erwerbstätige anderer Erwerbstätigkeitsformen befragt. Zu diesen Formen gehören z.B. Selbstständige, welche in der Auswertung als Vergleichsgruppe zu den abhängig Beschäftigten gesetzt werden. Wie auch bei VOGT (2004) und PRÖLL (2006) werden in der Studie keine branchenbezogenen Auswertungen vorgenommen. Die Daten sind getrennt voneinander für Beschäftigte und Selbstständige ausgewertet worden, wodurch sich bei beiden Gruppen die am häufigsten auftretenden Belastungen herausfinden lassen. Da der Fragebogen für Arbeitnehmer/-innen konzipiert wurde, um hauptsächlich deren Belastungen zu erfassen, sind nicht alle Fragen auch für Selbstständige verwertbar, z.B. die Frage, ob man sich durch das Verhalten des/der Vorgesetz-

---

<sup>4</sup> Bei VOGT (2004) handelt es sich um eine Arbeit der Arbeiterkammer Wien. Obwohl keine Vergleiche der betrieblichen Situation deutscher und österreichischer Gastronomie- und Hotelleriebetriebe gefunden wurden, wird angenommen, dass die Differenzen gering sind, so dass die Ergebnisse vergleichbar sind.

<sup>5</sup> Nach der Einführung des Rauchverbots in gastronomischen Betrieben sollte sich dieser Wert in Zukunft senken.

ten belastet fühlt. Deswegen sind die statistischen Auswertungen mit Vorsicht zu behandeln. Auch wenn bei FUCHS (2006) die Ergebnisse nur im Vergleich zu abhängig Beschäftigten interpretiert werden, kommt sie auf einige sehr interessante Faktoren, die die Arbeitsbelastungen von Selbstständigen und Arbeitnehmer/-innen unterscheiden. Insgesamt wurden verschiedene Anforderungs- und Belastungsfaktoren erfragt. Vergleicht man Selbstständige mit Arbeitnehmer/-innen, so fällt auf, dass bei Selbstständigen, subjektiv eingeschätzt, grundsätzlich weniger Anforderungen auftreten, und diese zudem seltener und weniger belastend sind. Auch zeichnet FUCHS (2006) in ihrer Auswertung ein Bild von Selbstständigen, das im Vergleich zu abhängig Beschäftigten wesentlich positiver ausfällt.

Belastungen, die nach FUCHS (2006) bei Selbstständigen am meisten auftreten, sind die Bereiche „Komplexität der Arbeit (44%) [...], einseitige bzw. körperlich schwere Arbeit (42%), Unsicherheit über das Fortbestehen ihrer derzeitigen Beschäftigung (38%), qualitative und quantitative Unter- bzw. Überforderung (31%) und hohe Arbeitsintensität (27%) sowie besondere Verantwortung (27%)“ (FUCHS, 2006, 91). Neben den bei Selbstständigen am häufigsten auftretenden Belastungen gibt es auch welche, die stärker als bei abhängig Beschäftigten auftreten. Darunter fällt z.B. die „Besondere Verantwortung in der Arbeit“<sup>6</sup>. Hier liegen die Werte leicht bis deutlich über denen der Arbeitnehmer/-innen. Vor allem in der Mehrfachbeanspruchung sind die Werte deutlich erhöht. So treten drei bis vier Fehlbeanspruchungen durch besondere Verantwortung bei 19,8% der Arbeitnehmer/-innen auf, jedoch bei 26,7% der Selbstständigen (FUCHS, 2006: aus Anh. Tab. 13).

PROTSCH (2006) führt an, dass zu den alltäglichen Tätigkeiten für Selbstständige im Vergleich zu abhängig Beschäftigten meist noch viele weitere verschiedene Aufgaben hinzukommen, wie z.B. betriebswirtschaftliche Angelegenheiten. Diese werden häufig von den Selbstständigen ohne Delegation bearbeitet werden. Vor allem wenn das Unternehmen Mitarbeiter beschäftigt, kommen in der Personalführung neue Aufgaben und dadurch Belastungen hinzu. Somit liegt die tatsächliche Arbeitszeit von Selbstständigen signifikant über der der abhängig Beschäftigten, wobei die Selbstständigen diese überlange Arbeitszeit nicht negativ empfinden (PROTSCH, 2006).

Durch eine weitere Anforderungskategorie werden die Selbstständigen häufiger belastet als Arbeitnehmer/-innen: So tritt die Anforderung „Ständig erforderliche Freundlichkeit gegenüber Kunden/Patienten“ bei 93,8% der Selbstständigen auf; die Anforderung belastet die Selbstständigen in der Kategorie „Etwas“ mit 26,0% deutlich mehr als die Arbeitnehmer/-innen mit 19,4% (FUCHS, 2006: aus Anh. Tab. 27). Nach VOGT (2004) empfinden 52,4% der Erwerbstätigen im Hotel- und Gaststättengewerbe den dauernden Kun-

---

<sup>6</sup> Unterteilt in „Verantwortung für das Wohlbefinden anderer Menschen“, „Verantwortung für einen größeren Arbeitsbereich“, „Verantwortung für Waren, Geldbeträge, Projekte“ sowie das „Treffen schwerer Entscheidungen“.

denkontakt als Belastung.

Ein wichtiges Kriterium beim Vergleich von Selbstständigen und abhängig Beschäftigten ist die Arbeitszufriedenheit. Eine wichtige Ressource für Selbstständige stellen die großen „Einflussmöglichkeiten im Betrieb“ dar (FUCHS, 2006: aus Anh. Tab. 41 und 47). So ist auch der Wunsch nach Selbstständigkeit bzw. Unabhängigkeit das stärkste Motiv für eine Unternehmensgründung (GRIESHUBER, 2006). BENZ und FREY (2006) führen an, dass man sich selbstständig macht, um ein höheres Maß an Selbstbestimmung und Freiheit zu erreichen. Allerdings stellen soziale Faktoren, wie „Unterstützung durch Kolleg/-innen“, im Gegensatz zu Arbeitnehmer/-innen keine Ressource für Selbstständige dar (FUCHS, 2006: aus Anh. Tab. 41 und 47). PROTSCH (2006) vergleicht anhand verschiedener Panels die Lebens- und Arbeitsqualität von Selbstständigen und abhängig Beschäftigten. Bei der Kategorie Arbeitsdruck geben Selbstständige eine höhere Belastung als abhängig Beschäftigte an.

Zur gesundheitlichen Situation der Selbstständigen lässt sich letztendlich aufgrund der mangelnden Datenlage nicht viel sagen. BENACH ET AL. (2004) haben in einer Auswertung des European Survey on Working Conditions der Jahre 1995 und 2000 die Unterschiede bestimmter Gesundheitsindikatoren mehrerer Erwerbstätigkeitsformen analysiert. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass, im Vergleich zu dauerhaft Beschäftigten, Kleinunternehmer mehr durch Übermüdung und Stress belastet sind, dafür weniger durch Unzufriedenheit mit der Arbeit. Soloselbstständige berichten vermehrt über Übermüdung und Rückenschmerzen (BENACH ET AL., 2004).

### **3.3 Risikofaktoren für Selbstständigen im Gastgewerbe**

In Anbetracht der fachlichen Voraussetzungen, die für eine Unternehmensgründung im Gastgewerbe notwendig sind (s. Kapitel 2.2), fällt auf, dass keinerlei Nachweise der unternehmerischen Fähigkeiten, wie z.B. Kenntnisse in Betriebswirtschaft und Marketing, vorgelegt werden müssen. Durch die wenigen Qualifikationen lässt sich auch das Qualifikationsniveau der Selbstständigen nur schwer abschätzen. PRÖLL (2007) geht davon aus, dass das Qualifikationsniveau von Inhabern personenbezogener Dienstleistungsunternehmen, zu denen Betriebe des Gastgewerbes gehören, auf unterem bis mittlerem Qualifikationsniveau liegt. Generell wird mangelnde Bildung als ein bedeutsamer gesundheitlicher Risikofaktor angesehen (RKI, 2005). Zu einem Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Erfolg und dem Bildungsgrad liegen jedoch keine eindeutigen Ergebnisse vor (LOHMANN & LUBER, 2004). Fachliche Unwissenheit, die unter Umständen durch mangelnde Bildung auftritt, kann zu einer schlechten wirtschaftlichen Situation führen. So fördert nach PRÖLL (2007) die unternehmerische Überforderung auch die Stressentwicklung.

Wie bereits im zweiten Kapitel erwähnt, ist das Gastgewerbe der Wirtschaftszweig mit den geringsten Umsätzen. Dies heißt auch für Selbstständige, wie für abhängig Beschäftigte im Gastgewerbe, dass sie mit einem geringen Einkommen auskommen müssen. Dadurch, dass das Einkommen von Umsatz und Gewinn abhängt, sind nach PARKER (2004) vor allem Kleinunternehmer häufig nicht in der Lage, ihr Einkommen genau benennen zu können. Mit geringem Einkommen geht auch die „Gefahr der materiellen Armut im Alter [... einher], da sie über keine oder eine nicht ausreichende Altersvorsorge verfügen“ (FACHINGER ET AL., 2004, S. 11).

Ein anderer Faktor, der mit Selbstständigkeit und in diesem Fall mit geringen Einkünften zusammenhängt, ist die Krankheits- und Unfallversicherung. Im Gegensatz zu abhängig Beschäftigten sind Selbstständige in keiner Sozialversicherung, wie der Krankenversicherung, pflichtversichert. Wenn sie sich in der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) freiwillig versichern lassen, müssen sie den Höchstbeitrag zahlen. Dieser reduziert sich auch nur um maximal die Hälfte, wenn ein niedriges Einkommen angegeben wird (SCHULZE BUSCHOFF, 2006). Da der Versicherungsbeitrag bei Selbstständigen nicht paritätisch zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer aufgeteilt werden kann, muss der volle Beitrag gezahlt werden. Vor allem Soloselbstständige und Kleinunternehmer sind durch den hohen Beitrag für verschiedene Versicherungen häufig finanziell stark belastet (SCHULZE BUSCHOFF, 2006). So gaben in einer Studie der Hans Böckler-Stiftung 41% gescheiterter Selbstständiger, die ihr Unternehmen aus der Arbeitslosigkeit heraus gegründet hatten, an, dass sie die Kosten für die soziale Absicherung unterschätzt hätten (HANS BÖCKLER-STIFTUNG, 2006).

### **3.4 Fragestellung**

Auch durch die Darstellung der Forschungsergebnisse ist nicht klar erkennbar, welche Themen tatsächlich für Selbstständige eine wichtige Rolle spielen, wodurch sie belastet sind und von wem sie unterstützt und beraten werden. Um diese Lücke zu schließen, sind mit dem Projekt „PräTrans“ (s. Kapitel 1.1) Befragungsergebnisse nacherhoben worden. Mit diesen sollen die folgenden Fragen beantwortet werden:

1. Welche Rolle spielt die eigene Gesundheit bei Selbstständigen im Gastgewerbe?

Unter diesem Aspekt soll (grundsätzlich) festgestellt werden, welcher Faktor die eigene Gesundheit im beruflichen und privaten Leben von Selbstständigen spielt. Dabei geht es einerseits darum festzustellen, was Selbstständige für ihre Gesundheit tun, und andererseits, welche Arbeitsaspekte sie als belastend empfinden. Je nach Relevanz können Maßnahmen entwickelt werden, die speziell auf die Bedürfnisse von Selbstständigen im Gastgewerbe ausgerichtet sind. Ziel ist es herauszufinden, ob Selbstständige vermehrt in

den Blickpunkt von Public Health rücken sollten.

Falls die gesundheitliche Situation von Selbstständigen im Gastgewerbe verbesserungsfähig ist, müssen Zugangswege und Themen gefunden werden, Selbstständige zu erreichen. Angebote zu Gesundheitsthemen können nur dann sinnvoll gestaltet sein, wenn sie den Interessen von Selbstständigen entsprechen und sinnvoll in bestehende Strukturen eingebettet werden. Daher lautet die zweite Forschungsfrage:

2. Welche Themen sind für Selbstständige interessant und relevant und mit welchen Themen und über welche Institutionen erreicht man Selbstständige?



## **4 Methodisches Vorgehen und statistische Auswertung**

In diesem Kapitel sollen die methodischen Überlegungen der Befragung dargestellt werden. Dabei geht es zum einen um die konzeptionellen Überlegungen, die hinter der Befragung stehen und zum anderen darum, wie der verwendete Fragebogen konzipiert wurde. Hierbei können jedoch nur grundlegende Überlegungen dargestellt werden, da die Fragebogenerstellung erfolgte, bevor ich mein Praktikum begonnen habe. Jedoch war ich an der Durchführung der Befragung und der Überarbeitung des Fragebogens beteiligt.

### **4.1 Befragung der Selbstständigen**

Wie oben beschrieben, wurden im Projekt „PräTrans“ mehrere Befragungen durchgeführt. Diese hatten zum Ziel, das Potenzial von Kammern und Verbänden zu ermitteln, Gesundheits- und Präventionsthemen in ihr Informationsangebot aufzunehmen. Im Verlauf des Projekts wurde jedoch festgestellt, dass grundlegendes Wissen über Selbstständige und deren Interessen und Bedürfnisse fehlt. Eben dieses Wissen ist jedoch zwingend notwendig, um die Interessen der Mitglieder mit zielgruppenspezifischen Angeboten ansprechen zu können. Deshalb haben sich die Projektleiter dazu entschlossen, fehlende Informationen durch eine weitere direkte Selbstständigenbefragung zu erheben. Diese Befragung sollte nicht den Anspruch einer repräsentativen Erhebung haben, sondern explorativ ein Meinungs- und Stimmungsbild von Selbstständigen bestimmter Branchen liefern.

Da die Gesamtheit aller Selbstständigen eine sehr heterogene Gruppe bildet (s. Kapitel 2), sollten nur einzelne Branchen befragt werden. Wie oben erwähnt, wurden aus verschiedenen Gründen Selbstständige im Gastgewerbe befragt. Die Projektleitung hat sich für diesen Wirtschaftszweig entschieden, da er eine sehr hohe Selbstständigenquote (Anzahl der Selbstständigen an allen Erwerbstätigen in dieser Branche) hat und von wirtschaftlicher Unsicherheit besonders stark betroffen ist. Da im Gastgewerbe sehr viele kleine Unternehmen mit größtenteils nur einem Betrieb existieren (Beschreibung der Struktur siehe Kapitel 2.1), war diese Branche am sinnvollsten für eine Befragung sowie am einfachsten zugänglich. Selbstständige werden jedoch allgemein als eine eher schwierige Zielgruppe angesehen. So führt PARKER (2004) an, dass die Antwortquote bei Befragungen (allerdings bezogen auf Einkommensbefragungen) bei Selbstständigen sehr gering ist.

Die Befragung ist zunächst so konzipiert worden, dass Unternehmer/-innen des Gastgewerbes in Stadtteilen Frankfurts am Main persönlich angesprochen wurden. Dabei wurden die Unternehmen jedoch nicht nach einer bestimmten Systematik oder Stichprobenziehung ausgewählt, sondern nach der Erreichbarkeit zu Fuß oder Rad. Deswegen lassen sich keine genauen Aussagen darüber machen, inwieweit die Befragten die Gesamtheit

aller Gastronomie- und Hotelleriebetriebe Frankfurts widerspiegeln. Auch war die Auswahl der Unternehmen auf subjektiven Faktoren begründet. Dazu gehört z.B. die Einschätzung wie erfolgreich die Anfrage zur Teilnahme sein wird. Da jedoch explorativ gearbeitet werden sollte, lässt sich diese Art einer „Feldstudie“ begründen. Der Vorteil dieses Vorgehens war, persönlichen Kontakt zu Unternehmer/-innen aufzunehmen und sie davon überzeugen zu können, den Fragebogen auszufüllen. Des Weiteren konnten Reaktionen auf das Thema und die Befragung aufgegriffen werden. Der Nachteil ist sicherlich, dass die Unternehmen, außer der Zugehörigkeit zu einer Branche, nicht nach objektiven Kriterien, wie Randomisierung oder Standort, ausgesucht wurden. Angefragt wurden etwa 40 Unternehmer/-innen in den Monaten September bis November 2007.

Nachdem die oben beschriebene Befragung durchgeführt worden ist, ergab sich über den Projektpartner DEHOGA Wiesbaden-Rheingau-Untertaunus (s. Kapitel 2.2) die Möglichkeit, eine weitere Befragungsphase zu initiieren. Ziel und Interesse des Verbandes an dieser Befragung ist es, ein Meinungsbild der Verbandsmitglieder zu ermitteln. Dies soll helfen, die Angebote besser an die Bedürfnisse der Unternehmer/-innen anpassen zu können. Insgesamt ist es Ziel des Verbandes, die wirtschaftliche Situation der regionalen Mitgliedsunternehmen zu verbessern und dadurch ihre Existenz zu sichern.

Über die Adressdaten des Verbandes wurde eine Auswahl von Betrieben getroffen, indem offensichtlich größere Unternehmen nicht angeschrieben wurden. Insgesamt wurden im April 2008 345 Unternehmer/-innen angeschrieben. Dem Verband sind jedoch nur bedingt die Anzahl beschäftigter Mitarbeiter bekannt. Im Fragebogen wird um eine Angabe der beschäftigten Mitarbeiter gebeten, so dass bei ausreichender Fallzahl Betriebe mit auffällig vielen Mitarbeitern gegebenenfalls aussortiert werden können. Die Selbstständigen wurden gebeten, den ausgefüllten Fragebogen bis Mitte Mai 2008 an das RKW zurückzuschicken, die Portokosten übernahm das RKW Kompetenzzentrum. In einem Anschreiben wurde Wert darauf gelegt, deutlich zu machen, dass es in diesem Fall um die Selbstständigen persönlich geht.

Wie dargestellt gibt es zwei Befragungsteile. Da jedoch die Vorgehensweise unterschiedlich war und weil der Fragebogen zwischen den Befragungen leicht verändert wurde (s. Kapitel 4.2), kann man nicht von einer einzigen Befragung sprechen. Daher wird im Folgenden von der ersten und der zweiten Befragungsphase gesprochen.

#### **4.2 Entwicklung des Fragebogens und statistische Auswertung**

Da davon ausgegangen wurde, dass mit Selbstständigen im Gastgewerbe eine Zielgruppe befragt wird, die nur geringe zeitliche Ressourcen zur Verfügung hat, sollte der Fragebogen leicht verständlich und in kurzer Zeit auszufüllen sein. Dies hat es schwierig ge-

macht, die für das Projekt besonders interessanten Themen mit wenigen Fragen zu erfassen. Wie bereits in der Projekt- und Konzeptbeschreibung dargestellt, basiert die Befragung auf zwei größeren Themenbereichen. Auch der Fragebogen besteht aus zwei Einheiten: Zum einen wurde die gesundheitliche Situation des Selbstständigen abgefragt, zum anderen wurden Angaben erbeten, welche Fachthemen und Weiterbildungsangebote interessant sind. Mit dem Ziel des Projekts eng verbunden ist die Frage, wie das Verhältnis der Selbstständigen zu der Kammer oder dem Verband ist. Da für diese Auswertung jedoch interessanter ist, ob Angebote von Kammern und Verbänden genutzt werden, werden die dazugehörenden Fragen zum zweiten Themenblock gezählt.

Im ersten Themenblock wurde unter anderem nach Belastungen und Beschwerden gefragt, aber auch nach Themen, die den Arbeitsschutz und betriebliche Gesundheitsförderung betreffen. Dies soll verdeutlichen, welche Rolle Gesundheit bei der Arbeit bei Selbstständigen im Gastgewerbe spielt. Im zweiten Themenblock wurde erfragt, für welche Fachthemen sich Selbstständige wie sehr interessieren. Dazu gehört auch, welche Medien Selbstständige bevorzugt zur Information gebrauchen und besonders von welchen Institutionen Angebote genutzt werden.

Im letzten Teil des Fragebogens wurden soziodemografische Daten erhoben, aus denen Aussagen zur Homo- oder Heterogenität der Untersuchungsgruppen gemacht werden können. Zu den Angaben gehören die Kategorien Geschlecht, Alter, Position der Befragten im Unternehmen, Dauer der Selbstständigkeit, Branchenzugehörigkeit des Unternehmens sowie Anzahl beschäftigter Voll- und Teilzeitmitarbeiter. Mit der Frage nach der Position im Unternehmen sollte erreicht werden, Nicht-Selbstständige wie z.B. Führungskräfte herausfiltern zu können.

Durch die Möglichkeit eine zweite Befragung durchführen zu können, konnten Veränderungen an dem Fragebogen vorgenommen werden. Dabei handelte es sich um die Veränderung einer Skalierung (Frage 1), sowie die Hinzunahme zwei weiterer Fragen (Fragen 6 und 7), die die Bereiche betriebliche Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz etwas mehr in den Blickpunkt nehmen. Die grundsätzliche Konzeption des Fragebogens wurde jedoch nicht geändert. Außerdem wurde bei Frage 9 („Wie sehr interessieren Sie sich für diese Themen?“) die Antwortmöglichkeit „Absicherung im Alter, bei Erkrankung...“ hinzugenommen, um sie mit anderen Fragen besser vergleichen zu können.

Insgesamt gesehen besteht der Fragebogen aus nominal- und ordinalskalierten Fragen. Die für das Projekt interessanten Themen lassen sich durch eine höherwertige Skala nicht erfragen. So interessiert z.B. nicht so sehr, wie stark Selbstständige durch bestimmte Arbeitsbedingungen belastet sind, sondern ob eine Belastung auftritt (s. Frage 2). Alles in allem besteht der Fragebogen (in der zweiten Version) aus 17 inhaltlichen Fragen. Zu-

sätzlich wurden, wie oben erwähnt, soziodemografische Angaben erhoben. Die Eingangsfrage ist, welche Bedeutung Selbstständige ihrer eigenen Gesundheit für den Erfolg ihres Unternehmens beimessen. Diese Frage soll dazu dienen, den Selbstständigen bzw. die Selbstständige darauf aufmerksam zu machen, dass es in dieser Befragung um seine bzw. ihre persönlichen Belange geht. Zur besseren Verdeutlichung ist der Fragebogen in der zweiten Version im Anhang abgedruckt.

Durch die Nominal- und Ordinalskalierung lassen sich nur bestimmte statistischen Verfahren anwenden, die zu einer Aussage führen. Aber auch deskriptive Häufigkeitsauszählungen lassen erste Schlussfolgerungen bezüglich des Meinungsbildes der Befragten erkennen. Um gegebenenfalls statistische Zusammenhänge zwischen verschiedenen Merkmalen zu identifizieren, wurden bei nominalskalierten Fragen die Testverfahren Chi-Quadrat und Phi ( $\Phi$ ) angewendet. Da die Fallzahl (s. Kapitel 5.1) jedoch relativ gering ist, können die Ergebnisse unter Umständen auf einen Zufall zurückzuführen sein. Aufgrund der geringen Fallzahl werden auch keine weitergehenden statistischen Zusammenhänge untersucht.

## **5 Ergebnisse der Selbstständigenbefragung**

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der durchgeführten Befragung vorgestellt, die in der anschließenden Diskussion Antworten auf die Forschungsfragen liefern sollen. Wie in Kapitel 4.1 erwähnt, wurde die Befragung zunächst in zwei Phasen geplant. Da die zweite Befragungsphase zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Arbeit noch nicht abgeschlossen und der Rücklauf bisher sehr gering war, werden in dieser Auswertung beide Untersuchungsgruppen zusammen ausgewertet, um die Fallzahl zu erhöhen. Es muss jedoch in der Analyse beachtet werden, dass unterschiedliche Konzeptionen und verschiedene Fragebögen verwendet wurden. Zum einen wurde der Fragebogen nach der ersten Befragungsphase verändert, so dass nicht alle Fragen gleich und von beiden Untersuchungsgruppen beantwortet wurden; zum anderen sind die Erhebungen auf unterschiedliche Art durchgeführt worden (s. Kapitel 4.1).

Die erste Unterscheidung kann insofern behoben werden, als dass in der Ergebnisdarstellung gekennzeichnet wird, welche Fragen nur von der zweiten Untersuchungsgruppe beantwortet wurden und wo sich somit die Fallzahl ändert. Auch im Rahmen der Frage, deren Skalierung verändert wurde, wird aus Gründen der Überschaubarkeit nur bei der zweiten Untersuchungsgruppe ausgewertet. Der zweite Unterschied wird dadurch berücksichtigt, dass die Fragebögen bei Auswertung der soziodemografischen Angaben auf Unterschiede überprüft werden. Falls sich Unterschiede feststellen lassen, werden diese in der Analyse dargestellt. Deshalb werden im Folgenden zunächst beide Gruppen mit ihren persönlichen und betriebsbezogenen Angaben getrennt voneinander beschrieben.

### **5.1 Beschreibung der Stichprobe**

Aus der ersten Befragungsphase konnten 23 gültige Fragebögen herangezogen werden. Da nicht detailliert festgehalten wurde, wie viele und welche Unternehmen angesprochen wurden, lässt sich die Rücklaufquote leider nicht genau bestimmen. Sie mag grob geschätzt bei etwa 50% liegen. In der zweiten Befragungsphase wurde der Fragebogen an 345 Unternehmer/-innen postalisch verschickt. Von diesen Unternehmer/-innen haben 24 den Fragebogen im vorgegeben Zeitraum ausgefüllt zurückgeschickt, darunter waren zwei Führungskräfte. Da die genaue Funktion der Personen, die „Führungskraft“ angegebenen haben, in dem Unternehmen nicht klar erkennbar ist, werden diese Fragebögen nicht in die Auswertung mit einbezogen (s. Kapitel 4.2). Somit haben von 345 Unternehmer/-innen bis zum jetzigen Zeitpunkt 22 gültig geantwortet, was einer Rücklaufquote von etwa 6% entspricht. Aus beiden Befragungsphasen ergibt sich somit eine Stichprobe von 45 Fragebögen.

Insgesamt haben 20 Unternehmerinnen und 25 Unternehmer geantwortet, bei beiden

Gruppen war die Verteilung nach Geschlecht ähnlich. Der Altersdurchschnitt liegt bei 47,98 Jahren  $\pm 10,887$ . Von den Befragten sind 29 in der Gastronomie, sieben in der Hotellerie, zwei im Catering und sechs sowohl in der Hotellerie als auch in der Gastronomie tätig. Ein Unternehmer gab bei der Branche mit der Angabe „Diverses“ eine nicht zuzuordnende Aussage an. Durch die Branchenzugehörigkeit bedingt sind fast alle Befragten in einer Kammer Mitglied (40 Unternehmer/-innen sind Mitglied in der IHK, ein Unternehmer ist zusätzlich in der Innung). Anders sieht es bei Verbänden aus. In der ersten Befragungsgruppe sind nur 12 von 23 der Befragten Mitglied im Verband DEHOGA. Da bei der zweiten Befragungsphase nur Verbandsmitglieder angeschrieben wurden, sind diese zwingend im Verband vertreten. Im Mittel sind die Unternehmer/-innen seit 16,4  $\pm 12,0599$  Jahren selbstständig.

Ein weiteres Kriterium zur Charakterisierung der Auswertungsgruppe ist das Vorhandensein und die Anzahl beschäftigter Mitarbeiter. Von den 45 Unternehmer/-innen beschäftigen acht keine Mitarbeiter (17,8%). Im Mittel beschäftigen die Selbstständigen 3,3  $\pm 6,7$  Mitarbeiter in Vollzeit und 3,1  $\pm 3,5$  Mitarbeiter in Teilzeit. Die maximale Anzahl von Mitarbeitern eines Unternehmens liegt bei 48, dabei liegt der Median bei 4,0 und der Mittelwert bei 6,4. An diesen geringen Werten des Lagemaßes und der Standardabweichung von  $\pm 8,7$  kann man jedoch sehen, dass dieses Unternehmen für die Untersuchungsgruppen erstaunlich groß ist und als Ausreißer zu betrachten ist. Auch wird hier die These des kleinstbetrieblich strukturierten Gastgewerbes bestätigt.

Insgesamt lassen sich zwischen den beiden Untersuchungsgruppen mit Ausnahme der Verbandsmitgliedschaft keine signifikanten Unterschiede erkennen. Daher werden sie in der Analyse zusammengefasst und bis auf angezeigte Unterschiede gemeinsam ausgewertet.

## **5.2 Deskriptive Ergebnisse**

Wie in Kapitel 4.2 beschrieben, teilt sich der Fragebogen in zwei Teile: Zum einen der persönliche Bezug zum Thema Gesundheit, zum anderen das Interesse an Fachthemen und die Wege der persönlichen Weiterbildung. Um im Anschluss an die statistische Auswertung des Fragebogens Antworten auf die Forschungsfrage zu finden, werden schon in diesem Kapitel die Ergebnisse in fünf Teilbereiche aufgeteilt. Hierbei werden thematisch zusammenpassende Fragen separat in verschiedenen Unterkapiteln ausgewertet. In Kapitel 5.2.5 werden Unterschiede in den Ergebnissen zwischen den Branchen Hotellerie und Gastronomie dargestellt, weswegen in der übrigen Ergebnisdarstellung nicht darauf eingegangen wird.

### **5.2.1 Gesundheit als Thema bei Selbstständigen**

Als Einstieg in den Fragebogen diente die Einschätzung der eigenen Gesundheit als Faktor für ein erfolgreiches Unternehmen. Da die Skalierung zwischen den Befragungen geändert wurde, werden hier nur die Ergebnisse der zweiten Befragungsphase (n=22) berücksichtigt. Das Gros von 95,5% hält die eigene Gesundheit für „sehr wichtig“, neben einer fehlenden Antwort hält eine Unternehmerin die eigene Gesundheit für „wichtig“.

Nach dem Gesundheitszustand der Selbstständigen wurde nicht direkt erfragt, jedoch nach Belastungen und Beschwerden. Dabei wurden verschiedene Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Da kein vollständiger „Themenkatalog“ abgefragt werden kann und die Belastungen bzw. Beschwerden von außen nicht unbedingt als die relevanten eingeschätzt wurden, wurde den Selbstständigen Platz gegeben, andere Belastungen bzw. Beschwerden anzugeben. Bei der Auswertung der Belastungen stehen die Aspekte „existenzielle Absicherung“ (Belastung bei 77,8%) und „finanzielle Situation“ (77,3%) an erster Stelle. Ungefähr gleichwertig liegen dahinter die „Vereinbarkeit von Freizeit/Familie und Beruf“ (72,7%) und die „Auftragslage“ (65,9%) (Abb. 1).

Etwa die Hälfte der Befragten gab „Zeitdruck und Arbeitsdichte“, „Verantwortung“ und „Arbeitszeit“ als Belastung an. Hier ist also aufgrund der Uneinigkeit der Gruppe keine klare Aussage zu erkennen. Am wenigsten belastet der „Umgang mit Kunden und Lieferanten“ (25,0%) oder mit Mitarbeitern (20,95), sowie die „Einarbeitung in neue Techniken und Produkte“ (23,8%).

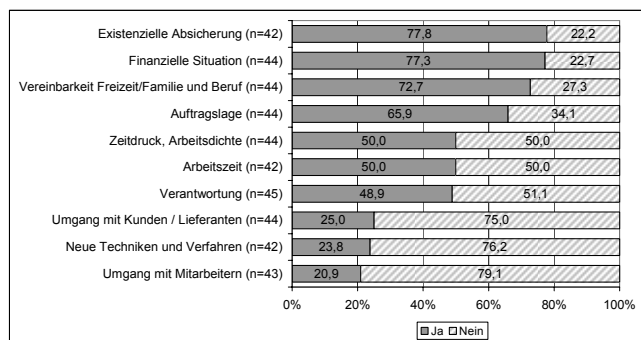


Abb. 1: Empfinden Sie die folgenden Aspekte Ihrer Arbeit manchmal als Belastung? (Frage 2), eigene Darstellung.

Interessant ist, dass sich Unternehmerinnen häufiger durch die „existenzielle Absicherung“ als Unternehmer ( $\Phi=,263$ ) belastet fühlen. Auch finden es Unternehmerinnen schwieriger, sich in „Neue Techniken und Verfahren“ einzuarbeiten ( $\Phi=,166$ ). Auffallend ist, dass sich bei der Belastung „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ keinerlei Zusammenhänge zwischen Unternehmerinnen und Unternehmern erkennen lassen. Auch bei anderen Belastungen lassen sich keine Abhängigkeiten erkennen.

Bei den oben dargestellten Belastungen wurden hauptsächlich Belastungen durch Arbeitsorganisation abgefragt. Allerdings tauchen daneben auch Beschwerden durch die alltäglichen Arbeiten, wie bei Arbeitnehmer/-innen, auf (Abb. 2). Für die meisten der Befragten (72,1%) ist das lange Stehen und/oder die einseitige Körperhaltung Ursache für Beschwerden. Schwere Lasten führen bei 56,8% der Antwortenden zu Beschwerden. Alle weiteren vorgegebenen Beschwerden treten nur vereinzelt auf. Im Freitext wurden keine anderen Beschwerden angegeben.

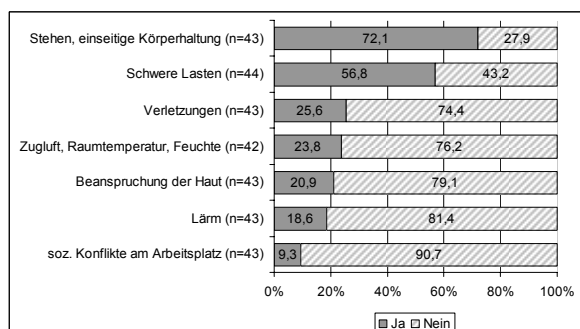


Abb. 2: Hatten Sie schon arbeitsbedingt Beschwerden durch...? (Frage 3), eigene Darstellung.

Um zu erfahren, welche Maßnahmen Selbstständige ergreifen, um diese Belastungen und Beschwerden zu verringern, wurde gefragt, was sie für ihre persönliche Gesundheit tun (Abb. 3). Dabei wurden Antwortmöglichkeiten vorgegeben, die sich sowohl auf berufliche als auch auf private Aspekte beziehen. An erster Stelle liegt bei vorgegebenen Maßnahmen ein „gegen Unfälle gesicherter Arbeitsplatz“ (84,4%). Ein „Gutes Zeitmanagement“ geben ebenfalls knapp vier Fünftel der Befragten an. Aufgrund der geringen Fallzahl lie-



gen aber auch „Bewegung“, „Ernährung“ und „Entlastung durch Aufgabenverteilung“ im Mittelfeld. Obwohl anzunehmen ist, dass die oben genannten Belastungen auch Stress auslösend sein können, nehmen sich lediglich 44,2% der Unternehmer/-innen genug Zeit zur Stressbewältigung und Erholung. Setzt man Stressbewältigung jeweils in statistischen Zusammenhang mit den Belastungen, die am meisten angegeben wurden, lassen sich nur leichte Abhängigkeiten erkennen. Einen gesundheitsförderlichen Arbeitsplatz haben hingegen nur 25,0% der Befragten als Maßnahme genannt.

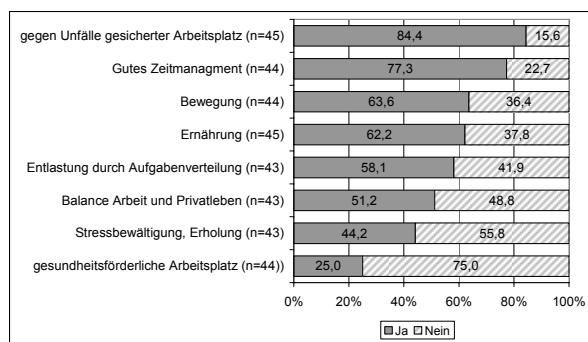


Abb. 3: Was tun Sie für Ihre Gesundheit? (Frage 4), eigene Darstellung.

Des Weiteren wurde Raum bereitgestellt, sonstige Maßnahmen zur Gesunderhaltung anzugeben. Dabei wurden unterschiedliche Formen der Freizeitbeschäftigung, meist sportlicher Natur, genannt. Die prozentuale Häufigkeit des vorgegebenen Merkmals „Bewegung“ (Abb. 3) erhöht sich dadurch jedoch nicht, da jede/-r Selbstständige zu dieser Angabe lediglich konkretere Ausführungen gemacht hat. Ebenfalls zu der Frage nach Maßnahmen zur Gesundheit, wurde im Freitext gefragt, zu welchen Gesundheitsthemen sich Selbstständige mehr Anregungen wünschen. Neben Anregungen zur Bewegung und Ernährung werden Anregungen zu „Berufsbedingten Krankheiten“, der „Finanzierung der Altersvorsorge“ und zum „Stressabbau“ gewünscht.

In der zweiten Befragungsphase wurde mit dem leicht veränderten Fragebogen von 22 Unternehmer/-innen erhoben, ob sich die Selbstständigen etwas unter dem Begriff „Betriebliche Gesundheitsförderung“ vorstellen können und für wie wichtig sie Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung für das eigene Wohlbefinden halten. Der Begriff Gesundheitsförderung ist eher unbekannt, bei 21 gültigen Antworten geben 8 Befragte an, dass sie den Begriff kennen, 13 kennen ihn nicht. Dahingegen halten 91,0% der Antwortenden Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung für „wichtig“ bis „sehr wichtig“, 9% für „kaum wichtig“ und niemand für „unwichtig“.

## 5.2.2 Wichtige Themen für Selbstständige

Aus den bisherigen Erkenntnissen ist festzustellen, dass sich viele verschiedene Aspekte

auf die gesundheitliche Situation der Selbstständigen auswirken. Um einzuordnen, welche Themen die Selbstständigen in ihrem beruflichen und privaten Alltag interessieren und mit welchen Themen man die Zielgruppe ansprechen kann, wurde die Frage gestellt, wie sehr sich die befragten Selbstständigen für angegebene Fachthemen interessieren (s. Abb. 4). Bei dieser Frage wurden 15 Antwortmöglichkeiten vorgegeben, die sowohl berufliche als auch private Aspekte beinhalten. Wie aufgrund der zuvor angegebenen Belastungen (Abb. 1) nahe liegend, ist „Finanzierung und Investition“ (60,5%) das interessanteste Thema für Unternehmer/-innen, gefolgt vom Thema zum „Marketing, Vertrieb“ (54,8%). Fasst man jedoch die Merkmalsausprägungen „sehr“ und „etwas“ zusammen, dann stellt man fest, dass mit 94,7% die „Absicherung im Alter und bei Erkrankung“ das für Selbstständige interessanteste Thema ist. Hierbei muss beachtet werden, dass dieses Merkmal erst in der Überarbeitung des Fragebogens hinzugenommen wurde, somit nur von 19 Unternehmer/-innen korrekt beantwortet wurde. Auch „Gesundheit und Sicherheit bei der Arbeit“ ist mit 78,1% ein interessantes Thema.

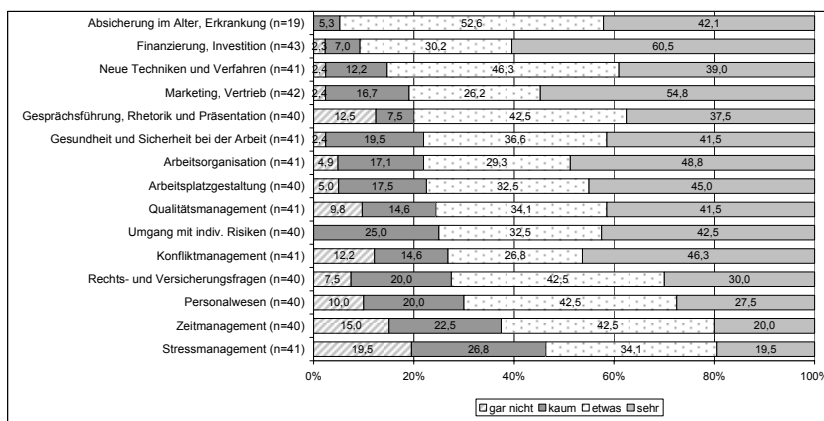


Abb. 4: Wie sehr interessieren Sie sich für diese Themen? (Frage 9), eigene Darstellung.

Obwohl nur sehr wenige Unternehmer/-innen angegeben haben, dass sie Beschwerden durch „soziale Konflikte am Arbeitsplatz haben“ und der „Umgang mit Mitarbeitern und/oder Kunden“ nur für einige Unternehmer/-innen belastend ist, geben mit 46,3% knapp die Hälfte aller Befragten an, dass sie sehr am Thema „Konfliktmanagement“ interessiert sind. Personalmanagement spielt ebenfalls eine untergeordnete Rolle. Erstaunlich ist, dass „Stressmanagement“ bei 19,5% der Befragten als „gar nicht interessant“ angegeben wurde.

### 5.2.3 Informationswege der Selbstständigen

Da bislang wenige Angebote zur eigenen Gesundheit für Selbstständige konzipiert wurden und sich somit keine Zugangs- und Informationswege bewährt haben, müssen Wege gefunden werden, über die Selbstständige Informationen zu den für sie interessanten Themen beziehen können. Aus den Informationswegen für bisher wichtige Themen lassen sich unter Umständen Möglichkeiten erkennen, Gesundheitsthemen ansprechend zu verbreiten und einzubetten. Hierbei sind zum einen die Informationsgeber und Ansprechpartner wichtig, zum anderen welche Informationsformen und Medien Selbstständige nutzen.

Interessant zu beobachten ist, dass immerhin 14 der Befragten (31,1%) bislang keine Angebote zu den für sie interessanten Fachthemen (Abb. 4) nutzen. Die übrigen 31 Selbstständigen, die Informationen egal welcher Art und Form nutzen, holen diese jeweils zu fast der Hälfte bei ihren Steuerberatern, ihrem Verband und der entsprechenden Berufsgenossenschaft ein.

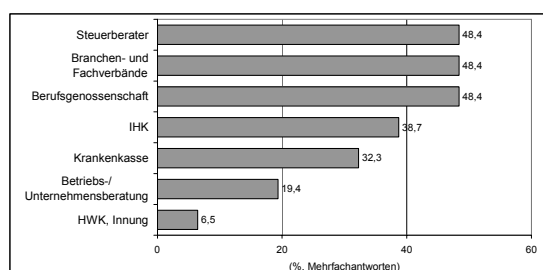


Abb. 5: Woher bekommen Sie bisher Informationen und Unterstützung zu den oben genannten Themen? (Frage 10), n=31, eigene Darstellung.

Bemerkenswert ist, dass sich nur 36,7% der Antwortenden Informationen bei der IHK holen, obwohl sie für viele der angesprochenen Themen zuständig ist und Informationen bietet. Andererseits ist es nicht erstaunlich, dass die Handwerkskammer und Innungen nur selten genannt wurden, da bis auf einen Selbstständigen niemand in der Kammer Mitglied ist. Da bei den Fachthemen nur hintergründig Gesundheitsthemen abgefragt wurden, wurden auch Krankenkassen nur vergleichsweise selten genannt.

Da es für das Ziel des Projekts „PräTrans“ interessant ist herauszufinden, welche Möglichkeiten Selbstständige bei Kammern und Verbänden sehen, wurde die Frage gestellt, wie stark die Befragten die bestehenden Angebote ihrer Kammer und ihres Verbandes nutzen. Vergleicht man die Antworten der Unternehmer/-innen, die sowohl Mitglied der IHK und des DEHOGA sind (n=32), dann sieht man deutlich, dass die Angebote der Kammer im Vergleich zu denen der Verbände schlechter angenommen werden (Abb. 6).

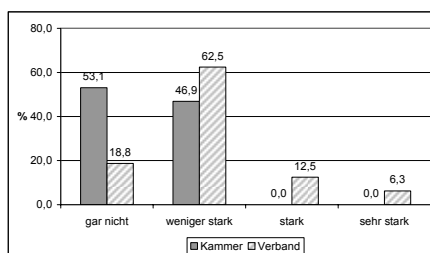


Abb. 6: Wie stark nutzen Sie die bestehenden Angebote Ihrer Kammer / Ihres Verbandes? (Frage 14), n=32, eigene Darstellung.

Darüber hinaus ist die Frage zu beachten, welche Informationsarten von Selbstständigen genutzt werden, um sich über branchenspezifische Themen zu informieren. Wie bei den Fragen zuvor wurden Antwortmöglichkeiten vorgegeben, sowie Platz für sonstige Angaben gelassen. Neben verschiedenen Arten gedruckter Medien wurden auch kommunikative Informationswege, wie die persönliche Beratung, vorgeschlagen. Wie in der unten stehenden Abbildung (Abb. 7) zu erkennen ist, sind vor allem Fachzeitschriften ein Medium, über das sich Selbstständige informieren. Interessant ist, dass 75,0% angeben, Mitgliedszeitschriften ihrer Kammer oder des Verbandes zu lesen. Als Beispiel wurden auf dem Fragebogen die IHK und der DEHOGA angegeben.

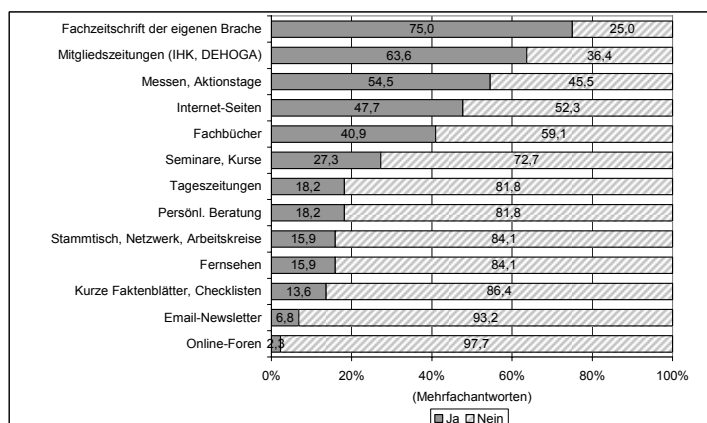


Abb. 7: Wie informieren Sie sich bevorzugt zu Fachthemen? (Frage 11), n=44, eigene Darstellung.

Kommunikative Informationswege wie Stammtische nehmen bei Selbstständigen hingegen keinen großen Stellenwert ein. Seminare und Kurse werden von 27,3% der Befragten genutzt. Persönliche Beratung, wie sie von Kammern und Verbänden, in indirekter Form auch vom Steuerberater gegeben werden (s. Abb. 5), werden bei dieser Frage nur von 19,2% der Befragten angegeben. Obwohl Internetseiten von knapp 50% der Selbstständigen genutzt werden, spielen andere Formen der Internetkommunikation (Online-Foren, Email-Newsletter) keine Rolle. Eher uninteressant sind mit 13,5% auch kurze Faktenblätter und Checklisten.

Fragt man danach, welche Ansprechpartner Selbstständige bei Themen zu ihrer Gesundheit wählen, dann ergibt sich ein verändertes Bild (Abb. 8). Zwar sind bei der Frage teil-

weise andere Antwortmöglichkeiten von Institutionen vorgegeben, die dem Thema eher verbunden sind, die wichtigsten Einrichtungen, wie Verbände und Kammer, sind jedoch identisch. Bei dieser Frage wurden die „Krankenkassen“ mit 53,3% von den Meisten als Ansprechpartner genannt. Wie auch bei Fachthemen (s. Abb. 4) sind Betriebs- und Unternehmensberatungen, sowie auch die IHK, in diesem Fall nicht als wichtiger Ansprechpartner anerkannt. Interessant ist, dass sich 37,8% der Selbstständigen bei Fragen zur Gesundheit bei der Arbeit an andere Unternehmer wenden.

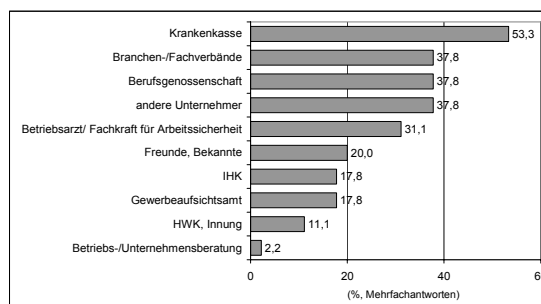


Abb. 8: An wen würden Sie sich bei Fragen zur Gesundheit in der Arbeit wenden? (Frage 7), n=45, eigene Darstellung.

Neben dem Angebot von Informationen kann gegebenenfalls die aktive Unterstützung im Arbeits- und Gesundheitsschutz oder in der betrieblichen Gesundheitsförderung gewünscht sein. Diese Frage wurde erst in der Überarbeitung des Fragebogens hinzugekommen, so dass sie nur von 22 Unternehmer/-innen beantwortet wurde. Bei dieser Frage sind die Berufsgenossenschaften und die Branchen- und Fachverbände mit 36,4% ebenso häufig genannt wie bei der Frage zur „Gesundheit bei der Arbeit“ (Abb. 9). Krankenkassen wurden von 31,8% angegeben. Auffällig ist, dass die Möglichkeit, sich bei anderen Unternehmern, Integrationsämtern oder Suchtberatungsstellen Unterstützung zu holen, von keinem der Befragten angegeben wurde.

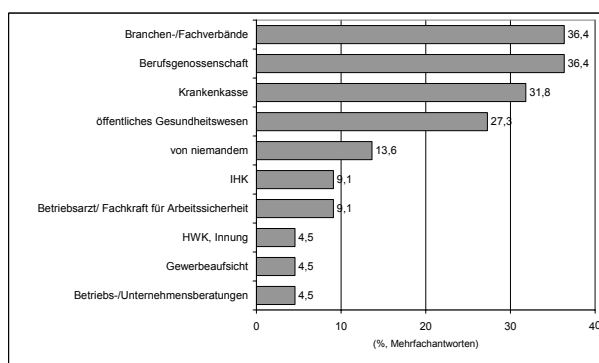


Abb. 9: Von wem erwarten Sie mehr Unterstützung im Arbeits- und Gesundheitsschutz / der betrieblichen Gesundheitsförderung? (Frage 8), n=22, eigene Darstellung.

#### **5.2.4 Wege der Weiterbildung**

Die Selbstständigen wurden gefragt, welche Voraussetzungen Weiterbildungsangebote erfüllen müssten, um attraktiv für die Unternehmer/-innen zu sein. Aufgrund des Ziels des Projekts „PräTrans“ (s. Kapitel 1.1) wurde gezielt nach Angeboten von Kammern und Verbänden gefragt. Bei diesen Fragen war wichtig, an welchen Wochentagen, zu welcher Jahres- und Tageszeit und zu welchem Preis bzw. in welcher Entfernung diese Seminare angeboten werden sollten. Dieses Meinungsbild soll dazu beitragen, mit zukünftigen Angeboten eine möglichst große Gruppe von Selbstständigen anzusprechen. Da es sich beim Gastgewerbe um eine besonders stark von saisonalen Schwankungen betroffene Branche, und damit auch von unterschiedlich starkem Arbeitsaufkommen, handelt, ist es nicht verwunderlich, dass insgesamt 34,2% der Befragten angeben, dass für sie Weiterbildungsangebote im Winter am günstigsten sind. Für immerhin 36,8% ist die Jahreszeit jedoch nicht relevant. Die Jahreszeiten Frühling und Sommer sind für jeweils 13,2% der Befragten möglich. Erstaunlich ist, dass nur 2,6% der Befragten den Herbst als günstige Jahreszeit angeben.

Ansonsten lässt sich feststellen, dass die Selbstständigen bei Weiterbildungsangeboten zeitliche Präferenzen haben. Die Weiterbildungen sollten möglichst in der ersten Wochenhälfte stattfinden; Montag, Dienstag und Mittwoch wurden bei insgesamt 48 Antworten (Mehrfachantworten möglich) 25 mal genannt. Für 14 Unternehmer/-innen ist der Wochentag nicht wichtig, Freitag wurde von niemandem genannt. Obwohl die Tageszeit bei 42,9% der Befragten nicht ausschlaggebend ist, würden sich mit 62,9% der Antworten die meisten Unternehmer/-innen maximal bis zu vier Stunden Zeit für eine Weiterbildung nehmen. Längere Weiterbildungsangebote werden nur selten angenommen.

Zu den zeitlichen Möglichkeiten gehört auch die Entfernung zu der Weiterbildung. Bei dieser Frage wurden keine Möglichkeiten vorgegeben. Im Mittel haben die Befragten eine Entfernung von 47,4 ±29,6 Kilometern angegeben. Auch aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Situation spielen die Kosten für eine Weiterbildung eine relevante Rolle. Wie bei der Entfernung konnten die Befragten den Preis frei wählen; auch hier ist die Streuung sehr breit. Der Median liegt bei 60€ (Maximum 250€).

### 5.2.5 Branchenspezifische Ergebnisse

Um herauszufinden, ob sich in den bisher dargestellten Ergebnissen Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen finden lassen, werden verschiedene Faktoren in Abhängigkeit gesetzt. Die unter diesem Gesichtspunkt relevanten Fragen sind vor allem, ob es Unterscheidungen in den Belastungen gibt und ob sich das Informationsverhalten unterscheidet. Da die Fallzahl von zwei Caterern zu gering ist, werden unter den folgenden Fragestellungen nur Unternehmen der Gastronomie und Hotellerie ausgewertet. Außerdem werden die Unternehmer/-innen, die sowohl in der Hotellerie als auch in der Gastronomie arbeiten, nicht in die Auswertung einbezogen. Untersucht man die statistische Abhängigkeit zwischen arbeitsbedingten Belastungen (Abb. 1) und Branchenzugehörigkeit, dann lassen sich Abhängigkeiten zwischen Belastungsfaktoren und der Branche erkennen. Da die Fallzahlen sehr gering sind, kann ein Zufall der Ergebnisse nicht ausgeschlossen werden. Mit den Koeffizienten Chi-Quadrat und Phi ( $\Phi$ ) kann die Stärke der Abhängigkeit nicht eingeschätzt werden, präzisere statistische Verfahren können jedoch aufgrund der Skalen und geringen Fallzahl nicht angewandt werden.

Bei einigen Belastungen, wie der Arbeitszeit, lässt sich kein Zusammenhang zwischen der Branchenzugehörigkeit und der Angabe von Belastungen erkennen. Jedoch ist erkennbar, dass vor allem bei wirtschaftlichen Themen Gastronomen eher belastet sind als Hoteliers. Dies sieht man z.B. an der Belastung durch „Existenzielle Absicherung“ ( $\Phi=-,241$ ) und der „Auftragslage“ ( $\Phi=-,185$ ).

Neben den Belastungen, bei denen sich vereinzelt Abhängigkeiten feststellen lassen, lassen sich auch die Branchenzugehörigkeit und angegebene gesundheitliche Beschwerden (Abb. 2) in Abhängigkeiten stellen. Auch hier lassen sich vereinzelt statistische Zusammenhänge nachweisen. Am auffälligsten ist die Abweichung der Angaben von den statistisch erwarteten Werten bei der Beanspruchung der Haut. Gastronomen haben häufiger durch ihre Tätigkeiten Beschwerden ( $\Phi=,248$ ). Auffällig ist, dass Lärm von Hoteliers häufiger als Beschwerde angegeben wird ( $\Phi=,195$ ). Bei Beschwerden durch „Zugluft“ und „langes Stehen bzw. einseitige Körperhaltung“ liegen jedoch fast vollständige statistische Unabhängigkeiten vor. Es lassen sich somit keine Unterschiede zwischen den Angaben von Hoteliers und Gastronomen finden.

Um die zweite Forschungsfrage (s. Kapitel 3.4) genauer beantworten zu können, wäre es sinnvoll, Abhängigkeiten zwischen den Ansprechpartnern für Fachthemen (Abb. 5) und der Branche darzustellen. Aufgrund der Tatsache, dass mit 14 Unternehmer/-innen, die keine Informationen einholen, die Fallzahl jedoch zu gering ist, soll hier auf eine Auswertung verzichtet werden.

Die Frage nach Ansprechpartnern für Gesundheit (Abb. 8) lässt sich wiederum in Bezie-

hung zu der Branchenzugehörigkeit setzen. Hier sind die Ergebnisse jedoch noch unsicherer als bei den vorherigen Zusammenhängen, so dass bei dieser geringen Fallzahl keine Aussagen getroffen werden können. Nur ein Wert lässt einen positiven Zusammenhang erkennen und zwar die Korrelation zwischen der Branchenzugehörigkeit und der Krankenkasse als Ansprechpartner für Gesundheitsthemen ( $\Phi=,351$ ). Warum gerade Krankenkassen als Ansprechpartner in der Gastronomie weitaus häufiger genannt werden als in der Hotellerie, kann in dieser Arbeit nicht beantwortet werden.

Deutlicher fallen die Ergebnisse hingegen bei den Zusammenhängen zwischen der Branchenzugehörigkeit und der Frage, durch welche Informationsformen sich Selbstständige zu Fachthemen informieren (Abb. 7). Hier lassen sich bei fast allen Antwortmöglichkeiten Unterschiede in der Nutzung zwischen den beiden Branchen feststellen. So werden von Gastronomen die „Persönliche Beratung“ ( $\Phi=,250$ ), das Nutzen von „Tageszeitungen“ ( $\Phi=,227$ ), Sendungen im „Fernsehen“ ( $\Phi=,204$ ) und das Besuchen von „Messen und Aktionstagen“ ( $\Phi=,172$ ) häufiger als Informationsweg angegeben. Dahingegen machen Hoteliers eher von „Seminaren“ ( $\Phi=-,286$ ), „Stammtischen“ ( $\Phi=-,269$ ) „Mitgliedszeitungen“ ( $\Phi=-,185$ ) sowie „Internetseiten“ ( $\Phi=-,258$ ) und „eMail-Newslettern“ ( $\Phi=-,185$ ) Gebrauch. „Fachzeitschriften“, „Fachbücher“ und „online-Foren“ sind hingegen nicht abhängig von der Branche.

Somit sind in einigen Punkten Abhängigkeiten zwischen den Branchen festzustellen. Es muss jedoch immer beachtet werden, dass die untersuchte Fallzahl so gering ist, dass es sich um Zufälle handeln kann.

### **5.3 Zusammenfassung**

Festzuhalten ist, dass sich in der bisherigen Untersuchung nach statistischen Abhängigkeiten zwischen Belastungen bzw. Beschwerden und der Branchenzugehörigkeit einige Belege dafür finden lassen, dass es Unterschiede zwischen beiden Branchen gibt. Diese betreffen sowohl Belastungen als auch Informationswege. Bei den Belastungen spielen vor allem wirtschaftliche Faktoren wie die existenzielle Absicherung und aber auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf eine Rolle. Insgesamt schätzen die Selbstständigen ihre Gesundheit jedoch als sehr wichtig für den Erfolg ihres Unternehmens ein. Deswegen versuchen die befragten Unternehmer/-innen privat und beruflich für ihre Gesundheit zu sorgen. Betriebliche Gesundheitsförderung hingegen ist bei Selbstständigen ein wenig bekannter Begriff.

Bei Fachthemen ist das Interesse besonders groß an den Themen Finanzierung, Absicherung im Alter und Marketing. Stressmanagement interessiert die Selbstständigen am wenigsten. Zu den Fachthemen bekommen Selbstständige die meiste Unterstützung durch



Steuerberater, den Verband und die Berufsgenossenschaft. Generell sind der Verband und die Berufsgenossenschaft von zentraler Bedeutung. Schriftliche Informationsformen werden von den befragten Selbstständigen bevorzugt. Weiterbildungsseminare sollten aufgrund der geringen zeitlichen Freiräume maximal 4 Stunden dauern.

## **6 Diskussion**

In diesem Kapitel sollen die eigenen Ergebnisse unter Berücksichtigung des aktuellen Forschungsstands interpretiert werden. Dabei ist wichtig darzustellen, welche Aussagen sich aus den Ergebnissen ziehen lassen und welche Aussagekraft diese haben. Zunächst ist festzuhalten, welche Möglichkeiten die Befragung bietet und wo Probleme in der Befragung auftauchten. Diese sollen im Folgenden reflektiert werden.

### **6.1 Kritische Reflexion**

Wie bei vielen Befragungen lassen sich auch bei dieser Punkte benennen, die man hätte besser planen und gestalten können. Ein Punkt ist bedingt durch den Zeitpunkt der Erstellung dieser Arbeit. Da die Befragung ausgewertet wurde, bevor die zweite Befragungsphase abgeschlossen war, ist die Rücklaufquote geringer als erwartet. Deshalb mussten für eine ausreichend große Fallzahl beide Befragungsphasen zusammen genommen werden. Zunächst sollte die erste Befragung nicht für diese Arbeit herangezogen werden, weswegen auf die Dokumentation kein besonderer Wert gelegt wurde. Nur die Ergebnisse der zweiten Befragung zu verwenden hätte eine bessere Beschreibung der Stichprobe zugelassen, allein dadurch, dass es ein genaueres methodisches Konzept gibt und die Ergebnisse auf eine bestimmte Region (Wiesbaden-Rheingau-Untertaunus) begrenzt wären. Durch die Zusammenlegung jedoch konnte die Fallzahl so weit erhöht werden, dass zumindest für die deskriptive Statistik aussagekräftige Ergebnisse möglich wurden. Zudem wurde in der Auswertung festgestellt, dass sich die Ergebnisse der Befragungen nicht signifikant voneinander unterscheiden. Von daher war es sinnvoll, beide Befragungen zusammen auszuwerten. Um die aufgetretene Ungenauigkeit zu vermeiden, hätte die Befragung früher und ohne Verzögerungen durchgeführt werden müssen. Diese traten aufgrund des Abstimmungsbedarfes, auch zwischen RKW und DEHOGA, auf.

Insgesamt gesehen ist die letztlich verwendete Fallzahl jedoch immer noch zu gering, um außer Häufigkeitsauszählungen belastbare Ergebnisse zu benennen. Die Beschreibung statistischer Abhängigkeiten kann jedoch erste Hinweise liefern, die weiter überprüft werden müssten. Des Weiteren sind nicht alle Fragen des Fragebogens so weit überarbeitet worden, wie es vielleicht nötig gewesen wäre. So wurde z.B. die Skala von Frage 9 nicht geändert, obwohl festgestellt wurde, dass die Ordinalskala nicht präzise genug gewählt worden war. Wir, die Projektleitung und ich, hatten uns jedoch gegen eine Änderung entschieden, um bei dieser wichtigen Frage auf alle antwortenden Selbstständigen zurückgreifen zu können.

Ein weiterer Aspekt reduziert die Aussagekraft der Befragung: Da keine Vergleichsgruppe erhoben wurde, lassen sich keine Aussagen darüber treffen, inwiefern die Antworten der

Selbstständigen für diese Zielgruppe speziell sind. Auch die Validität des Fragebogens kann somit nicht überprüft werden. Dennoch kann abgeschätzt werden, wo bei den Befragten die Präferenzen liegen, so dass im Anschluss Veränderungsvorschläge darüber gemacht werden können ob, wie und womit Selbstständige angesprochen werden müssen.

## **6.2 Diskussion der Ergebnisse**

Um die Diskussion etwas übersichtlicher zu gestalten, wird sie zur Beantwortung nach den beiden in Kapitel 3.4 gestellten Forschungsfragen thematisch aufgeteilt.

### **6.2.1 Rolle der Gesundheit bei Selbstständigen**

Um die Frage zu beantworten, welche Rolle die eigene Gesundheit bei Selbstständigen im Gastgewerbe spielt, müssen die bearbeiteten Aspekte zusammengefasst werden. Wie gesehen halten alle befragten Selbstständige ihre eigene Gesundheit für den Erfolg ihres Unternehmens für sehr wichtig. Dass die Beantwortung dieser Frage so ausgefallen ist, ist nicht verwunderlich. Als Eingangsfrage ist sie so gestellt worden, dass den Selbstständigen bewusst werden sollte, was die Befragung zeigen soll. Eine Verneinung der Frage hätte unter Umständen bedeutet, dass Selbstständige nicht mehr aktiv am Alltagsgeschäft beteiligt sind und/oder die Führungsaufgaben abgegeben haben.

Wenn man davon ausgeht, dass Selbstständige von Klein- und Kleinstunternehmen im Alltagsgeschäft tätig sind, erhöht sich die Anzahl der zu erledigenden Aufgaben. Dadurch erhöht sich auch die durchschnittliche Arbeitszeit von Selbstständigen im Vergleich zu Arbeitnehmer/-innen. Dies macht es für sie schwierig, sich genügend Freiräume zu schaffen, um eintreffende Befragungen auszufüllen, aber auch um sich genügend Zeit für Weiterbildung zu nehmen. Auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist somit für Selbstständige eine große Belastung. Dass die Selbstständigen nur wenig Zeit haben sieht man auch an den Äußerungen, die in den persönlichen Gesprächen der ersten Befragungsphase mit Selbstständigen gefallen sind. Dennoch fühlen sich nach FUCHS (2006) Selbstständige durch diesen vermehrten Arbeitsdruck nicht so sehr davon belastet wie Arbeitnehmer/-innen. Unternehmer/-innen wissen somit unter Umständen auch vor Beginn der Selbstständigkeit, welchen zeitlichen Aufwand sie aufbringen müssen, sehen aber die Vorteile in der Verwirklichung der Eigenständigkeit. FUCHS hat die Selbstständigen jedoch nicht nach Branchen sortiert. Daher kann es sein, dass die Arbeitszeit gerade im Gastgewerbe eine große Belastung ist. Daher müssen in den Unternehmen Arbeitsstrukturen geschaffen werden, die sowohl für die Mitarbeiter als auch den Selbstständigen akzeptab-

le Arbeitszeiten mit sich bringen. Dies wird jedoch aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Situation nicht immer umsetzbar sein.

Betrachtet man die weiteren Belastungen, denen Selbstständige ausgesetzt sind, dann kann man zunächst davon ausgehen, dass tätige Inhaber den gleichen Belastungen wie abhängig Beschäftigte desselben Betriebs ausgesetzt sind. Dies hängt damit zusammen, dass ähnliche Tätigkeiten ausgeführt werden (z.B. bleibt der Unternehmer / die Unternehmerin weiterhin der Koch des Unternehmens). Dies sieht man auch an den Beschwerden, die sowohl Arbeitnehmer/-innen in verschiedenen Befragungen, als auch Selbstständige in der eigenen Analyse angeben. Dennoch erfahren Selbstständige durch ihre Aufgabe, das Unternehmen zu leiten, Anforderungen, die sich von denen abhängig Beschäftigter unterscheiden. Da ist z.B. vermehrte Verantwortung für das Unternehmen, die eigene Existenz und die Beschäftigten. So zeigt auch FUCHS (2006), dass Verantwortung eine besondere Belastung für Selbstständige im Vergleich zu abhängig Beschäftigten ist.

Auch aus anderer Perspektive ist es wichtig, Selbstständige vermehrt in das Blickfeld der Gesundheitswissenschaften zu nehmen, da sie verantwortlich für ihre Mitarbeiter/-innen sind. In Unternehmen, auch in Klein- und Kleinstunternehmen des Gastgewerbes, muss die Unternehmensführung erkennen, dass betriebliche Gesundheitsförderung einen nachweisbaren Nutzen hat. Deshalb müssen Selbstständige die Wichtigkeit der Gesundheit von sich und seinen/ihren Mitarbeiter/-innen erkennen. Bislang ist bei Selbstständigen im Gastgewerbe jedoch aus den Ergebnissen der Befragung nicht zu erkennen, dass der Begriff „Betriebliche Gesundheitsförderung“ für sie eine besondere Bedeutung hat. Auffällig ist jedoch, dass der Begriff „Arbeitsschutz“ bei den befragten Selbstständigen bekannt ist und die Arbeitssicherheit und der Unfallschutz eine wichtige Rolle spielen. Dies liegt sicherlich auch an den gesetzlichen Verpflichtungen des Selbstständigen zum Schutz der Mitarbeiter/-innen, deren Umsetzung von der Berufsgenossenschaft kontrolliert wird. Auch sind Arbeitsplätze gefährdet, wenn Unternehmen wegen Krankheit des Selbstständigen aufgegeben werden müssen. Da diese Gefahr droht, können es sich Unternehmer/-innen nicht leisten, krankheitsbedingt auszufallen. Auch eine Lohnfortzahlung bei Krankheit ist nur bei Versicherungsschutz gegeben, den einige Selbstständige nicht haben.

Die erste Forschungsfrage kann insofern beantwortet werden, dass die eigene Gesundheit bei Selbstständigen eine große Rolle spielt. Allerdings haben sich Selbstständige mit den gesundheitlichen Auswirkungen ihrer Arbeit bislang nur wenig beschäftigt. Auch ist Unterstützung für den Selbstständigen bislang nur gering vorhanden.

## **6.2.2 Erreichbarkeit von Selbstständigen**

Wie schon zu Beginn der Arbeit festgestellt, handelt es sich bei Selbstständigen um eine schwierige Zielgruppe. Dies wird auch bei beiden Befragungsphasen deutlich, bei beiden ist die Rücklaufquote sehr gering. Zwar ist die Rücklaufquote der ersten Befragungsphase höher als bei der zweiten Befragungsphase, jedoch konnten viele Unternehmer/-innen erst durch das persönliche Ansprechen überzeugt werden, an der Befragung teilzunehmen. Grundsätzlich bieten sich jedoch über die aufgeführten Institutionen gute Möglichkeiten, Selbstständige zu erreichen, da sie als Mitglieder in den Adressdateien von Institutionen wie Kammern und Berufsgenossenschaften geführt werden. In den bestehenden Institutionen liegt auch das Potenzial, das Thema Betriebliche Gesundheitsförderung in die Unternehmen zu transportieren.

Weiterhin bleibt jedoch die Frage bestehen, ob Selbstständige aller Wirtschaftszweige als eine gesamte Zielgruppe betrachtet werden können. Dies ist insofern wichtig, als dass die Angebote entweder für alle Selbstständigen nützlich sind oder dass sie für Branchen speziell entwickelt werden müssen. Da sich die vier Millionen Selbstständige auf alle Wirtschaftszweige verteilen, kann man von einer Heterogenität der Voraussetzungen und Belastungen ausgehen. In der Befragung wurden nur Selbstständige des Gastgewerbes befragt, weswegen nicht belegt werden kann, dass die Ergebnisse von Selbstständigen anderer Branchen ähnlich ausfallen würden. Um Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu identifizieren, sind weitere Untersuchungen notwendig. Dass Unterschiede wahrscheinlich sind, sieht man an der branchenspezifischen Auswertung der Befragung. Wie dargestellt lassen sich Abhängigkeiten zwischen den Branchen Hotellerie und Gastronomie bezüglich des Auftretens von Belastungen und des Informationsverhaltens erkennen. Da die Fallzahl jedoch sehr gering war, um belegbare Abhängigkeiten definieren zu können, können andere Zusammenhänge nicht ausgeschlossen werden.

Diese Heterogenität macht es schwierig, übergreifende Angebote zu entwickeln. Es müssen branchenspezifische Informationen und Angebote entwickelt werden, die sich an den jeweiligen Bedürfnissen der Selbstständigen orientieren. Nur dadurch wird es möglich sein, das Interesse von Selbstständigen zu wecken und die Bedeutung hinter den Angeboten zu erkennen.

Nur auf das Gastgewerbe bezogen bleibt die Frage, durch wen Angebote entwickelt werden sollten, die nachgefragt werden und Ziel führend sind. Eine Institution, die für alle Unternehmer/-innen des Gastgewerbes zuständig ist, ist die Industrie- und Handelskammer (IHK). Bei dieser wurde jedoch deutlich, dass die Akzeptanz der Kammer und der, von einigen Unternehmer/-innen kritisierten, Pflichtmitgliedschaft bei Selbstständigen sehr gering ist. Sowohl bei Gesundheits- als auch bei Fachthemen ist die Resonanz auf die Angebote der Kammer im Vergleich zu anderen Institutionen gering.

Eine andere Möglichkeit ist das Ansprechen über den Branchenverband, in diesem Fall DEHOGA. Da bislang das Thema „Gesundheit“ nur vereinzelt thematisiert wurde, wie z.B. in letzter Zeit bei der Diskussion des Nichtraucherschutzes, müssten Kompetenzen und Kapazitäten geschaffen werden, dieses Thema zu verbreiten. Jedoch liegt es im Interesse des Verbandes, die betriebliche Situation im Gastgewerbe zu verbessern und die Existenz der Unternehmen zu verbessern. Wie man an der Projektbeteiligung des Bezirksverbandes DEHOGA Wiesbaden-Rheingau-Untertaunus sieht, ist er auch dem Thema Gesundheit gegenüber aufgeschlossen.

Ebenfalls eine Möglichkeit ist die Berufsgenossenschaft. Wie bei anderen Einrichtungen, liegt das Interesse jedoch hauptsächlich bei den abhängig Beschäftigten. Andererseits ist die fachliche Kompetenz bei der Berufsgenossenschaft gegeben, die andere Institutionen, wie Kammern und Verbände, nach ersten Ergebnissen des Projekts „PräTrans“ (s. Kapitel 1.1) erst aufbauen müssten. Auch ist die BGN dabei, die Angebote, wie z.B. Weiterbildungsseminare, auszubauen. Dennoch wird die BGN häufig als „Kontrollorgan“ gesehen. Dieses Bild müsste geändert werden, um die Akzeptanz der Selbstständigen gegenüber den Angeboten zu erhöhen.

Versucht man eine Antwort auf die Frage zu finden, mit welchen Themen Selbstständige zu erreichen sind, dann müssen vor allem wirtschaftliche Themen genannt werden. Selbstständige direkt mit Themen anzusprechen, die für sie erst auf den zweiten Blick relevant erscheinen, wird nicht erfolgreich sein. Dazu zählen auch Gesundheitsangebote. Für Selbstständige sind vor allem die Themen relevant, die sich mit betriebswirtschaftlichen Aspekten befassen, um die wirtschaftliche Situation zu verbessern. Erst wenn diese Belastungen verringert sind, werden sich Selbstständige Zeit nehmen können, sich weitere Ressourcen schaffen zu können. Es sollten also Wege gefunden werden, wie sich gesundheitliche Aspekte der Arbeit in bestehende Angebote, wie z.B. Seminare zur Unternehmensführung, integrieren lassen, um den Selbstständigen verstärkt auf die Wichtigkeit und die Konsequenzen aufmerksam zu machen.

Schaut man sich an, wann und wie lange Selbstständige im Gastgewerbe angeben, sich Zeit für eine Weiterbildung zu nehmen, dann ist das Zeitfenster begrenzt. Dass die Selbstständigen gerade den Winter als günstigste Jahreszeit angeben, liegt mit Sicherheit auch daran, dass es sich bei den untersuchten hessischen Regionen hauptsächlich um im Sommer besuchte Tourismusgebiete handelt. Deswegen besteht im Winter vermutlich geringeres Arbeitsaufkommen. Dies kann bei anderen Branchen anders aussehen.

Die zweite Forschungsfrage kann insofern beantwortet werden, als dass es gute Möglichkeiten über Institutionen gibt, Selbstständige zu erreichen. Es müssen jedoch spezielle Angebote für Selbstständige entwickelt werden, die so eingebettet werden, dass sie für

Selbstständige wichtig sind. Hierbei ist es wichtig, Themen zu wählen, die mit den am häufigsten auftretenden Belastungen zu tun haben.

## 7 Resümee

In der vorliegenden Arbeit standen zwei Aspekte im Vordergrund: Zum einen sollte gezeigt werden, dass es Belege dafür gibt, dass Selbstständige vermehrt in den Blickpunkt der Gesundheitswissenschaften rücken sollten, zum anderen, dass für Selbstständige bestimmte Themen von besonderer Bedeutung sind. Die Ergebnisse zeigen, dass sich Selbstständige im Gastgewerbe durch verschiedene Faktoren belastet fühlen und die gesundheitliche Verfassung denen von abhängig Beschäftigten im Gastgewerbe gleicht. Unterstützung fragen Selbstständige bei verschiedenen Institutionen nach.

Bislang standen Selbstständige zu wenig im Blickfeld der Gesundheitswissenschaften. Aufgrund der steigenden Anzahl Selbstständiger, wird es auf verschiedenen Handlungsebenen und von verschiedenen Akteuren notwendig sein, Selbstständige vermehrt als Zielgruppe zu betrachten. So wie abhängig Beschäftigte als Zielgruppe erkannt sind, müssen auch Selbstständige vermehrt unterstützt werden.

Hierzu müssen die Verhältnisse und das eigene Verhalten der Selbstständigen in den Fokus genommen werden. Auf Verhältnisse bezogen hat die Sozialversicherung eine wesentliche Funktion. Für viele Selbstständige sind die Beiträge zu hoch, um sich versichern zu können. Ohne Versicherung sieht es jedoch im Krankheits- und/oder Pflegefall für die Existenz schlecht aus. Hierzu müssen auf gesundheitspolitischer Ebene Diskussionen stattfinden, wie Selbstständige besser integriert werden können.

Insgesamt sollten verstärkt Wege gesucht werden, Selbstständige bei ihrer Arbeit unterstützen. Dabei muss bei den Angeboten darauf geachtet werden, dass sie zielgruppenspezifisch genau an den Bedürfnissen der Selbstständigen ausgerichtet sind. Für die Angebote, die für sie nicht relevant erscheinen, werden sich Selbstständige keine Zeit nehmen können. Um diese Spezifität umsetzen zu können, bedarf es jedoch weiterer Forschung und Diskussionen.



## 8 Literaturverzeichnis

- ABRAHAM, M. (2006): Berufliche Selbstständigkeit – Die Folgen für Partnerschaft und Haushalt. Wiesbaden: VS Verlag.
- BENACH, J., GIMENO, D., BENAVIDES, F. G., MARTINEZ, J. M. & TORNÉ, M. del Mar (2004): Types of employment and health in the European Union – Changes from 1995 to 2000. In: European Journal of Public Health, Vol. 14, No. 3, S. 314-321. Verfügbar unter <http://eurpub.oxfordjournals.org/cgi/reprint/14/3/314> [23.05.2008].
- BGN (2007): Satzung der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gaststätten. 9. Nachtrag, Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gaststätten. Verfügbar unter: [http://www.bgn.de/files/5007/BGN\\_Satzung\\_9\\_Nachtrag.pdf](http://www.bgn.de/files/5007/BGN_Satzung_9_Nachtrag.pdf) [24.05.2008].
- BKK BUNDESVERBAND (2007): Gesundheitsreport 2007 – Gesundheit in Zeiten der Globalisierung. Essen: BKK Bundesverband.
- BMBF (Hrsg.) (1982): Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Hotels und Gaststätten. Schriftenreihe „Humanisierung des Arbeitslebens“, Band 24. New York: Campus-Verlag.
- BMJ (2008): §7 Abs. 1 SGB IV. Gesetzestext verfügbar unter: [www.bundesrecht.juris.de/sgb\\_4/\\_\\_\\_7.html](http://www.bundesrecht.juris.de/sgb_4/___7.html) [24.05.2008].
- BUCHBERGER, J. (1993): Arbeitsbedingungen und gesundheitliches Befinden aus der Sicht der Erwerbstätigen. In: Soz. Präventivmedizin, Suppl. 2 / 1993, S. 87-91.
- DEHOGA BUNDESVERBAND (2008a): Daten, Fakten, Trends. Verfügbar unter: [http://www.dehoga-bundesverband.de/home/daten\\_fakten\\_trends\\_0\\_921.html](http://www.dehoga-bundesverband.de/home/daten_fakten_trends_0_921.html) [29.05.2008].
- DEHOGA BUNDESVERBAND (2008b): Über den Verband. Verfügbar unter: [http://www.dehoga-bundesverband.de/home/ueber\\_den\\_dehoga\\_0\\_931.html](http://www.dehoga-bundesverband.de/home/ueber_den_dehoga_0_931.html) [27.05.2008]
- FACHINGER, U., OELSCHLÄGER, A. & SCHMÄHL, W. (2004): Alterssicherung von Selbstständigen – Bestandsaufnahme und Reformoptionen. Münster: LIT Verlag.
- FREY, B. & BENZ, M. (2006): Being Independent is a great thing: subjective evaluations of self-employment and hierarchy. Institute for Empirical Research in Economics, University of Zurich: Working Paper No. 135. Verfügbar unter: <http://www.iew.unizh.ch/home/benz/> [30.05.2008].
- FUCHS, T. (2006): Was ist gute Arbeit? Anforderungen aus Sicht von Erwerbstätigen. Konzeption und Auswertung einer repräsentativen Untersuchung. Forschungsbericht an die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin.
- GRIESHUBER, E. (2006): Beschäftigung in jungen Unternehmen – Gesamt- und Einzelwirtschaftliche Betrachtungen. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, GWV Fachverlage.
- HANS-BÖCKLER-STIFTUNG (Hrsg.) (2006): Gründer aus der Not. In: BöcklerImpuls, 05/2006. Hans-Böckler-Stiftung.
- HÄNSSLER, K. H. (Hrsg.) (2008): Betriebsarten und Betriebstypen des Gastgewerbes. In: Hänssler, K.H.: Management in der Hotellerie und Gastronomie – Betriebswirtschaftliche Grundlagen, S. 47-69. 7. Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

- IHK (2008): Wir über uns. Verfügbar unter: <http://www.dihk.de> [30.05.2008].
- LOHMANN, H. & LUBER, S. (2004): Trends in self-employment in Germany: Different types, different developments? In: Arum, R. & Müller, W. (Hrsg.) (2004): The reemergence of self-employment – A comparative study of self-employment dynamics and social inequality. Princeton: University Press.
- PARKER, S. (2004): The economics of self-employment and entrepreneurship. Cambridge: University Press.
- PRÖLL, U., AMMON, U., ERTEL, M., HAAKE, G. & KRUSE, O. (2007). Selbstständig und gesund – Prävention und Gesundheitsförderung bei selbstständiger Erwerbsarbeit. Dortmund, Berlin, Dresden: Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin.
- PROTSCH, P. (2006): Lebens- und Arbeitsqualität von Selbstständigen – Objektive Lebens- und Arbeitsbedingungen und subjektives Wohlbefinden einer heterogenen Erwerbsgruppe. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung: Discussion Paper.
- RKI (Hrsg.) (2008): Armut, soziale Ungleichheit und Gesundheit – Expertise des Robert Koch-Instituts zum 2. Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung. Berlin: Robert Koch-Institut.
- SCHULZE BUSCHOFF, K. (2006): Die soziale Sicherung von selbstständig Erwerbstätigen in Deutschland. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung: Discussion Paper.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2008a): Auszug aus dem Mikrozensus Grundprogramm 2006. Verfügbar unter: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online> [01.06.2008].
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2008b): Unternehmensstatistik – Unternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen. Verfügbar unter: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online> [01.06.2008].
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2007): Statistisches Jahrbuch 2007. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt. Verfügbar unter: [http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/SharedContent/Oeffentlich/AI/IC/Publikationen/Jahrbuch/Statistisches\\_20Jahrbuch2007,property=file.pdf](http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/SharedContent/Oeffentlich/AI/IC/Publikationen/Jahrbuch/Statistisches_20Jahrbuch2007,property=file.pdf) [29.05.2008].
- VOGT, M. (2004): Arbeitsbedingungen im Hotel- und Gastgewerbe – Eine Branche im Wandel?. Wien: Kammer für Arbeiter und Angestellte.

## Anhang

### Fragebogen der Selbstständigenbefragung

**Im ersten Abschnitt dieses Fragebogens möchten wir gerne mehr zu Ihrer Situation als Selbständige/r und Ihrem persönlichen Bezug zum Thema Gesundheit erfahren.**

**1. Wie wichtig ist Ihre Gesundheit für den Erfolg Ihres Unternehmens?**

*(Bitte kreuzen Sie an)*

- sehr wichtig       wichtig       kaum wichtig       unwichtig

**2. Empfinden Sie die folgenden Aspekte Ihrer Arbeit manchmal als belastend?**

*(Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile an)*

	ja	nein
Verantwortung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzielle Situation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auftragslage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existenzielle Absicherung (Erkrankung, Alter...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitszeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitdruck, Arbeitsdichte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einarbeitung in neue Techniken und Produkte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgang mit Kunden und Lieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgang mit Mitarbeitern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vereinbarkeit Freizeit/Familie und Beruf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**3. Hatten Sie schon arbeitsbedingt Beschwerden...**

	ja	nein
durch das Bewegen schwerer Lasten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
durch langes Stehen oder einseitige Körperhaltung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
durch Zugluft/Raumtemperatur/Feuchte?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
durch Lärm?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
durch Beanspruchung der Haut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
durch Verletzungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
durch soziale Konflikte am Arbeitsplatz?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
durch sonstiges: _____		

**4. Was tun Sie für Ihre Gesundheit?**

	eher ja	eher nein
Ich habe einen gesundheitsförderlichen Arbeitsplatz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mein Arbeitsplatz ist gegen Unfälle gesichert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich entlaste mich ausreichend durch Aufgabenverteilung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Ich habe ein gutes Zeitmanagement.
- Ich nehme mir genug Zeit zur Stressbewältigung und Erholung.
- Mir gelingt die Balance zwischen Arbeit und Privatleben.
- Ich bewege mich ausreichend.
- Ich ernähre mich gesund.

Sonstiges, das Sie für Ihre Gesundheit tun (*bitte nennen*):

---

Zu welchen Gesundheitsthemen wünschen Sie sich mehr Anregung? (*bitte nennen*)

---

**5. Können Sie mit dem Begriff „Betriebliche Gesundheitsförderung“ etwas anfangen?**  
(*Bitte kreuzen Sie an*)

ja  nein

**6. Für wie wichtig halten Sie Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung für Ihr eigenes Wohlbefinden?**

(*Bitte kreuzen Sie an*)

sehr wichtig  wichtig  kaum wichtig  unwichtig

**7. An wen würden Sie sich bei Fragen zur Gesundheit in der Arbeit wenden?**

(*Zutreffendes bitte ankreuzen, Mehrfachnennungen möglich.*)

- |                              |                          |   |                          |
|------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| Freunde, Bekannte            | <input type="checkbox"/> | Betriebs-/ Unternehmensberatungen                 | <input type="checkbox"/> |
| Andere Unternehmer           | <input type="checkbox"/> | Berufsgenossenschaft                              | <input type="checkbox"/> |
| Branchen-/ Fachverbände      | <input type="checkbox"/> | Krankenkasse                                      | <input type="checkbox"/> |
| Industrie- und Handelskammer | <input type="checkbox"/> | Betriebsarzt oder Fachkraft für Arbeitssicherheit | <input type="checkbox"/> |
| Handwerkskammer, Innung      | <input type="checkbox"/> | Gewerbeaufsichtsamt/Arbeitsschutzbehörde          | <input type="checkbox"/> |

Sonstiges: \_\_\_\_\_

**8. Von wem erwarten Sie mehr Unterstützung im Arbeits- und Gesundheitsschutz oder in der betrieblichen Gesundheitsförderung?**

(*Zutreffendes bitte ankreuzen, Mehrfachnennungen möglich.*)

- |                               |                          |   |                          |
|-------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| Branchen-/ Fachverbände       | <input type="checkbox"/> | Betriebs-/ Unternehmensberatungen                 | <input type="checkbox"/> |
| Industrie- und Handelskammer  | <input type="checkbox"/> | Berufsgenossenschaft                              | <input type="checkbox"/> |
| Handwerkskammer, Innung       | <input type="checkbox"/> | Krankenkasse                                      | <input type="checkbox"/> |
| Andere Unternehmer            | <input type="checkbox"/> | Betriebsarzt oder Fachkraft für Arbeitssicherheit | <input type="checkbox"/> |
| Öffentliches Gesundheitswesen | <input type="checkbox"/> | Gewerbeaufsichtsamt/Arbeitsschutzbehörde          | <input type="checkbox"/> |
| Integrationsämter             | <input type="checkbox"/> | Suchtberatungsstellen                             | <input type="checkbox"/> |
| Gar keinem                    | <input type="checkbox"/> | Sonstiges: _____                                  |                          |

**Im zweiten Abschnitt möchten wir mehr über Ihr Interesse an Fachthemen erfahren und welche Angebote zur Information, Fort- und Weiterbildungen, Beratung und Erfahrungsaustausch Sie nutzen.**

**9. Wie sehr interessieren Sie sich für diese Themen?**

*(bitte kreuzen Sie in jeder Zeile an)*

	Sehr	Etwas	Kaum	gar nicht
Arbeitsorganisation (Arbeitszeit, -aufteilung, -abläufe...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzierung, Investitionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing, Vertrieb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgang mit individuellen Risiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Absicherung im Alter, bei Erkrankung...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rechts- und Versicherungsfragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personalwesen (Mitarbeiterführung, Personalentwicklung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stressmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesundheit und Sicherheit bei der Arbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitsplatzgestaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualitätsmanagement (Produkt- und Prozess-Standards)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neue Techniken, Verfahren und Produkte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konfliktmanagement (Umgang mit Kunden, Mitarbeitern...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesprächsführung, Rhetorik und Präsentation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innovations- und Kreativitätstechniken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

sonstige Themen *(bitte nennen)*: \_\_\_\_\_

**10. Woher bekommen Sie bisher Informationen und Unterstützung zu den oben genannten Themen?**

- Ich habe **nie** Angebote zu den oben angegebenen Themen genutzt. *Bitte weiter zu Frage 11* ➔
- Ich habe zu den oben angegebenen Themen Angebote genutzt. Die Anbieter waren:  
*(bitte ankreuzen, Mehrfachnennungen sind möglich)*

Industrie- und Handelskammer	<input type="checkbox"/>	Branchen-/Fachverbände	<input type="checkbox"/>
Handwerkskammer, Innung	<input type="checkbox"/>	Krankenkasse	<input type="checkbox"/>
Betriebs-/Unternehmensberatung	<input type="checkbox"/>	Berufsgenossenschaft	<input type="checkbox"/>
Steuerberater	<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____	

**11. Wie informieren Sie sich bevorzugt zu Fachthemen? (Mehrfachnennungen sind möglich)**

- |                                     |                          |                                     |                          |
|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Persönliche Beratung                | <input type="checkbox"/> | Internet-Seiten                     | <input type="checkbox"/> |
| Fernsehen                           | <input type="checkbox"/> | Email-Newsletter                    | <input type="checkbox"/> |
| Tageszeitungen                      | <input type="checkbox"/> | Online Foren                        | <input type="checkbox"/> |
| Fachzeitschrift der eigenen Branche | <input type="checkbox"/> | Seminare, Kurse                     | <input type="checkbox"/> |
| Mitgliedszeitungen (IHK, DEHOGA)    | <input type="checkbox"/> | Messen, Aktionstage                 | <input type="checkbox"/> |
| Fachbücher                          | <input type="checkbox"/> | Stammtisch, Netzwerk, Arbeitskreise | <input type="checkbox"/> |
| Kurze Faktenblätter, Checklisten    | <input type="checkbox"/> |                                     |                          |
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

---

**Die folgenden Fragen beziehen sich auf Ihr Verhältnis zu Kammern und Verbänden.**

---

**Dazu vorab zwei Fragen zu Ihrer Mitgliedschaft:**

**12. In welcher Kammer sind Sie Mitglied?**

- Industrie- und Handelskammer (IHK)
- Handwerkskammer (HWK)
- Kreishandwerkerschaft
- Innung
- Berufskammer für freie Berufe
- Sonstige Kammern: \_\_\_\_\_

**13. In welchen Verbänden sind Sie Mitglied?**

**Bitte nennen Sie auch den Grund für Ihre Mitgliedschaft.**

- RKW-Landesverband, weil \_\_\_\_\_
- Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), weil \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- Verband des deutschen Einzelhandels (HDE), weil \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- Informelle berufliche Zusammenschlüsse (wie Unternehmer/Selbständigen-Netzwerke o.ä.)  
(*bitte nennen*): \_\_\_\_\_  
weil \_\_\_\_\_
- Sonstige Fachverbände (*bitte nennen*): \_\_\_\_\_  
weil \_\_\_\_\_

