



BGF in Klein- und Mittelbetrieben

16. Informationstag zur Betrieblichen Gesundheitsförderung

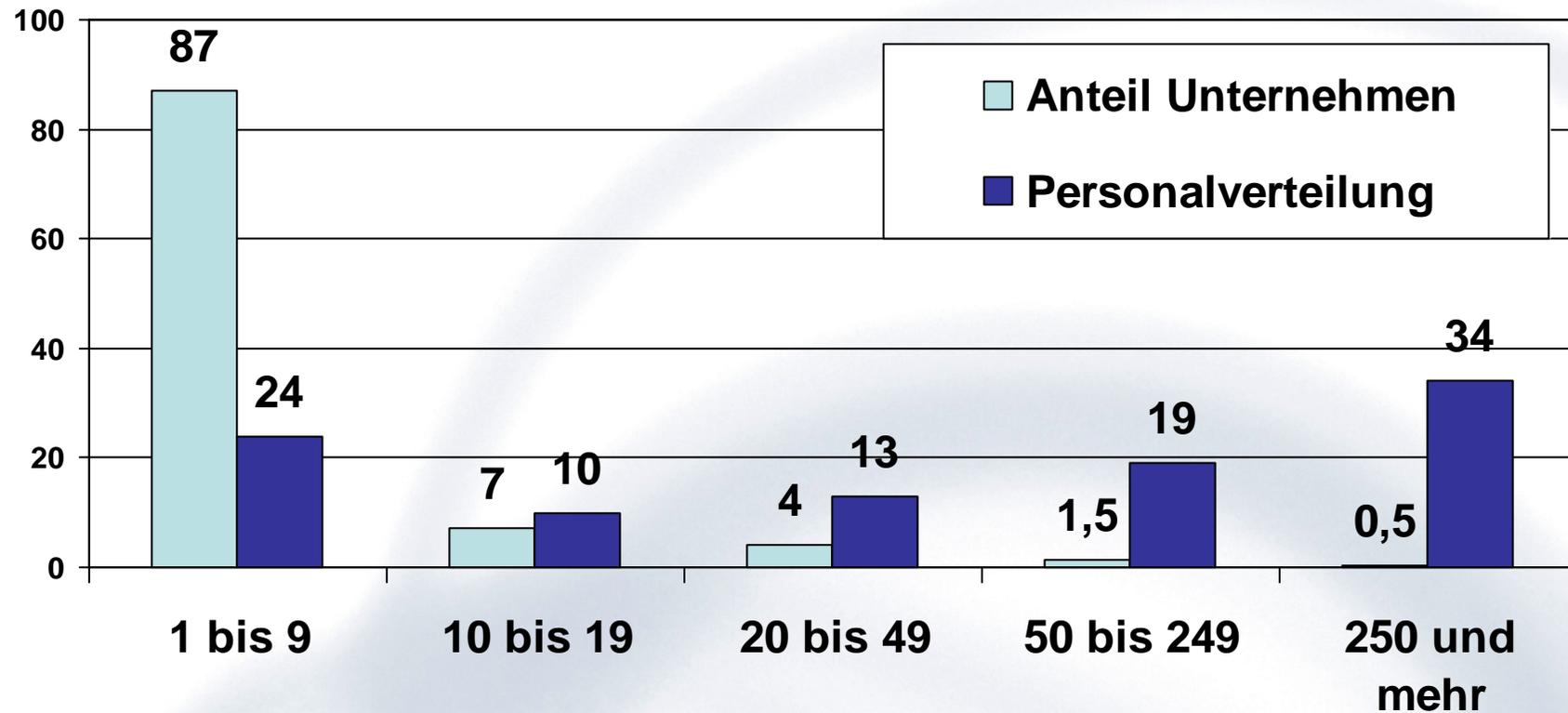
„Gesund, klein und erfolgreich“

**6. Oktober 2011, Innsbruck
Dr. Christian Scharinger, MSc**

Themen

- Fakten und Trends
- Kultur für Gesundheit
- Modell für KMU's
- Zentrale Schritte

Betriebsstrukturen und Beschäftigtengrößenklassen in Österreich, ÖSTAT 2008



Gesundheitsquelle KMU

„small ist beautiful - small is healthy“



Beschäftigte in kleinen Unternehmen sehen ihre Arbeit besonders positiv

Iga Report 2010:

„Insbesondere in Unternehmen unter zehn Beschäftigten sind die positiven Sichtweisen im Vergleich zu Unternehmen mit über 250 Beschäftigten besonders ausgeprägt. „

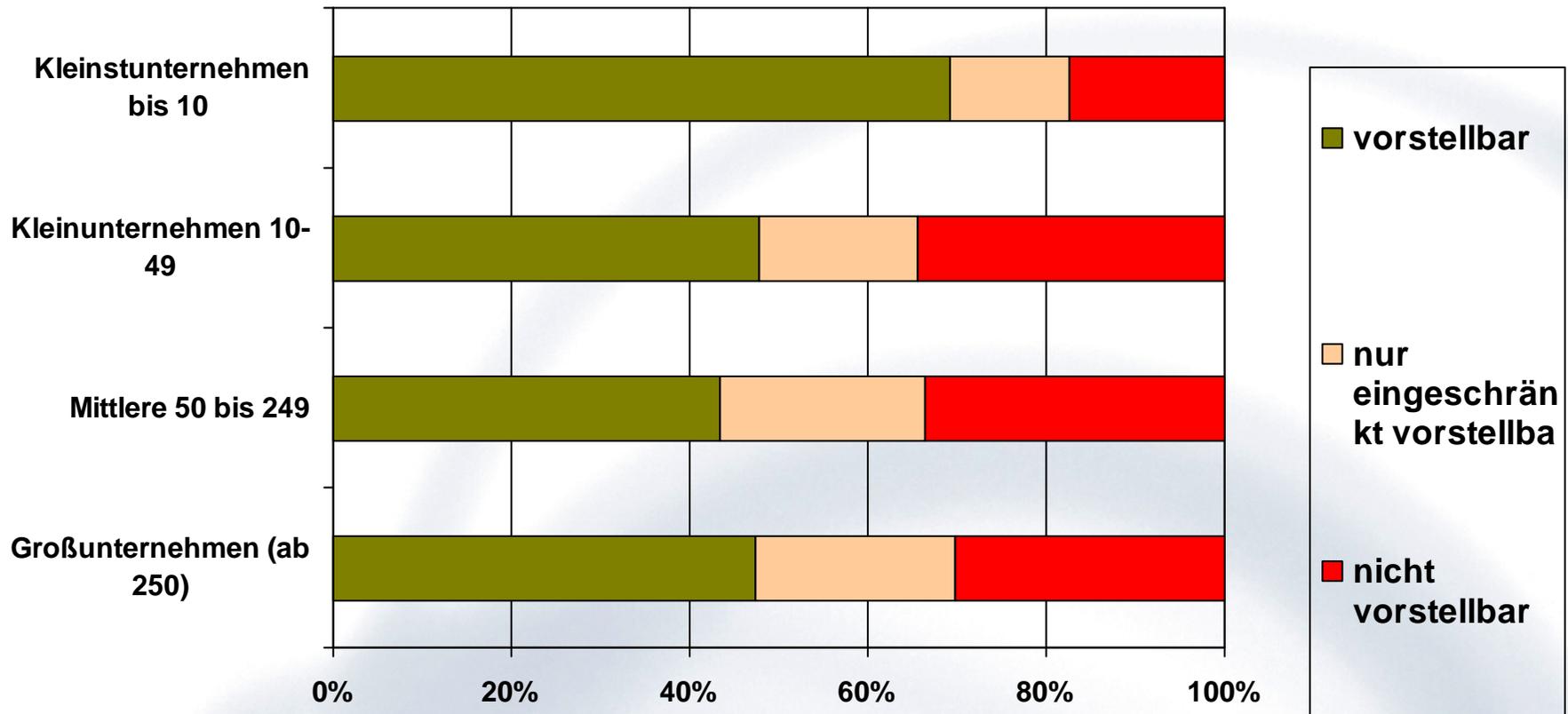
In Kleinstunternehmen (unter 10 MitarbeiterInnen) :

- meinen doppelt so viele männliche Mitarbeiter (33%), dass die Arbeit sie fit hält, gegenüber 16 Prozent in der Größenkategorie mit über 250 Beschäftigten,
- schöpfen 35 Prozent der befragten Männer besondere Anerkennung aus ihrer Arbeit gegenüber 19 Prozent der Männer in Großunternehmen,
- sind Beschäftigte häufiger der Auffassung, dass ihre Arbeit vielseitig und abwechslungsreich ist

Gesundheitsquellen von KMU's

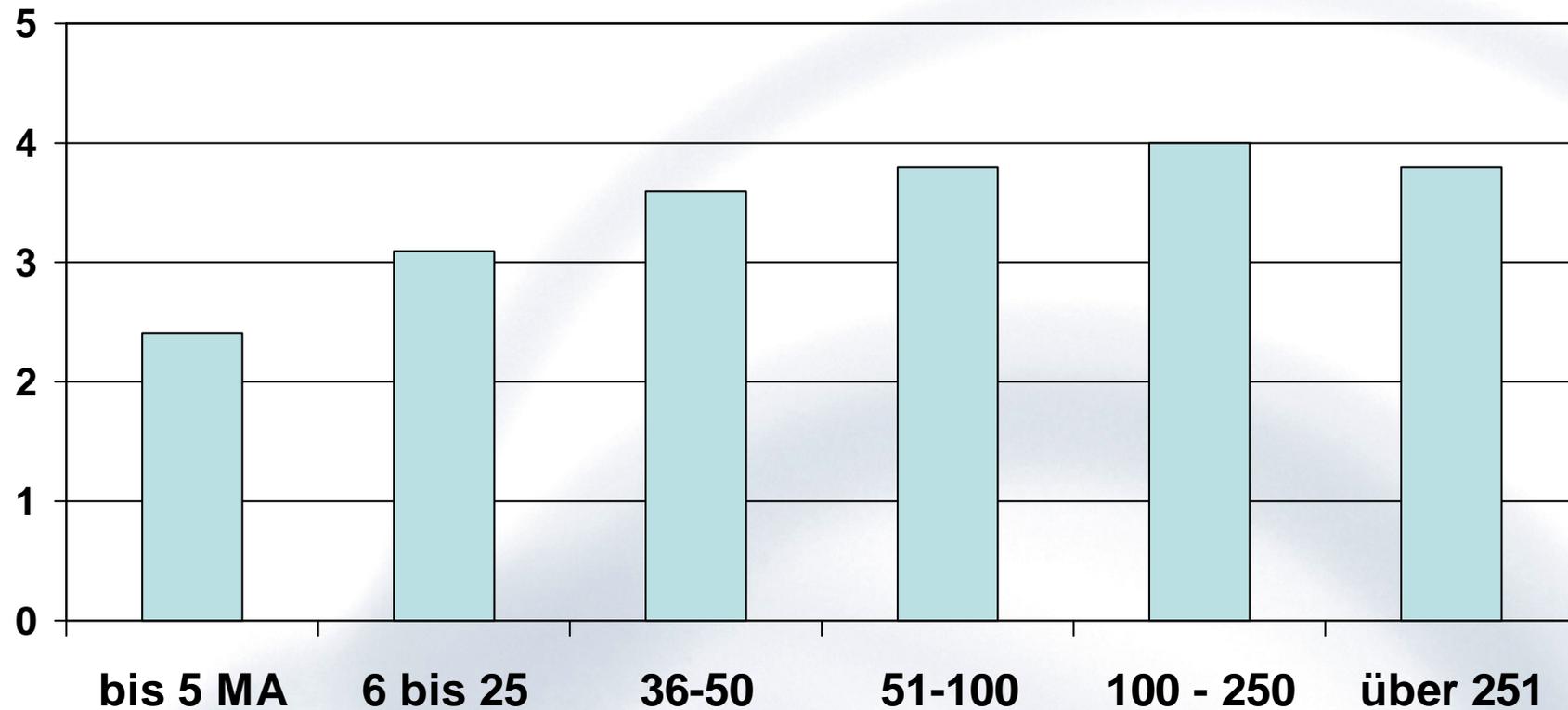
- Anerkennung / Wertschätzung höher
- abwechslungsreichere Tätigkeit
- Verbindung zum Arbeitgeber höher
- langfristige Arbeitsfähigkeitsperspektive

werde die gleiche Tätigkeit bis zum 65. Lebensjahr ausüben können



Einschätzungen nach Betriebsgrößen, iga Report 2010

Krankenstandsquote nach Betriebsgrößenklassen in Österreich, WIFO 2010



Demographie

Generationenvielfalt und Gesundheit



Das Hauptszenario der Erwerbsprognose geht von einer noch weiter **steigenden Zahl an Erwerbspersonen** aus.

Im Jahr **2018** wird ein Maximum von 4,2 Mio. Erwerbspersonen erreicht werden (2009: 4,084 Mio.).

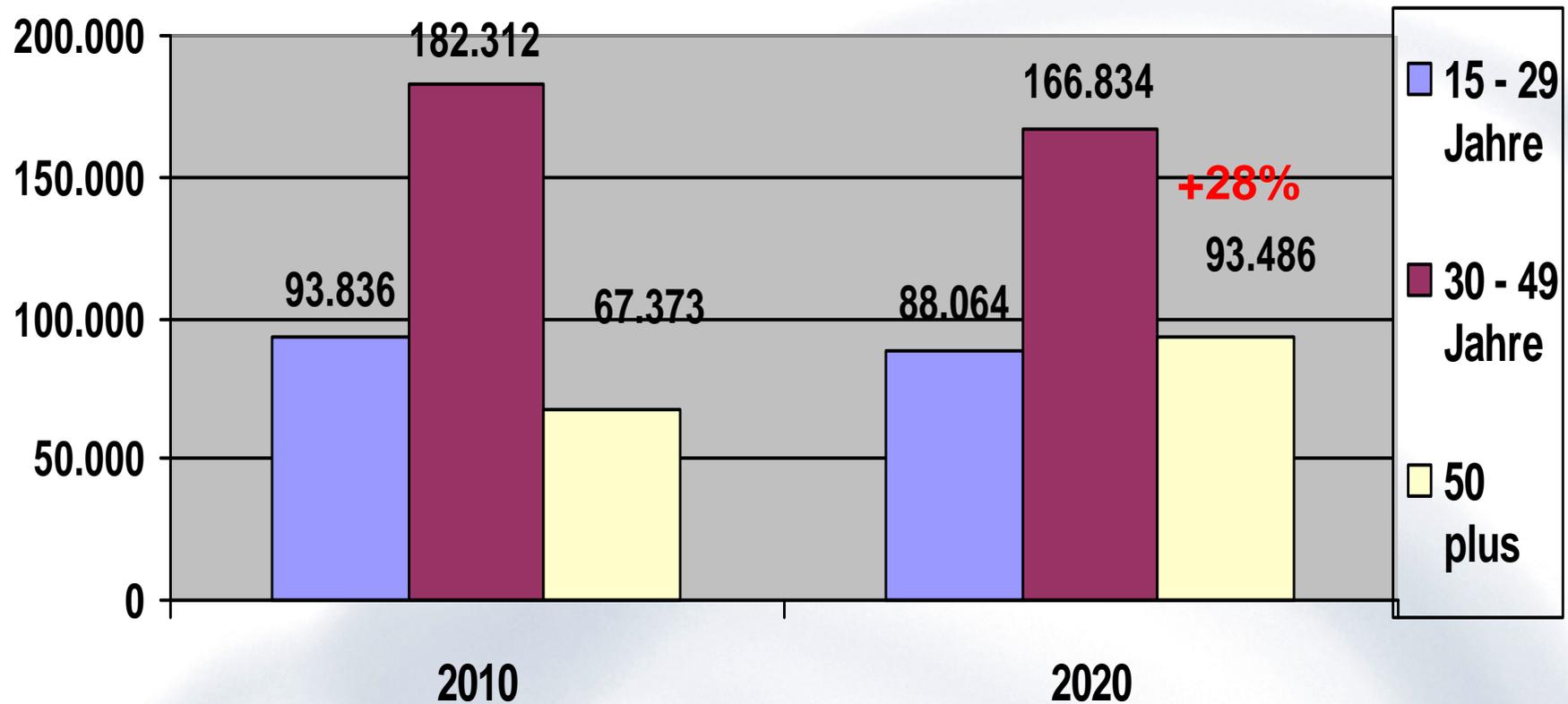
Danach sinkt demographisch bedingt die Erwerbspersonenzahl leicht ab.

Hinter dem mäßigen Wachstum des Arbeitskräfteangebots verbirgt sich allerdings ein deutlicher **Wandel in der Altersstruktur** der Erwerbspersonen.

Durch das Nachrücken der „**Baby-Boom-Generation**“ ins **höhere Erwerbsalter** sowie insbesondere durch die Annahme zukünftig steigender Erwerbsquoten **jenseits des 50. Lebensjahres**, wird die Zahl der älteren Erwerbspersonen deutlich zunehmen.

Bereits 2015 sollte die Zahl der Erwerbspersonen im **Alter von 50 und mehr Jahren die Millionen-Grenze** übersteigen (2009: 811.000)

Erwerbspersonen nach Alter, Geschlecht im Bundesland Tirol 2010 bis 2020 – Daten der Statistik Austria vom Juni 2010



Der Arbeitsmarkt der Zukunft ist ein Markt der Generationenvielfalt.

In den nächsten Jahren werden so viele unterschiedliche Generationen wie noch nie auf dem Arbeitsmarkt tätig sein:

- ❖ Nachkriegsgeneration (bis 1955 geboren).
- ❖ Baby Boomer Generation (bis 1965 geboren).
- ❖ Generation Golf (bis 1975 geboren).
- ❖ Generation Internet (bis 1985 geboren).
- ❖ Generation Game (bis 1995 geboren).
- ❖ Generation Multimedia (ab 1995 geboren).

Dabei ist zu berücksichtigen, dass diese Generationen in Bezug auf Gesundheit und Leistungsbereitschaft unterschiedlich „ticken“.

Nachkriegsgeneration / Baby-Boomer

Leistungsorientierung, verbunden
mit Pflicht und Disziplin

Entscheidung für Beruf oder
Familie

Solidarität und Kollegialität im
Team

Starkes Sicherheitsbedürfnis

Gesundheitsbewusstsein erst mit
dem Alter

Generation Internet / Generation Game (Digital Natives)

Leistungsorientierung, verbunden
mit Spaß

Vereinbarkeit von Beruf und
Familie

Team als Zweckgemeinschaft

Sicherheitsbedürfnis, aber:
Sicherheit nicht um jeden Preis

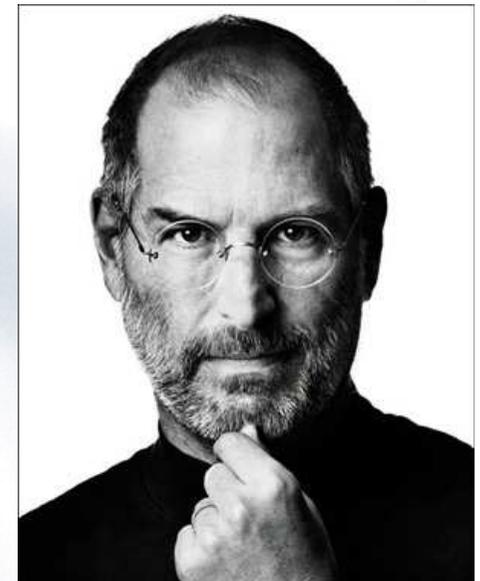
Gesundheitsbewusstsein
(zumindest bei Generationsteilen)



*„Man muss das finden, was man liebt.
Und das ist auch wahr in Bezug auf die Arbeit.
Arbeit wird einen großen Teil des Lebens ausmachen und
der einzige Weg um wirklich erfüllt zu sein, ist das zu tun,
wovon man glaubt es sei eine großartige Arbeit.*

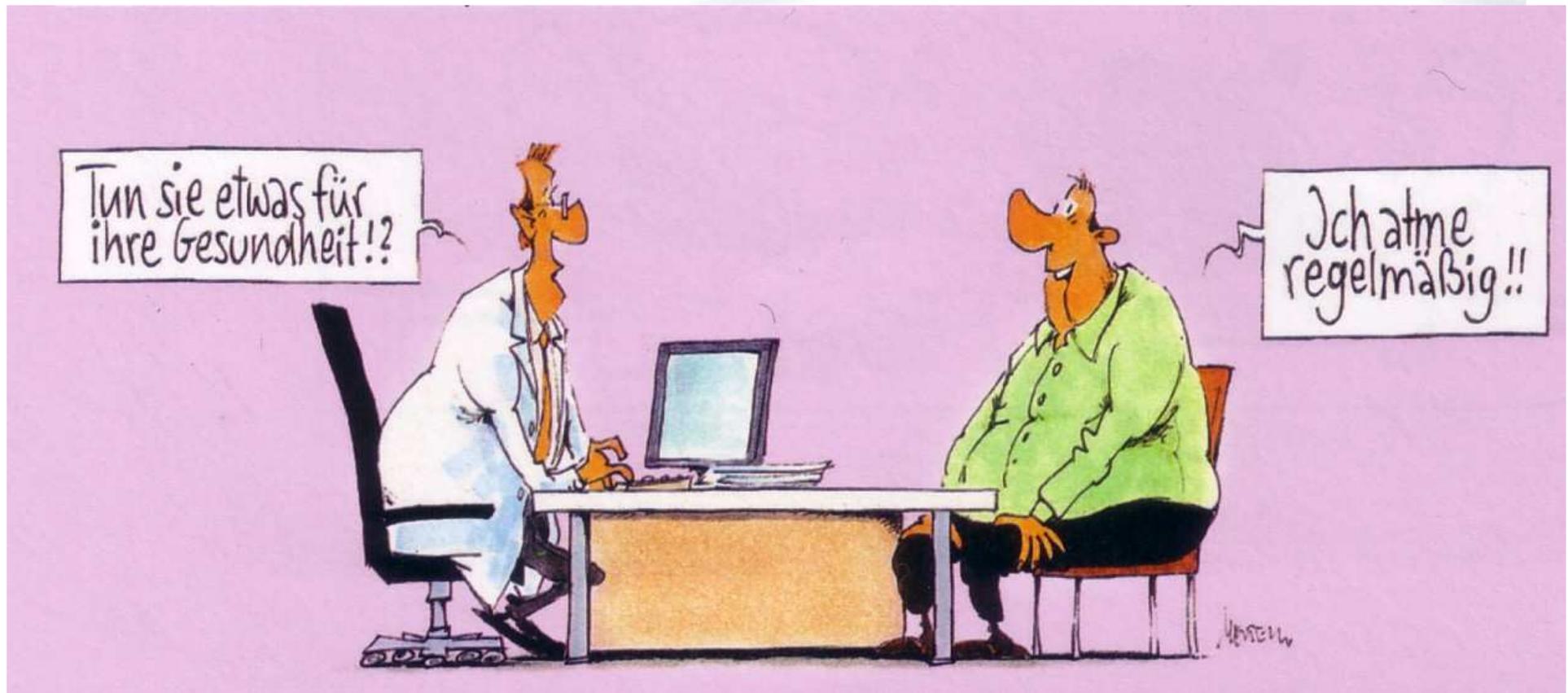
*Wenn du diese Arbeit bis jetzt nicht gefunden hast, dann
suche weiter. Bleibe nicht stehen.
Also schaue dich um, bis du es gefunden hast.
Bleibe nicht stehen.“*

Steve Jobs 1955-2011



KULTUR FÜR GESUNDHEIT

Vorherrschend ist gegenwärtig vielfach noch eine Kultur der Unachtsamkeit und Sorglosigkeit für Gesundheit.

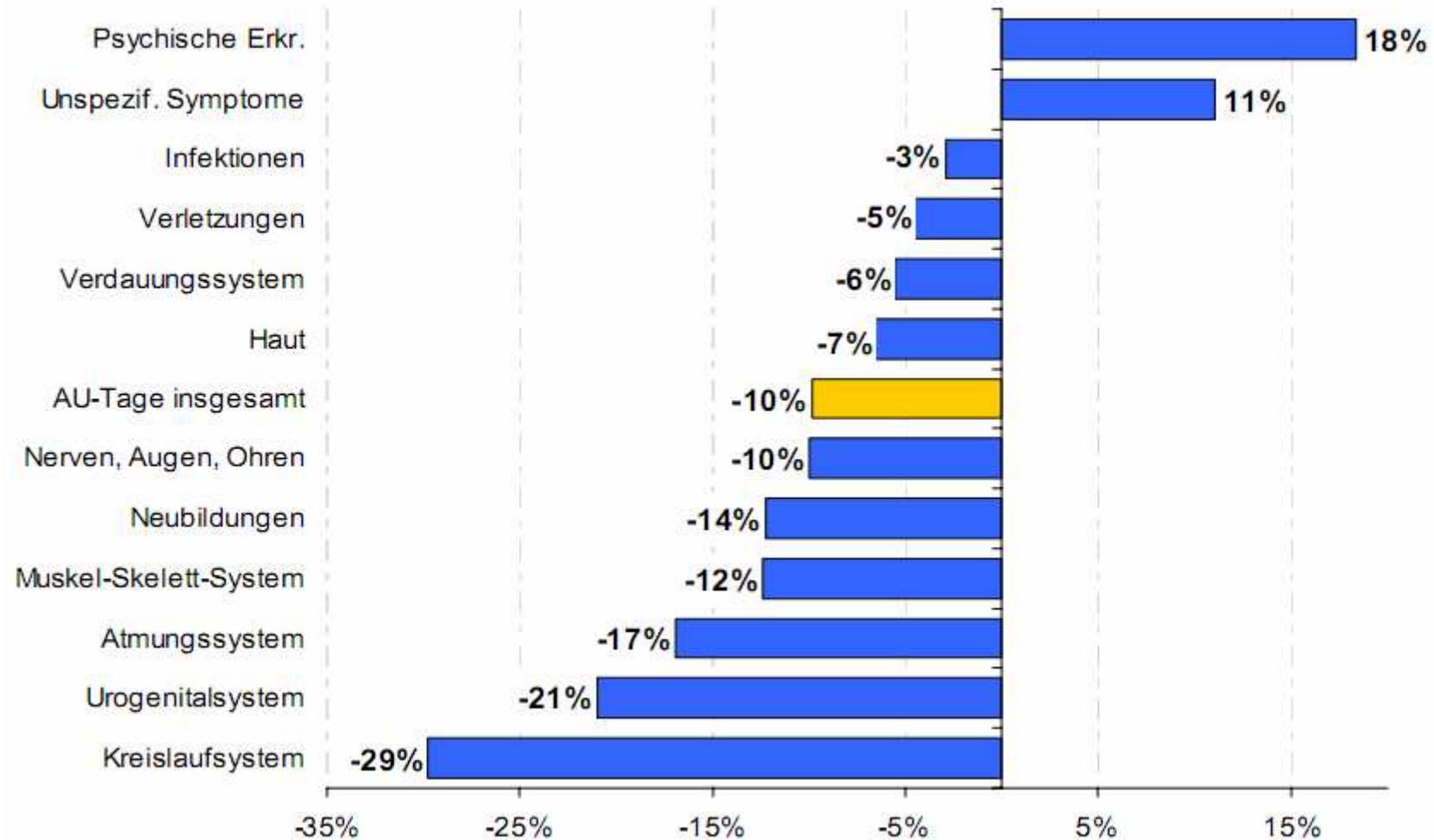


UNACHTSAMKEIT FÜR GESUNDHEIT

Die Kultur der Unachtsamkeit für Gesundheit lässt sich an folgenden Merkmalen erkennen:

- Gesundheit hat für Management keine Bedeutung; Sache „nur“ für Experten (z.B. Arbeitssicherheit)
- seelische Gesundheit ist ein Tabu
- Wer anwesend ist, ist gesund; wer abwesend ist, ist krank
- Mitarbeiter: Gesundheit ist „Privatsache“

Veränderung des Krankheitsspektrums in 2007 im Vergleich zu 2000: Deutlicher Anstieg bei Fehltagen aufgrund von psychischen Erkrankungen



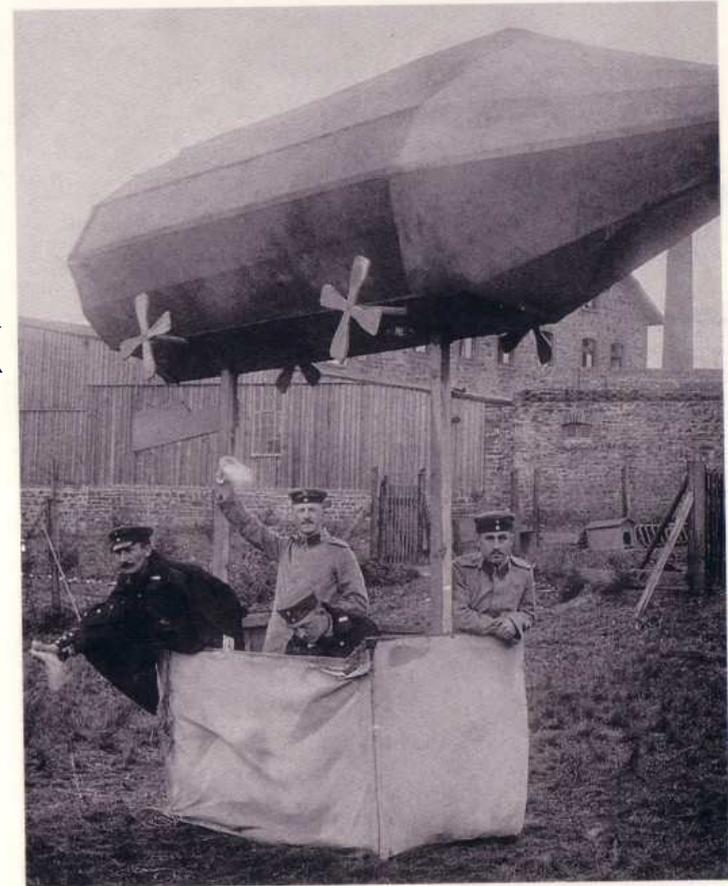
„Mode-Erscheinung“ ?



Modelle

- WEG
- „G´ sund arbeiten im Bezirk Melk“
- KMU vital
- BGF Modell für KMU`s der OÖGKK
-

*Man sollte alles so einfach
wie möglich machen,
aber nicht einfacher.*



Entwicklungsphasen der BGF – ein Rückblick

Pionierphase (1995.....)

erste Modellprojekte /ENWHP 1996
BGF in größeren Unternehmen



Differenzierungs- Phase (2000-2008)

Sparten und Themen /

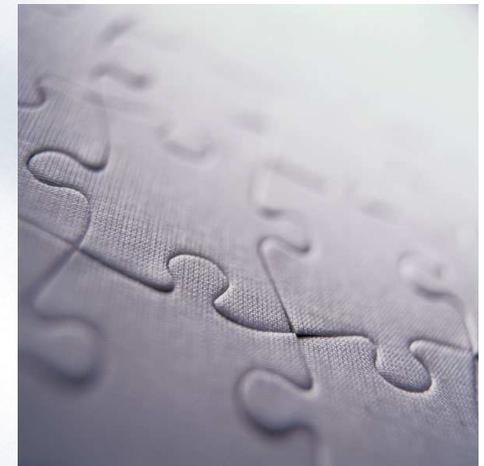
KMU` Schwerpunkt Europäisches Netzwerk 1999-2000

Cardiff Memorandum (1998)

Standardisierungs – Phase (2008 - 2012)

Qualitätsstandards

Gütesiegel – Modelle guter Praxis



Integrations - Phase / Vernetzung

Fläche

Vernetzung von Unternehmen und Settings

Beratung – Entwicklung – Coaching

www.christian-scharinger.at

*Sind KMU's gleichsam Bonsai's
von
Großbetrieben*



Besonderheiten von KMU

- das Ausmaß an Arbeitsteilung und Standardisierung von Arbeitsbedingungen ist geringer
- engerer Kontakt zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern
- mehr Flexibilität vorausgesetzt
- weniger Möglichkeiten, Einrichtungen des Arbeits - und Gesundheitsschutzes zu nutzen
- weniger Zeit und Ressourcen vorhanden, um Wohlbefinden und Gesundheit der Beschäftigten zu fördern
- Fehlzeiten wirken sich noch drastischer aus

Wichtige Elemente

1. Ist Stand analysieren

(Was ist bereits vorhanden, Daten,...)

2. Sensibilisierung (Warum, Ziele,..)

3. Perspektiven von Geschäftsführung und Belegschaft einholen

(Focusgruppen, Workshops, Zirkel,..)

4. Umsetzungsplan erstellen

Verhaltensangebote - Verhältnisaspekte

5. Kommunikation und Informationsschiene

5 zentrale Erfolgsfaktoren

- Qualitative hochwertige Gesundheitsaktivitäten anbieten
- für einen niederschweligen Zugang sorgen
- externe und interne Vernetzungen eingehen
- MitarbeiterInnen bereits in die Entwicklung einbeziehen
- Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation

Kritischer Faktor Erreichbarkeit

- 30% Stammpublikum
- 40 „kritische Flaneure“
- 30% „Gesundheitsförderungs-Resistente“

„MATTHÄUS EFFEKT“

Kritischer Erfolgsfaktor

- **Quick Wins**

Es bedarf eines strukturierten Vorgehens
ABER

für die Aufrechterhaltung der Motivation
bedarf es auch schneller Erfolge

Bewusstseinsbildung

**Vorträge zu wichtigen Themen für MitarbeiterInnen
(und deren Angehörige):**

Den Vorträgen folgen dann Taten: z.B. individuelle Beratungen, Seminare etc.

- Tu es für dein Herz
- Krebs geht uns alle an
- Atmung und Lunge
- Reisemedizin
- Sonne und Haut.
- Männer und Frauen
- Stress
- Das Kreuz mit dem Kreuz
- Ernährung
- Bewegung
- ...



Weitere Quick Wins

- Kochkurs



- ▶ Wer radelt gewinnt!
- ▶ Aktionstag Fahrradservice



- Fahrradaktion



Beratung – Entwicklung – Coaching

Jahresprogramm

z.B. in Kalenderform

ACHTUNG: Nicht zu viele Maßnahmen!

 <p>August</p>	 <p>September</p>	 <p>Oktober</p>	 <p>November</p>	 <p>Dezember</p>
<p>1x/Woche Golfunterricht in allen Filialen Zielgruppe: MA + family</p> <p>18.-22.08 Obstwoche in allen Filialen</p> <p>31.08. Kochworkshop Raum Wien Zielgruppe: MA + family</p>	<p>1x/Woche Golfunterricht in allen Filialen Zielgruppe: MA + family</p> <p>07. 09. Stressmanagement Seminar Filiale Wien Zielgruppe: MA W/L + family</p> <p>08.09. Gesunde Führung Coaching Filiale Wien Zielgruppe: alle FK</p>	<p>12.10. Golf Zone Turnier GC Leopoldsdorf Zielgruppe: alle MA</p> <p>19.10. Mentale Balance Seminar Ort: Loipersdorf Zielgruppe alle MA + family</p> <p>27.-29.10. Kreativmeeting Ort: Murau Zielgruppe: alle FK</p>	<p>10.11. Gesunde Führung Coaching Loipersdorf Zielgruppe: alle FK</p> <p>Mitte 11. Body Balance Shaolin -Qi Gong Workshop Filiale Linz Zielgruppe: alle MA + family</p>	<p>15.-20.12. Teewoche in allen Filialen</p> <div data-bbox="1637 1038 1872 1086" style="text-align: center;">  <p>GEWÄHNDES KOMPLEXITÄT</p> </div> <p style="text-align: center;">Das Projekt wird unterstützt aus Mitteln des FGO</p>
<p>Detailinformationen werden rechtzeitig zu den einzelnen Veranstaltungen bekanntgegeben. Informationen - auch zu filialinternen Veranstaltungen findet ihr auf den Info-Boards in den jeweiligen Filialen. Für Fragen und Anregungen wendet euch bitte an: E-Mail: helga.pesserer@pesserer-partner.at, mobil: 0664-5200852</p>				

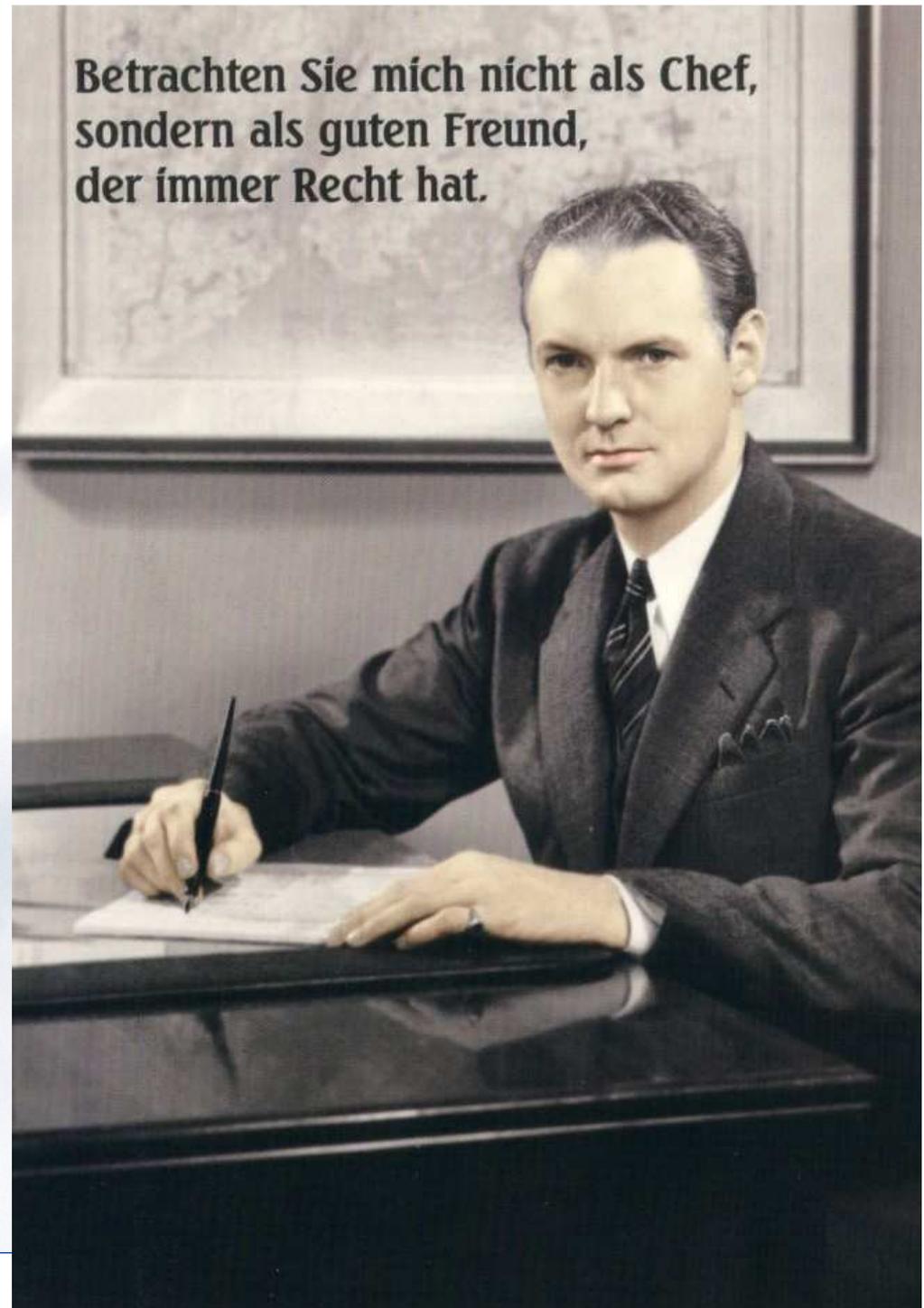
Beratung – Entwicklung – Coaching

www.christian-scharinger.at

Zentrale Schritte



**1. Ohne
Chef/Chefin
geht beim
Thema
Gesundheits-
förderung
nichts**





KUNSTWERK: ANDRÉ ZWIERSKI/STUDIO MACHES

MEIN MITARBEITER MEIN PATIENT

Wenn Mitarbeiter oft krank sind, sich unwohl oder überflüssig fühlen, leiden Arbeitsklima und Leistung. Das verursacht Kosten, die selten berechnet werden. So entwickeln Sie in sechs Schritten ein vorausschauendes Gesundheitsprogramm.

VON LEONARD L. BERRY, ANN M. MIRABITO UND WILLIAM B. BA

Seit 1995 ist der Anteil rauchender Mitarbeiter bei Johnson (J&J) um mehr als zwei Drittel gesunken. Anzahl der Beschäftigten, die an Bluthochdruck leiden, ging um mehr als die Hälfte zurück. Das sind natürlich beeindruckende Zahlen, aber sollten sie ein Unternehmen wirklich um solche Dinge kümmern? Denn mittlerweile weiß man, dass sich eine umfassende, strategische Investition in die soziale, psychische und physische Gesundheit der Mitarbeiter tatsächlich auszahlt. Laut Schätzungen des Topmanagers von J&J konnte das Unternehmen durch solche Gesundheitsmaßnahmen im Lauf der vergangenen zehn Jahre 250 Millionen Dollar an Gesundheitsausgaben einsparen; von 2002 bis 2008 sind für jeden Dollar 2,71 Dollar in die Kassen des Unternehmens zurückgefließen. Gesundheitsprogramme galten in der Vergangenheit vielleicht als Extra, aber nicht unbedingt als strategische Notwendigkeit.

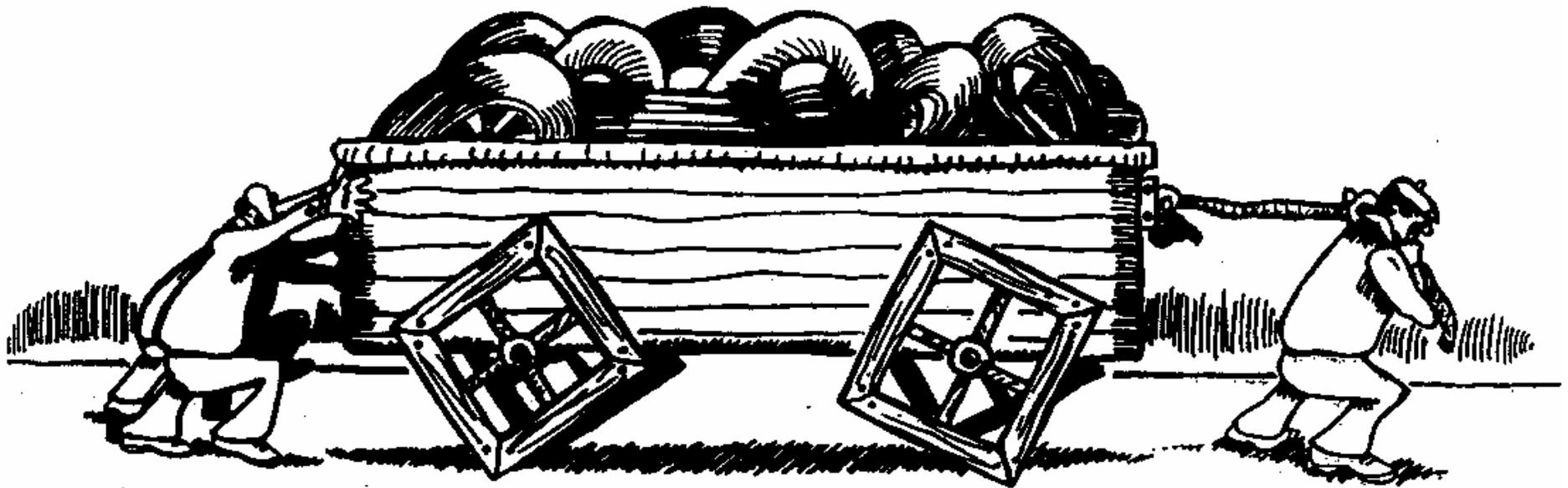
Führungsverhalten und Achtsamkeit



ACHTSAMKEIT

1. Achten Sie auf Ihre eigene Gesundheit
2. Achten Sie auf das kollegiale Klima zwischen Ihren MitarbeiterInnen
3. Achten Sie auf die Life-Work-Balance
4. Achten Sie auf die Stärken

2. Machen Sie Gesundheitsförderung **MIT MitarbeiterInnen** – nicht für MitarbeiterInnen **EINBINDUNG**



3. Nutzen Sie einen erweiterten **Gesundheitsbegriff** nicht „nur“ vor allem auch



4. Auch in KMU's sind „Schnittstellen/Bereichsübergreifendes“ zentrale Themen

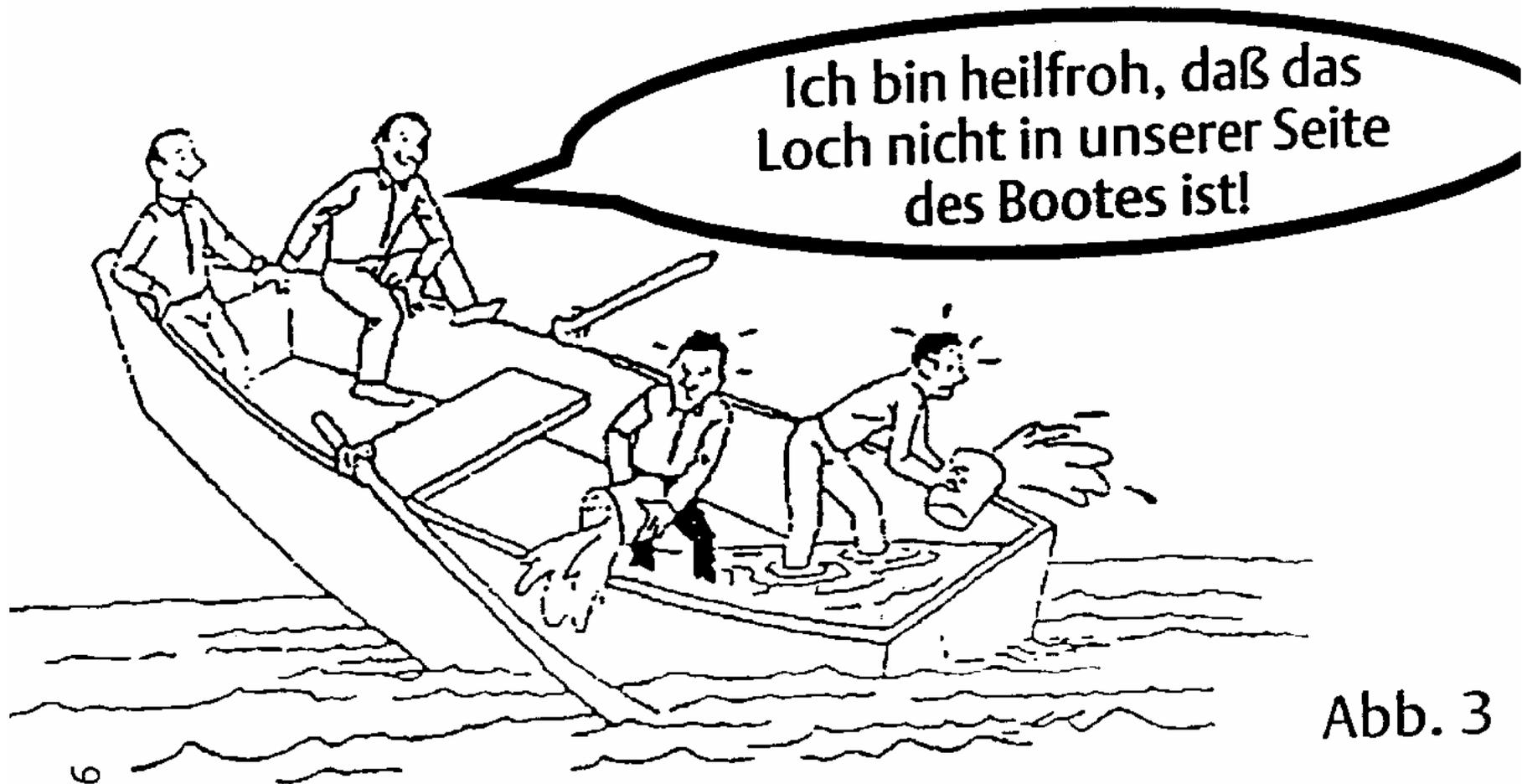


Abb. 3

„Gesundheitsförderung ist ein wichtiger Baustein, der sich rechnet.“



Mir geht es vor allem auch um die Gesunden.

Meine Leute sollen sich in ihrem Arbeitsumfeld so wohl wie möglich fühlen; und nur wem es gut geht, der kann auch Top-Leistungen erbringen“

**Baumeister Ing. Philipp Kern, Geschäftsführer
B. Kern Baugesellschaft.m.b.H.**



*„Gesundheit ist kein
Zustand,
keine Verfasstheit,
ist kein Ideal und nicht
einmal ein Ziel:*

*Gesundheit ist ein Weg,
der sich erschließt
indem man ihn geht;
(und gangbar macht.)“*

Heinrich Schipperges