

Faktenblatt 41

Evaluation des Angebots des Labels Friendly Work Space – Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Abstract

Das seit 2009 bestehende Angebot des Labels Friendly Work Space soll Betriebe dabei unterstützen, betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) systematisch umzusetzen. Gleichzeitig zeichnet es Betriebe aus, denen die systematische Umsetzung entlang der Qualitätskriterien gelingt. Eine externe Evaluation des Angebots zeigt, dass das BGM umso systematischer wird, je länger ein Betrieb das Label trägt. Die Betriebe nehmen das Angebot als nützlich wahr, um das Management für Gesundheitsthemen zu sensibilisieren und um BGM systematisch und nachhaltig umzusetzen. Das Angebot besitzt bei den Stakeholdern ein grundsätzlich positives Image und die Qualitätskriterien werden als professioneller Schweizer Standard für BGM wahrgenommen. Die Evaluationsergebnisse führen zu Empfehlungen für die Weiterentwicklung des Angebots.

1 Ziele der Evaluation

Das Label Friendly Work Space wurde 2009 von Gesundheitsförderung Schweiz mit Partnern aus Wissenschaft und Praxis entwickelt. Es ist ein Angebot für Betriebe im Bereich des BGM. Mithilfe von Grundlagendokumenten wie Qualitätskriterien, Tools und Dienstleistungen werden Betriebe darin unterstützt, ihr BGM systematisch aufzubauen und weiterzuentwickeln. Gleichzeitig können sie mit der Auszeichnung ihr Engagement für die Mitarbeitendengesundheit nach aussen sichtbar machen. Nach zehn Jahren Label Friendly Work Space hat Gesundheitsförderung Schweiz das Büro für arbeits- und sozialpolitische Studien (BASS) mit einer unabhängigen Evaluation des Angebots des Labels beauftragt.

Mit der von Mai 2018 bis Februar 2020 durchgeführten Evaluation sollten Erkenntnisse gewonnen

werden, wie verbreitet das Label und das dazugehörige Angebot sind, wie beides genutzt und durch verschiedene Stakeholder-Gruppen beurteilt wird. Zweitens sollten der Nutzen und die Wirkung des Angebots für Betriebe bewertet werden. Drittens sollten Optimierungspotenziale identifiziert werden, welche eine zielgerichtete Weiterentwicklung des Angebots unterstützen können.

Inhaltsverzeichnis

1	Ziele der Evaluation	1
2	Verbreitung, Nutzung und Beurteilung des Labels und des dazugehörigen Angebots	3
3	Nutzen und Wirkungen des Labels innerhalb des Betriebs	4
4	Weitergehende Wirkungen des Labels	5
5	Empfehlungen des Evaluationsteams	6

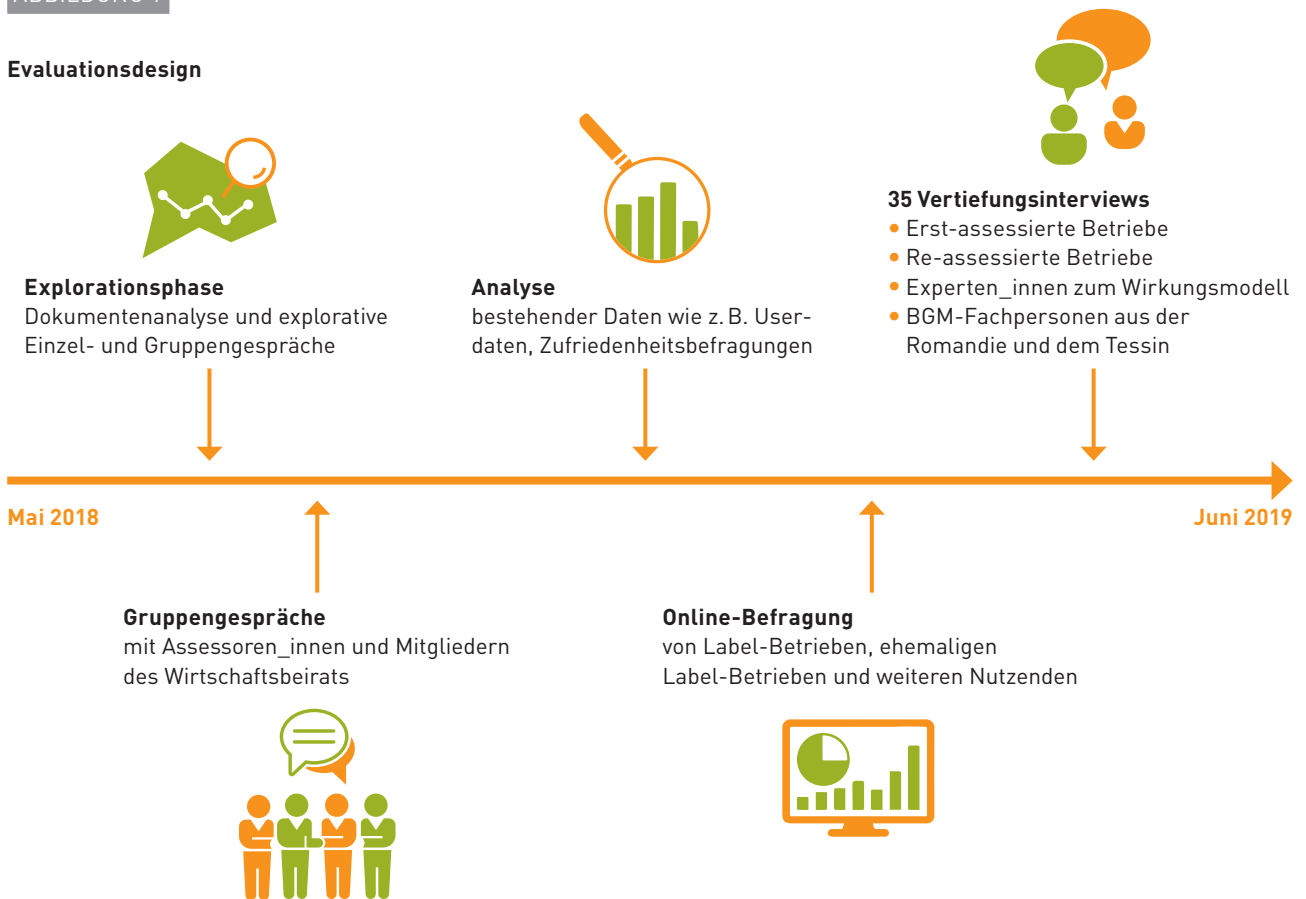
Methodisches Vorgehen bei der Evaluation

Um die verschiedenen Ziele der Evaluation zu erreichen, führte das BASS in einer Explorationsphase eine umfangreiche Dokumentenanalyse sowie explorative Einzel- und Gruppengespräche mit Verantwortlichen von Gesundheitsförderung Schweiz durch. In einem zweiten Schritt wurden Gruppengespräche mit wichtigen externen Akteuren (Assessorinnen, Assessoren und Mitglieder des Wirtschaftsbeirats) geführt. Anschliessend wurden bestehende Daten (Userdaten, Zufriedenheitsbefragungen, Bekanntheitsbefragungen, weitere Sekundärdaten) analysiert. In einem vierten Schritt wurden für das Label verantwortliche Personen in Label-Betrieben und ehemaligen Label-Betrieben sowie weitere Nutzende des Angebots mit einem Online-Fragebogen befragt. Zusätzlich wurden zum Zweck von Vertiefungsanalysen insgesamt 35 Telefoninterviews mit

(a) Vertreterinnen und Vertretern von erst-assessierten Betrieben, (b) Vertreterinnen und Vertretern von re-assessierten Betrieben, (c) Expertinnen und Experten zum Wirkungsmodell BGM für Betriebe und (d) BGM-Fachpersonen aus der Romandie und dem Tessin geführt. Diese umfangreiche und vielfältige Datenerhebung (siehe Abbildung 1) hat zu einer aussagekräftigen Datenbasis für die Evaluation geführt. Einzig die Stichprobe der ehemaligen Label-Betriebe ist zu klein, um aussagekräftige Erkenntnisse aus den Daten zu gewinnen: Von 14 angeschriebenen Betrieben haben nur drei geantwortet. Bei den Label-Betrieben haben von 78 angeschriebenen Betrieben 57 den Fragebogen ausgefüllt, bei den weiteren Nutzenden wurden 183 Fragebögen ausgefüllt (von 600 angeschriebenen Personen). Die Evaluation bezieht sich auf den Zeitraum von 2009 bis 2018.

ABBILDUNG 1

Evaluationsdesign



2 Verbreitung, Nutzung und Beurteilung des Labels und des dazugehörigen Angebots

Seit 2009 ist die Zahl der mit dem Label Friendly Work Space ausgezeichneten Betriebe kontinuierlich angestiegen.

Im Sommer 2018 gab es 85 ausgezeichnete Betriebe. Insgesamt 99 Betriebe wurden seit 2009 mit dem Label ausgezeichnet (siehe Abbildung 2), nur insgesamt 14 Label-Betriebe sind zwischen 2009 und 2018 aus unterschiedlichen Gründen ausgestiegen. Die Ziele von Gesundheitsförderung Schweiz hinsichtlich Zugewinn und Erhalt von Label-Betrieben wurden damit mehrheitlich erreicht. Das Label ist vorwiegend in grossen Unternehmen, in der Deutschschweiz und in der Dienstleistungsbranche verbreitet. Rund fünf Prozent der Schweizer Arbeitnehmenden sind in einem Label-Betrieb beschäftigt.

Die von Gesundheitsförderung Schweiz zur Verfügung gestellten Grundlagen und Materialien sind bei BGM-Fachleuten auch ausserhalb der Label-Betriebe bekannt und werden von diesen rege genutzt.

Die Wegleitung mit den Qualitätskriterien für BGM ist ein zentrales Grundlagendokument. Darin wird der Schweizer BGM-Standard gemäss Friendly Work Space beschrieben. Dieses Dokument ist vom gesamten Angebot rund um das Label am besten bekannt und wird laut den Download-Statistiken auch rege genutzt: In einem Zeitraum von knapp vier Jahren wurde es pro Monat ungefähr 42 Mal (insgesamt knapp 2000 Mal) von der Website von Gesundheitsförderung Schweiz heruntergeladen. Die dazugehö-

rigen Online-Tools zur Erhebung des BGM-Reifegrades eines Unternehmens (FWS Check) sowie zur Vorbereitung auf das Label-Assessment (Self-Assessment) wurden bisher von über 500 Betrieben genutzt – also von weit mehr Betrieben, als mit dem Label ausgezeichnet wurden. Aus Sicht der Nutzenden ermöglichen die frei zugänglichen Grundlagen sowohl eine rasche Standortbestimmung als auch die systematische Strukturierung und gezielte Ergänzung der BGM-Aktivitäten in Betrieben.

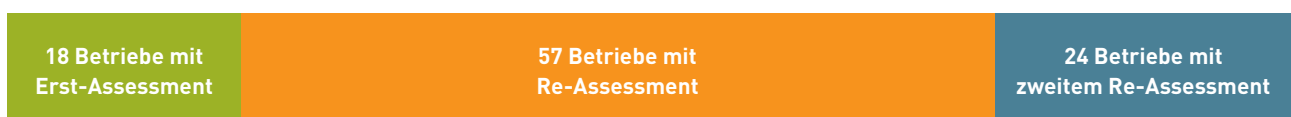
Das Label Friendly Work Space geniesst ein positives Image und wird über die Label-Betriebe hinaus von BGM-Fachleuten als professioneller und umfassender Schweizer BGM-Standard wahrgenommen.

Assoziiert wird das Label von verschiedenen Stakeholdern (Betriebe, Fach-Community, Erwerbstätige) mit Aspekten wie beispielsweise «gute Arbeitsbedingungen», «Commitment zu Gesundheit und Wohlbefinden im Betrieb», «attraktiver Arbeitgeber» und «umfassendes Verständnis von BGM». Es steht somit für eine Haltung, welche die Gesundheit und Zufriedenheit der Mitarbeitenden ernst nimmt.

Auch die wissenschaftliche Fundierung des Labels wird von den Nutzenden immer wieder positiv hervorgehoben («guter fachlicher, akademischer Hintergrund»). Zum Teil wird genau dies aber auch kritisiert, da das Instrument somit eher als hochschwellig, analytisch und wenig intuitiv wahrgenommen wird. Etabliert ist das Angebot des Labels vor allem in Fachkreisen (z.B. BGM-Verantwortliche, BGM-Beraterinnen und -Berater, Personen aus der Wissenschaft).

ABBILDUNG 2

Verteilung der Assessments pro Assessmentstufe



Grundgesamtheit: 99 ausgezeichnete Betriebe seit 2009

3 Nutzen und Wirkungen des Labels innerhalb des Betriebs

Das Label Friendly Work Space ist hilfreich für die Sensibilisierung des Managements zum Thema Mitarbeitendengesundheit sowie für die Verankerung und systematische Umsetzung von BGM.

Eine zentrale Wirkung des Angebots des Labels Friendly Work Space wird sowohl von neu zertifizierten als auch von langjährigen Label-Betrieben bei der Sensibilisierung des Managements für Gesundheitsthemen und BGM gesehen. Mithilfe des Angebots des Labels scheint es somit zu gelingen, die Wichtigkeit von BGM zu verdeutlichen. Als eine weitere zentrale Wirkung des Labels wird der Aufbau, die nachhaltige Verankerung und Umsetzung von systematischem BGM gesehen (siehe Abbildung 3). Das Label erfüllt dabei eine Legitimationsfunktion, d. h. es liefert Argumente, um BGM-Massnahmen gemäss Friendly Work Space umzusetzen und dafür Budget zu erhalten. Gleichzeitig hilft das Angebot den Betrieben einzuschätzen, wie systematisch sie bereits BGM betreiben. Auch gibt es Anhaltspunkte, wo sie ihre Effizienz und Effektivität in Bezug auf ihre spezifischen BGM-Massnahmen, aber auch auf die Systematisierung von BGM weiter

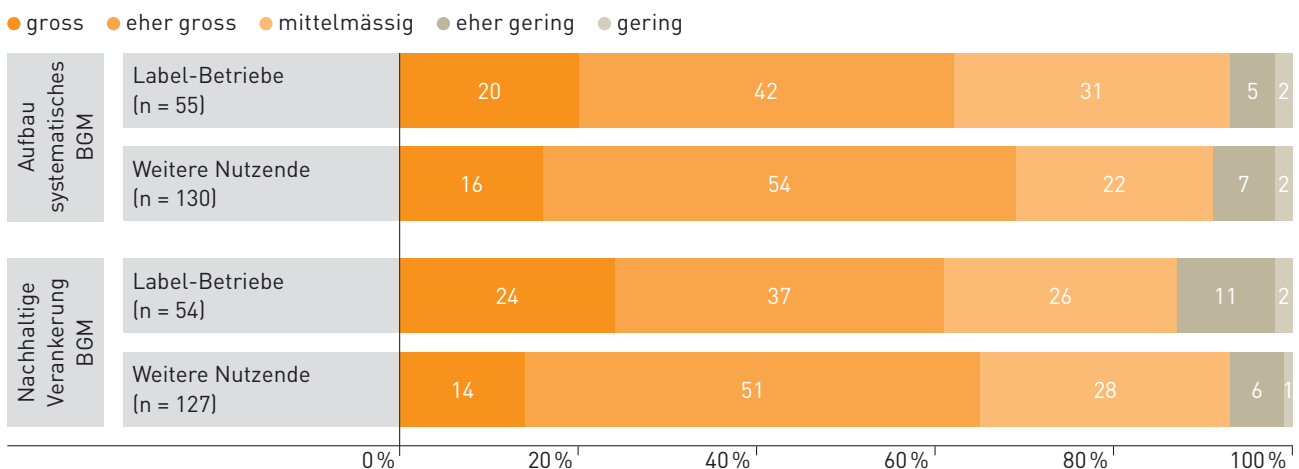
steigern können. Die regelmässigen Re-Assessments im Abstand von drei Jahren fördern dabei die Verankerung des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses, welcher zentraler Bestandteil eines systematisch umgesetzten BGM ist.

Das Label zeichnet echte Vorbildbetriebe in Bezug auf die Umsetzung von systematischem BGM aus. Je länger ein Betrieb das Label trägt, desto besser wird sein BGM.

Betriebe, die sich für das Label bewerben, schneiden in ihren Self-Assessments signifikant besser ab als jene Betriebe, welche mithilfe eines Tools (FWS Check oder Self-Assessment) eine erste eigene Einschätzung vorgenommen haben, ohne anschliessend ein Assessment durchführen zu lassen. Zudem verbessert sich der BGM-Umsetzungsgrad in den Re-Assessments jeweils signifikant. Auch im Vergleich mit dem Schweizer Durchschnitt weisen Label-Betriebe in allen Bereichen einen signifikant höheren Umsetzungsgrad von BGM auf. Dennoch wünschen sich Label-Betriebe noch weiter gehende Unterstützung zur Optimierung ihres eigenen BGM (z. B. mit Good-Practice-Beispielen oder weiteren Vernetzungsangeboten von Gesundheitsförderung Schweiz).

ABBILDUNG 3

Beurteilung des Nutzens des Angebots durch Label-Betriebe und weitere Nutzende bezüglich Aufbau eines systematischen BGMs sowie bezüglich der nachhaltigen Verankerung von BGM



Anmerkungen: Unterschied «Aufbau systematisches BGM» Label-Betriebe vs. weitere Nutzende nicht signifikant ($t = -.243, p = .808$); Unterschied «Nachhaltige Verankerung» Label-Betriebe vs. weitere Nutzende nicht signifikant ($t = -.133, p = .895$)
 Quelle: Online-Befragungen BASS, Berechnungen BASS

4 Weitergehende Wirkungen des Labels

Rund die Hälfte der Label-Betriebe sehen eine Wirkung des Labels auf die eigene Positionierung im Arbeitsmarkt.

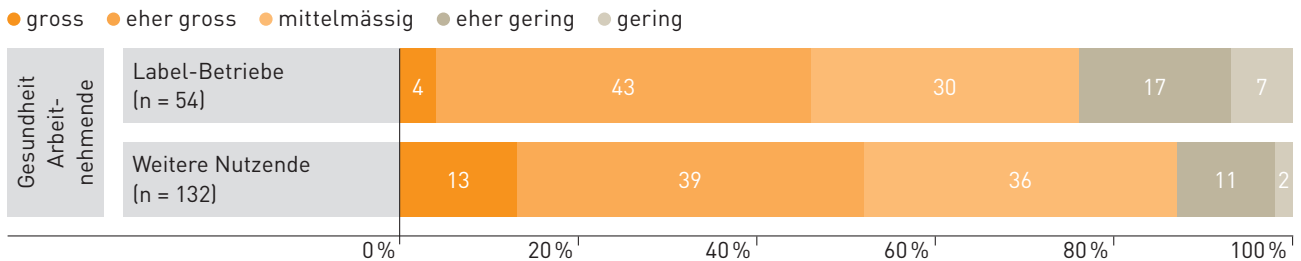
In gewissen Branchen und Regionen ist das Label ein Alleinstellungsmerkmal, das als Vorteil bei der Personalrekrutierung gesehen wird. Auch nehmen einige Label-Betriebe wahr, dass das Label zu mehr Sichtbarkeit verhelfen und das Image eines innovativen, gesundheitsfördernden Unternehmens vermitteln kann. Die Bekanntheit des Labels in Betrieben und in der Schweizer Erwerbsbevölkerung wird durch die befragten Personen allerdings mehrheitlich als relativ gering eingestuft, weshalb die Vorteile bei der Personalrekrutierung geringer ausfallen als erwartet. Eine Befragung der Schweizer Erwerbsbevölkerung zeigt, dass ein Anteil von 30 Prozent die Marke Friendly Work Space erkennen.

Der Beitrag des Labels zu Erhalt und Verbesserung der Gesundheit von Arbeitnehmenden wird von der Hälfte der Label-Betriebe als eher gross bezeichnet.

Diese Einschätzung ist vergleichbar für die Label-Betriebe und die weiteren Nutzenden (siehe Abbildung 4). Gleichzeitig spielen für den Erhalt und die Verbesserung der Gesundheit von Arbeitnehmenden viele verschiedene Einflussfaktoren eine Rolle. Daher empfinden es die Betriebe vielfach als sehr komplex, einen Einfluss des Labels und der in dem Zusammenhang umgesetzten Massnahmen auf die Mitarbeitendengesundheit zu beschreiben. Unabhängig von direkt messbaren Kennzahlen wie Absenzen oder Fluktuationsraten sind manche Label-Betriebe jedoch überzeugt, dass es sich lohnt, BGM-Prozesse einzuführen und gesundheitsförderliche Arbeitsbedingungen zu gestalten: Dies zahle sich letztlich sowohl für Mitarbeitende als auch für den Betrieb aus.

ABBILDUNG 4

Einschätzung zum Beitrag des Labels zu Erhalt und Verbesserung der Gesundheit von Arbeitnehmenden



Anmerkung: Unterschied «Gesundheit Arbeitnehmende» Label-Betriebe vs. weitere Nutzende signifikant ($t = -1.996, p = .047$)

Quelle: Online-Befragungen BASS, Berechnung BASS

5 Empfehlungen des Evaluationsteams

Basierend auf den Evaluationsergebnissen hat das BASS verschiedene Empfehlungen für die Weiterentwicklung des Angebots des Labels Friendly Work Space formuliert. Die vollständigen Empfehlungen finden sich im Evaluationsbericht. An dieser Stelle werden die Empfehlungen zusammenfassend wiedergegeben. Abschliessend folgt eine Stellungnahme von Gesundheitsförderung Schweiz.

Verbreitung der frei zugänglichen Grundlagen und Tools fördern

Der Aufbau und die Struktur der BGM-Qualitätskriterien haben sich bewährt und sollen beibehalten werden. Das Evaluationsteam sieht in den frei zugänglichen Grundlagen und Tools ein grosses Potenzial für die Verbreitung von BGM in der Schweiz. Um dieses Potenzial noch stärker zu nutzen, empfiehlt es, Massnahmen zu ergreifen, durch die die frei zugänglichen Angebote des Labels bekannter werden. Gleichzeitig wird eine (insbesondere sprachliche) Vereinfachung und stärkere Praxisorientierung der Grundlagen vorgeschlagen. Die Grundlagen sollen ausserdem stärker mit weiteren BGM-Angeboten verknüpft werden. So wird für die Anwender deutlicher, wie die verschiedenen Angebote zusammenspielen (*Empfehlungen 1, 7 und 10*).

Verhältnis von Aufwand und Nutzen für die Betriebe verbessern

Damit noch mehr Betriebe das Label anstreben, wird empfohlen, die Kostenstruktur des Angebots zu überprüfen. Gleichzeitig wird auch angeregt, die Einführung eines modularen Einstiegs für Betriebe zu prüfen, der den Betrieben eine Auseinandersetzung mit den Qualitätskriterien erleichtert. So könnte das Angebot niederschwelliger gestaltet werden.

Für langjährige Label-Betriebe zeigen die Evaluationsergebnisse, dass Aspekte wie die Systematisierung des eigenen BGMs an Bedeutung verlieren, da

das BGM inzwischen fest im Betrieb verankert ist. Gleichzeitig besteht ein Bedarf nach Dienstleistungen, die eine weitere Verbesserung des eigenen BGMs ermöglichen (z. B. konkretere Inputs, stärkere Vernetzung sowie Good-Practice-Beispiele). Für die Weiterentwicklung des Angebots ist zu prüfen, mit welchen Anpassungen auch weiterhin ein Mehrwert für langjährige Label-Betriebe generiert werden kann (*Empfehlungen 2 und 8*).

Gesamtkonzept für das Angebot erstellen

Als zentralen Schritt für die Weiterentwicklung des Angebots des Labels erachtet das Evaluationsteam die Erstellung eines Gesamtkonzepts, in dem Zielsetzungen und Zielgruppen verschriftlicht, Indikatoren zur Zielerreichung festgelegt und Wirkungszusammenhänge und -annahmen veranschaulicht werden. Auch soll das dazugehörige Monitoringssystem entsprechend angepasst werden (*Empfehlungen 3 und 4*).

Kommunikations- und Verbreitungsmassnahmen überprüfen

Basierend auf dem zu erstellenden Gesamtkonzept sollten nach Ansicht des Evaluationsteams auch die Kommunikations- und Verbreitungsmassnahmen überprüft und gegebenenfalls angepasst werden. Dabei könnte der Beitrag von Label-Betrieben als Vorbildbetriebe zur Sensibilisierung anderer Unternehmen durch Verbreitungsmassnahmen von Gesundheitsförderung Schweiz gezielt unterstützt werden. So könnten insbesondere Erfahrungsberichte von ausgezeichneten Betrieben in der lateinischen Schweiz sowie von ausgezeichneten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) genutzt werden, um die Verbreitung des Labels in diesen Bereichen zu fördern. Die Kommunikation hinsichtlich Wirkung und Nutzen des Labels sollte gemäss der im Gesamtkonzept festgelegten Strategie genauso überarbeitet werden wie die Kommunikation gegenüber Erwerbstätigen und der breiten Öffentlichkeit (*Empfehlungen 5, 6, 8 und 9*).

Stellungnahme von Gesundheitsförderung Schweiz

Gesundheitsförderung Schweiz ist mit den Wirkungen des Angebots weitestgehend zufrieden.

Die externe Evaluation des Büros für arbeits- und sozialpolitische Studien attestiert, dass das Angebot des Labels Friendly Work Space in Bezug auf zentrale Aspekte wie die Sensibilisierung und die Systematisierung von BGM wirkungsvoll ist. Dank dem Label steigt die betriebsinterne Management Attention für die Mitarbeitenden-gesundheit. Des Weiteren sind die frei zugänglichen Grundlagen zum Label hoch relevant für die Verbreitung von BGM.

Rund um das Angebot des Labels Friendly Work Space ist in den letzten zehn Jahren ein Ökosystem (Fachwelt, Verwaltung, Medien, Wirtschaft) gewachsen. Dies war nicht Teil des Evaluationsgegenstands. Es trägt jedoch mit hoher Wahrscheinlichkeit zusätzlich zur Sensibilisierung für BGM auf dem Arbeitsplatz Schweiz bei.

Das Angebot wird basierend auf der Evaluation weiterentwickelt und optimiert.

Es wird ein Gesamtkonzept für das Angebot des Labels Friendly Work Space verschriftlicht. Darin

werden unter anderem Fragen bezüglich Verbreitung des Labels im engeren Sinne (mit Auszeichnung) und der frei zugänglichen Grundlagen im breiteren Sinne geklärt. Auch werden Möglichkeiten gesucht, inwiefern das Label in der lateinischen Schweiz besser verankert werden kann.

Bezüglich des Verhältnisses von Aufwand und Nutzen wurden die Preise für kleinere und mittlere Unternehmen bereits 2019 angepasst. Starker Handlungsbedarf besteht hingegen noch bei den langjährigen Label-Betrieben, welche bereits auf sehr hohem Niveau BGM umsetzen und das Kosten-Nutzen-Verhältnis kritisch betrachten. Es werden hierzu bereits Veränderungen entwickelt und in naher Zukunft zur Verfügung stehen.

Die Vorarbeiten für die nächste umfassende Weiterentwicklung des Labels Friendly Work Space starten 2020. Vor allem die Grundlagen sollen ab diesem Zeitpunkt stark vereinfacht werden. Des Weiteren werden die Kriterien aufgrund der neuen Erkenntnisse zu Arbeit und Gesundheit 4.0 überarbeitet. Auch wird geprüft werden, ob ein progressiver Einstieg in das Label möglich ist.

Impressum

Herausgeberin

Gesundheitsförderung Schweiz

Autorinnen und Autoren

- Regina Jensen, Gesundheitsförderung Schweiz
- Noémi Swoboda, Gesundheitsförderung Schweiz
- Eric Bürki, Gesundheitsförderung Schweiz
- Lisa Guggenbühl, Gesundheitsförderung Schweiz

Evaluationsbericht

Stocker Désirée, Jäggi Jolanda, Bannwart Livia, Guggenbühl Tanja, Egger Theres & Danuser Brigitta (2020). *Evaluation des Angebots des Labels Friendly Work Space*. Bern.

Reihe und Nummer

Gesundheitsförderung Schweiz, Faktenblatt 41

© Gesundheitsförderung Schweiz, Mai 2020

Auskünfte/Informationen

Gesundheitsförderung Schweiz
Wankdorfallee 5, CH-3014 Bern
Tel. +41 31 350 04 04, Fax +41 31 368 17 00
office.bern@promotionsante.ch
www.gesundheitsfoerderung.ch/publikationen
www.gesundheitsfoerderung.ch/evaluation-friendly-work-space
www.gesundheitsfoerderung.ch/summary-evaluation-friendly-work-space