

INHALTSVERZEICHNIS

Teil I: Innovatives Gesundheitsmanagement in einer Modellregion ... 11

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Vorgehensmodell zur Netzwerkentwicklung für innovatives Gesundheitsmanagement | 11 |
| 1.1 | Betriebliche Gesundheitsförderung als externe Dienstleistung | 11 |
| 1.2 | Betriebliche Gesundheitsförderung als Innovation..... | 12 |
| 1.3 | Netzwerkentwicklung für innovatives betriebliches Gesundheitsmanagement – InnoGema | 13 |
| 1.4 | Zusammenfassung | 17 |
| 2 | Standortmonitoring in einer Modellregion Bedarfsanalyse im kleinbetrieblichen Setting | 19 |
| 2.1 | Gegenstand und Ziel der Untersuchung..... | 19 |
| 2.2 | Methodisches Vorgehen..... | 19 |
| 2.2.1 | Festlegung der Untersuchungsregion | 19 |
| 2.2.2 | Erhebungsdesign | 20 |
| 2.2.3 | Beschreibung der Stichprobe | 20 |
| 2.2.4 | Aufbau des Fragebogens | 21 |
| 2.3 | Untersuchungsergebnisse | 22 |
| 2.3.1 | Aspekte erfolgreicher Arbeits- und Organisationsgestaltung und Inanspruchnahme von Dienstleistungen | 23 |
| 2.3.2 | Kooperation und bisherige Vernetzung der Unternehmen | 24 |
| 2.3.3 | Bedeutung des Themas Gesundheit und Erfahrung mit Betrieblicher Gesundheitsförderung (BGF) | 25 |
| 2.4 | Handlungsleitende Erkenntnisse für das InnoGema-Projekt..... | 26 |

Teil II: Markterschließung für Gesundheitsdienstleistungen bei kleinen und mittleren Unternehmen (Phase I im Vorgehensmodell: Ansprache und Sensibilisierung)..... 28

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Öffentlichkeitsarbeit für betriebliche Gesundheitsdienstleistungen..... | 28 |
| 1.1 | Zielstellung der Teilaufgabe | 28 |
| 1.2 | Methodische Vorgehensweise | 29 |
| 1.3 | Relevante Zielgruppen | 31 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1.4 | Charakterisierung der relevanten Zielgruppen | 32 |
| 1.5 | Ergebnisse..... | 34 |
| 1.6 | Konsequenzen für die Projektarbeit | 35 |
| 2 | Aufschließungsarbeit für Nachfrager nach Gesundheitsdienstleistungen | 36 |
| 2.1 | Zielstellung | 36 |
| 2.2 | Methodische Vorgehensweise | 36 |
| 2.3 | Ergebnisse..... | 40 |
| 2.4 | Konsequenzen für die Projektarbeit | 40 |
| 3 | Aufschließungsarbeit für Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen | 41 |
| 3.1 | Gesundheitsdienstleistungen – ein unübersichtlicher Markt | 41 |
| 3.2 | Erste Ansprache | 41 |
| 3.3 | Online-Befragung..... | 42 |
| 3.4 | Sprechstunde..... | 42 |
| 3.5 | Der Anbieterpool | 43 |
| 3.6 | Abschließende Bewertung der Akquiseinstrumente..... | 45 |
| 4 | Aufschließungsarbeit bei Multiplikatoren im Gesundheitsbereich | 46 |
| 4.1 | Zielstellung der Teilaufgabe..... | 46 |
| 4.2 | Methodische Vorgehensweise | 46 |
| 4.3 | Ergebnisse..... | 47 |
| 4.4 | Konsequenzen für die Projektarbeit | 47 |
| 5 | Markterschließung für Gesundheitsdienstleistungen: Kongressmesse zur betrieblichen Gesundheitsförderung..... | 48 |
| 5.1 | Zielstellung der Teilaufgabe..... | 48 |
| 5.2 | Methodische Vorgehensweise | 49 |
| 5.3 | Akquiseinstrumente zur Teilnehmergegwinnung..... | 51 |
| 5.4 | Ergebnisse..... | 52 |
| 5.4.1 | Kongress | 52 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 5.4.2 | Messe | 53 |
| 5.5 | Konsequenzen für die Projektarbeit | 53 |
| 6 | Aktionstag zur betrieblichen Gesundheitsförderung im Unternehmensumfeld | 55 |
| 6.1 | Zielstellung der Teilaufgabe | 55 |
| 6.2 | Herangehensweise/Methodisches Vorgehen | 56 |
| 6.3 | Ergebnisse | 58 |
| 6.4 | Einschätzung des Aktionstages seitens der Teilnehmer | 60 |
| 6.5 | Beurteilung des Aktionstages seitens der Anbieter | 62 |
| 6.6 | Weitere Schlussfolgerungen | 64 |
| Teil III: Kooperation mit Anbietern und Nachfragern betrieblicher Gesundheitsdienstleistungen (Phase II im Vorgehensmodell: Analyse und Beratung) | 66 | |
| 1. | Experteninterview und Mitarbeiterbefragung zur betrieblichen Gesundheitsförderung | 66 |
| 1.1 | Zielstellung | 66 |
| 1.2 | Methodische Vorgehensweise | 66 |
| 1.3 | Ergebnisse | 70 |
| 1.4 | Fazit | 83 |
| 2 | Entwicklung und Umsetzung bedarfsgerechter Maßnahmen der Betrieblichen Gesundheitsförderung (BGF) | 86 |
| 2.1 | Zielstellung | 86 |
| 2.2 | Methodische Vorgehensweise | 86 |
| 2.3 | Ergebnisse der Mitarbeiterworkshops/ Promotorenworkshops | 87 |
| 2.4 | Stand der Umsetzung von BGF-Maßnahmen in den Unternehmen | 92 |
| 2.5 | Barrieren für die Nutzung von Gesundheitsangeboten | 92 |
| 2.6 | Konsequenzen für die weitere Vorgehensweise im Projekt | 93 |
| 3 | Förderung der Kooperationsbereitschaft und des Netzwerkgedankens bei Gesundheitsdienstleistern | 95 |
| 3.1 | Zielstellung der Teilaufgabe | 95 |
| 3.2 | Methodische Vorgehensweise | 96 |

| | | |
|--|--|------------|
| 3.3 | Ergebnisse | 98 |
| 3.4 | Konsequenzen für die Projektarbeit | 99 |
| Teil IV: Bildung von Netzwerkpartnerschaften (Phase III im Vorgehensmodell: Bildung von Netzwerkpartnerschaften) | | 100 |
| 1 | Das Internetportal als Instrument zur Initiierung von Netzwerkpartnerschaften | 100 |
| 1.1 | Zielstellung der Teilaufgabe..... | 100 |
| 1.2 | Methodische Vorgehensweise, | 100 |
| 1.3 | Ergebnisse..... | 102 |
| 1.4 | Konsequenzen für die Projektarbeit | 104 |