

Silke Amann, Ingra Freigang-Bauer

Zielgruppengerechte Ansprache von Kleinunternehmern zum Thema gesundheitliche Prävention

Was wünschen sich die Selbstständigen von den überbetrieblichen Akteuren?

Zusammenfassung

Auf der Grundlage eigener Untersuchungen des RKW Kompetenzzentrums und Studien im deutschsprachigen Raum wird die Einstellung von Selbstständigen zu gesundheitlicher Prävention beleuchtet. In einem weiteren Abschnitt werden branchenübergreifende und -spezifische Ergebnisse über geeignete Zugangswege zu Klein- und Kleinunternehmen dargestellt. Dabei werden insbesondere thematische Anknüpfungspunkte, geeignete Medien und Informationskanäle identifiziert. Schließlich werden exemplarisch die Erwartungen und Einstellungen von Klein- und Kleinunternehmern gegenüber überbetrieblichen Akteuren reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Transferpotenzialen von Kammern und Wirtschaftsverbänden für die Thematik „Gesundheit und Sicherheit bei der Arbeit“.

Schlüsselworte:

Klein- und Kleinunternehmen, Selbstständige, Transfer, Kommunikation, Kammern und Verbände

Abstract:

Based on studies of the RKW Competence Centre and other studies of the German speaking area the attitude of entrepreneurs concerning health-related prevention is being examined. In another paragraph trans-branchial as well as specifically branch-related results on adequate access paths to small and smallest enterprises are being presented. With it, thematic links, suitable media and information channels are identified. Last but not least, the expectations and attitudes of entrepreneurs of small and smallest businesses towards extra-corporate are reflected. Specific focus is put upon the potentials of transfer that chambers and trade associations may have for the subject "Health and Safety at Work".

Keywords:

Small and smallest enterprises, entrepreneurs, transfer, communication, chambers and associations

Ein-Personen- und Kleinunternehmer werden von den Akteuren der Gesundheitsförderung und Prävention zum Thema persönliche Gesundheit bisher kaum erreicht. Dabei ist die Gesundheit und Leistungsfähigkeit des Unternehmers in kleinen oder Einpersonenbetrieben in aller Regel eine wesentliche Voraussetzung für den Erhalt des Betriebes. Zusätzlich hängt es gerade in kleinen Unternehmen maßgeblich von der Einstellung und dem Verhalten des Betriebsinhabers ab, wie die Arbeitsbedingungen gestaltet werden und wie mit Gefahren und Belastungen am Arbeitsplatz umgegangen wird (vgl. *Breucker/Sochert 2001; Scharinger/Gabriel 2000; Strohotte/Ziegenfuß 1997*).

Für Deutschland liegen jedoch kaum Befragungen von Klein- und Kleinunternehmen vor, anhand derer Rückschlüsse auf eine effiziente Transferstrategie zum Thema Gesundheit gezogen werden könnten. Die wenigen veröffentlichten Befragungsergebnisse zu dieser Thematik ermöglichen in der Regel keine differenzierten Aussagen über die Gruppe der Klein- und Kleinunternehmen. Studien belegen jedoch, dass selbst in der Gruppe „kleine und mittlere Unternehmen“ zwischen den unterschiedlichen Betriebsgrößen wie auch Branchen deutliche Unterschiede vorherrschen: Divergenzen zeigen sich beispielsweise in den Einstellungen und Bedürfnissen der Mitarbeiter und Führungskräfte wie auch dem Umsetzungsstand gesundheitsbezogener Maßnahmen (vgl. *Hollederer 2007; Kreyer/Schwarzer 2006; Gröben/Ulmer 2004; Meyer o.J.*).

Angesichts des geringen Umsetzungsstands gesundheitlicher Prävention in Klein- und Kleinunternehmen (vgl. *Hollederer 2007; Gröben/Ulmer 2004; Ahlers/Brussig 2004; Hemmer 2000; Meyer o.J.*) sowie der begrenzten Ressourcen der überbetrieblichen Akteure im Arbeits- und Gesundheitsschutz untersucht das Projekt PräTrans¹, auf welche Weise auch Verbände und Kammern zur Stärkung gesundheitlicher Prävention in Solo- und Kleinunternehmen beitragen können. Zu Beginn bilanzierte das Projekt anhand von Sekundärliteratur und eigenen Erhebungen unter anderem die Einstellungen und Erwartungen von Unternehmern in KKV.

Einstellungen von Unternehmern gegenüber gesundheitlicher Prävention

Aktuelle Befragungsergebnisse von Klein- und Kleinunternehmern belegen, dass ein Großteil der Unternehmer in Kleinbetrieben kaum Handlungsbedarf für mehr Arbeits- und Gesundheitsschutz sieht: So fühlen sich die meisten Selbstständigen aus KKV (d. h. mit weniger als 50 Beschäftigten) nach Befragungen durch PräTrans sowie einer Studie von *Hübner und Gröben (2007)* ausreichend über gesetzliche Grundlagen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes (AGS) informiert und halten ihren Arbeitsplatz für ausreichend gegen Unfälle gesichert (vgl. *Brückner et al. 2009; Amann 2008*).

Die Mehrheit der Selbstständigen in KKV ist sich allerdings der Wichtigkeit ihrer eigenen Gesundheit bewusst:

¹ PräTrans steht für „Transferpotenziale der Kammern und Fachverbände für gesundheitliche Prävention in Klein- und Ein-Personen-Unternehmen“. Dieses durch das RKW Kompetenzzentrum und die Sozialforschungsstelle Dortmund bearbeitete Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert.

In den PräTrans-Befragungen von 190 Selbstständigen aus den Branchen Friseurhandwerk, Einzelhandel und Gastgewerbe äußern die Unternehmer durchweg die Ansicht, dass die eigene Gesundheit auch wesentlich für den Erfolg des eigenen Unternehmens ist. Zudem ist nach Befragungen von Hemmer (2000) und österreichischen Befragungen von Kreyer und Schwarzer (2006) die Skepsis gegenüber der Nützlichkeit von AGS und Betrieblicher Gesundheitsförderung (BGF) in Kleinunternehmen eher gering. Der geringe Umsetzungsstand der gesundheitlichen Prävention in Kleinunternehmen ist demnach vermutlich weniger auf eine generell negative Einstellung oder Nutzenerwartung der betrieblichen Verantwortlichen zurück zu führen. Gründe scheinen vielmehr darin zu liegen, dass sie durch Maßnahmen der gesundheitlichen Prävention Störungen im Arbeitsablauf, zeitlichen Mehraufwand sowie hohe Kosten befürchten (vgl. Kreyer/Schwarzer 2006; Meyer o.J.).

Probleme und Interessen der Unternehmer als thematische Anknüpfungspunkte

Um bei derartigen Hemmnissen Betriebe dennoch mit Inhalten der gesundheitlichen Prävention zu erreichen, können besonders Themen dienen, die bei den Selbstständigen bereits einen persönlichen Leidensdruck hervorgehoben haben. So äußern bei PräTrans in allen drei Branchen jeweils über 60% der Selbstständigen, dass sie selbst bereits Beschwerden durch langes Stehen und einseitige Körperhaltung hatten. Zudem ist es sinnvoll, auch generelle Belastungen aus Sicht der Unternehmer zu identifizieren. Den Befragungen zufolge fühlen sich diese besonders durch die finanzielle Situation, die existenzielle Absicherung (im Alter, bei Krankheit etc.) und die Auftragslage belastet. (für detaillierte Informationen siehe Amann/Kuchenbecker 2009; Freigang-Bauer/Amann 2009).

Ein zentraler Ansatzpunkt kann darin liegen, die vorrangigen betrieblichen Interessen der Unternehmer aufzugreifen und Schnittstellen mit den oben genannten Gesundheitsbeschwerden und Belastungen zu identifizieren. Neben finanziellen und branchenspezifischen Fachthemen (wie „Marketing

und Vertrieb“ und „Neue Techniken und Verfahren“) sind auch Themen des „Konfliktmanagements“ oder der „Arbeitsorganisation“ von mittlerem bis großem Interesse für die Unternehmer. Besonders die letztgenannten Bereiche eignen sich hervorragend, um Gesundheitsthemen pragmatisch zu integrieren. Die Items „Stress-“ und „Zeitmanagement“ erhielten von den Selbstständigen aller drei hier dargestellten Branchen die niedrigsten Interessenswerte, obwohl sich ein hoher Anteil der Selbstständigen durch eine schlechte Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf sowie durch Zeitdruck und Arbeitsdichte belastet fühlt.

Wahl der Informationskanäle

Für die Vermittlung von Themen der Gesundheitsförderung und des Arbeitsschutzes bieten sich nach Unternehmerbefragungen am ehesten Printmedien wie Broschüren und Flyer an (exemplarisch Hübner/Gröben 2008). Oftmals außer Acht gelassen wird, dass das Internet für Kleinst- und Kleinunternehmer in vielen Branchen (noch) eine äußerst selten genutzte Informationsquelle zu Gesundheitsthemen darstellt (vgl. ebenda; Dechmann 2005).

Wie an den oben genannten Interessen sichtbar wird, bietet es sich an, gesundheitliche Prävention stärker als bisher in Themen und damit auch Informationskanäle einzubetten, die von den Unternehmern im Arbeitsalltag regelmäßig wahrgenommen werden. Dafür eignen sich insbesondere branchenbezogene Fachzeitschriften, die von über 60% der befragten Unternehmer zur Information über Fachthemen genutzt werden (vgl. auch Kreyer et al. 2006; Hemmer 2000; Cernavin/Keller 1998). Mit E-Mail-Newslettern können Kleinst- und Kleinunternehmer vieler Branchen (bisher) nicht erreicht werden – hier liegen jedoch deutliche Unterschiede zwischen einzelnen Wirtschaftszweigen vor.

Zu berücksichtigen ist, dass mit der Bevorzugung bestimmter Informationskanäle durch die Unternehmer noch keine Aussage zur Effektivität der Ansprache getroffen werden kann. So ist davon auszugehen, dass Printmedien, die von den Befragten teilweise noch vor der persönli-

chen Beratung (Hübner/Gröben 2008; PräTrans) oder etwa gleichwertig gewünscht werden (Hemmer 2000), weniger Überzeugungskraft ausüben als ein persönliches Gespräch (vgl. Merzen 1994; Donsbach 1991, zit. n. Baumann/Möhring 2005: 101).

Akteure mit Branchen- und Regionsbezug

Für eine zielgruppengerechte Ansprache von KKV können regionale Ansätze von hoher Bedeutung sein: So sind die Selbstständigen der PräTrans-Befragung beispielsweise bereit, im Durchschnitt maximal 50 km vom Wohnort zu reisen, um an Veranstaltungen teilzunehmen. Regelmäßig auf regionaler Ebene agierende Multiplikatoren haben zudem das Potenzial, durch ihr Verständnis für die Zielgruppe vor Ort wesentlich zu einem erfolgreichen Transfer von Themen der gesundheitlichen Prävention beizutragen. So werden Branchen- und Fachverbände von ihren Mitgliedern relativ häufig (im Gastgewerbe von 37% und im Friseurhandwerk von 39%) als Ansprechpartner für Fragen zur Gesundheit in der Arbeit gesehen. Der Wunsch, dass sich die Verbände stärker für Gesundheitsthemen öffnen, ist dementsprechend hoch. Es zeichnet sich anhand weiterer qualitativer und quantitativer Interviews im Rahmen von PräTrans ab, dass auch die Berufskammern eine hohe Nutzung und Akzeptanz durch ihre Mitglieder erfahren.

Die bewährten Ansprechpartner zur gesundheitlichen Prävention sollten daher nicht nur ermutigt werden, stärker gegenseitig auf ihre Kompetenzen hinzuweisen und ihre Informationen zu vernetzen (vgl. Abendroth et al. 2007; Arbeitskreis „Prävention in der Arbeitswelt“ der Spitzenverbände von Unfall- und Krankenversicherung 2004), sondern auch eher themenfremde Akteure, wie Kammern und Verbände, einzubeziehen.

Praxisbeispiele: Entwicklungspartnerschaften mit Kammern und Verbänden

Nach umfangreichen quantitativen und qualitativen Erhebungen zum Transferpotenzial von Kammern und Verbänden (z. B. Experteninterviews, Beraterbe-

fragungen) werden in PräTrans nun gemeinsam mit diesen Akteuren Konzepte entwickelt und erprobt, um gesundheitliche Prävention in Kammern und Verbänden nachhaltig zu verankern. Die eingangs beschriebenen Wünsche und Ansichten der Selbstständigen stellen dabei nur einen Anhaltspunkt für die Optimierung des Transfers dar. Gleichzeitig wird auch versucht, die Unternehmer auf Problemfelder und Chancen aufmerksam zu machen, für die (bisher) bei ihnen kaum Handlungsmotivation oder Sensibilisierung besteht.

In diesem Kontext wurden bereits mehrere Initiativen gestartet, wie die Entwicklungspartnerschaft „Exzellenz im Friseurhandwerk“ mit dem Landesinnungsverband des hessischen Friseurhandwerks sowie die Initiative „Professionelles Gastgewerbe“, die im Hotel- und Gaststättenverband angesiedelt ist. Bei diesen zwei Beispielen wird unter Einbindung von weiteren Partnern wie Krankenkassen, Berufsgenossenschaften, Beschäftigungsförderung und Unternehmern kleinräumig gearbeitet, um den regionalen Besonderheiten gerecht zu werden. Die Aktivitäten und Ergebnisse werden auch der Landes- und Bundesebene der Verbände vermittelt; so wird der Transfer der Erkenntnisse in die Breite unterstützt.

Die Entwicklungspartnerschaften nutzen verschiedene Methoden, um Informationen und Angebote zur gesundheitlichen Prävention ihren Zielgruppen, den Mitarbeitern der Kammern und Verbände sowie den Unternehmern, näher zu bringen:

- Die entwickelten Angebote greifen die vorrangigen Interessen der Selbstständigen auf. So wird beispielsweise im Friseurhandwerk unter anderem die Konfliktvermeidung und -bewältigung thematisiert. Hierbei können auch Methoden des Stressmanagements einfließen, ohne dieses von den Unternehmern eher unerwünschte Thema zu sehr in den Vordergrund zu stellen.

- In den Entwicklungspartnerschaften werden Informationen nur zum Teil in Gesundheitsmedien, jedoch immer auch in den branchenbezogenen Fachzeitschriften platziert. Zusätzlich gewinnen insbesondere Branchenverbände auf der regionalen Ebene über ihre persönlichen Mitgliederkontakte „problematische“ Betriebe für Veranstaltungen mit Gesundheitsbezug.
- Parallel dazu wird den Mitarbeitern in den Kammern und Verbänden aufbereitetes Fachwissen zur gesundheitlichen Prävention bereitgestellt und über Gespräche die Relevanz von gesundheitlicher Prävention sowie thematische Anknüpfungspunkte in ihrer Arbeit für die Mitglieder aufgezeigt.

Ausführlichere Informationen zu diesen und weiteren Entwicklungspartnerschaften mit Wirtschafts- und Berufskammern sowie Branchenverbänden können der Projekt-Webseite von PräTrans www.gesundheit-unternehmen.de entnommen werden.

Die Rolle von Kammern und Verbänden im Rahmen der Gemeinsamen Deutschen Arbeitsschutzstrategie

Die dargestellten Beispiele verdeutlichen, dass Kammern und Verbände innerhalb der Gemeinsamen Deutschen Arbeitsschutzstrategie (GDA) eine wichtige und weiterführende Rolle spielen können. Anders als in der GDA stehen in den Entwicklungspartnerschaften jedoch die Kammern und Verbände als zentrale Akteure im Mittelpunkt, die die Ausrichtung ihrer Themen, Aktionen und Dienstleistungen selbst bestimmen.

Es ist davon abzuraten, Kammern und Verbände als bloßes „Sprachrohr“ zur Weiterleitung von GDA-Informationen zu nutzen. Gerade Verbände, die darauf bedacht sein müssen, Mitglieder zu halten und/oder neue zu gewinnen, werden die Thematik „Gesundheit und Sicherheit“ nur aufgreifen, wenn dabei ein Nutzen für sie als Verband

und ihre Mitglieder klar erkennbar ist. Den Kammern und Verbänden sollte auch eine andere Rolle als den Unfallversicherungsträgern oder Krankenkassen zukommen, die in der Regel meist (noch) über klassische Handlungsfelder und Maßnahmen an die Betriebe herantreten (z. B. Gefährdungsbeurteilung, Maßnahmen der BGF wie Rückenschulen etc.). Nachhaltiger erscheint es, Kammern und Verbände zu sensibilisieren und zu befähigen, in ihre Angebote Aspekte eines erweiterten Gesundheitsbegriffes zu integrieren. Diese Angebote sollten stark an ihrer bisherigen Rolle sowie den Erwartungen und Interessen der Mitglieder an den Verband/die Kammer orientiert sein. Zugleich können die GDA-Träger bei der Ausgestaltung ihrer Aktionen und Dienstleistungen gut vom Know-how der Kammern und Verbände profitieren. Ein intensiver und ergebnisoffener Austausch könnte beiden Seiten nutzen.

Literatur bei dem Verlag und der Verfasserin

Anschrift der Verfasserinnen:

Silke Amann
Projektleiterin im Themenfeld Arbeitsgestaltung
RKW Kompetenzzentrum
Düsseldorfer Straße 40, 65760 Eschborn
Telefon: 06196 495-3219
E-Mail: amann@rkw.de
Internet: www.rkw.de

Ingra Freigang-Bauer
Telefon: 06196 495-3205
E-Mail: freigang@rkw.de