

4. Diskussion

Die vorgestellten Ergebnisse geben einen ersten Einblick in die Arbeitsbedingungen, Belastungen und Ressourcen der IT-Branche. Ausgehend vom vorgestellten Klassifikationschema konnten Hinweise für zukünftige Gestaltungsfelder der IT-Branche gewonnen werden. Neben Anforderungs- und Belastungsfaktoren aus dem tätigkeits- bzw. organisationsbezogenen Umfeld (z.B. Arbeitszeit, Handlungsspielraum etc.) sind insbesondere wachsende Anforderungen in der Kommunikation zu verzeichnen, wobei unter Kommunikation sowohl interne als auch externe Kommunikationsprozesse gemeint sind. Die Anforderungen aus interner und externer Kommunikation sind dabei ähnlich hoch einzuschätzen und betreffen Angestellte ebenso wie Führungskräfte.

Im weiteren Projektverlauf werden vertiefende Analysen durchgeführt, die in detaillierter Weise Aufschluss über Belastungen und gesundheitsförderliche Ressourcen für einzelne IT-Tätigkeiten geben werden. Zu diesem Zweck werden verschiedene arbeitsanalytische Instrumente in IT-Firmen eingesetzt und die Ergebnisse zur Ableitung spezifischer Präventionsmaßnahmen im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung genutzt. Es ist zu vermuten, dass sich aufgrund der Tätigkeitsklassifikationen differenzierte Präventionsmaßnahmen ergeben.

Unseren bisherigen Analysen nach zu urteilen, sollte die Gesundheitsförderung in der IT-Branche in Maßnahmen zur Personal- und Organisationsentwicklung eingebunden werden. Nur so können weitreichende gesundheits- und leistungsfördernde Effekte erzielt werden, die über reguläre „Stresspräventionen“ hinaus gehen. Schließlich spielen, wie gezeigt werden konnte, Aspekte der Karriereplanung, Arbeits(zeit)gestaltung und Organisationsgestaltung als betriebliche Ressourcen eine wichtige Rolle für die Gesundheit und das Wohlbefinden der Beschäftigten (vgl. auch Siegrist, 1996).

Literatur

1. BITKOM (2002): *Der deutsche Markt für Informationstechnik und Telekommunikation. Stand 01. Oktober 2002.* [www-Dokument] URL: <http://www.bitkom.org> (unter Markt & Statistik: Präsentation_BITKOM_ITK-Markt_01.10.2002.pdf).
2. Freeman, P. & Aspray, W. (1999): *The Supply of Information Technology Workers in the United States.* Washington, D. C.: Computing Research Association. [www-Dokument] URL: <http://cra.org/reports/wits/cra.wits.html>
3. Lückefett, H.-J. & Thomas, U. (2001): *Die Entwicklung des Arbeitsmarktes und der Hochschulplätze für IT-Fachkräfte in Deutschland.* [www-Dokument] URL: http://www.initiated21.de/broschure/arbeitsmarkt_hochschule.pdf.
4. Petersen, A.W. & Wehmeyer, C. (2001): *Bestand sowie Bedarf und Angebot an IT-Fachkräften. Teilbericht der BiBB-IT-Studie. Berufsbildungsinstitut Arbeit und Technik.*
5. Siegrist, J. (1996): *Soziale Krisen und Gesundheit.* Göttingen: Hogrefe.
6. Universität Flensburg. [www-Dokument] URL: <http://www.biat.uni-flensburg.de/BiBB-IT/Studie-Teilbericht-Bedarf.pdf>
7. Wieland, R., Timm, E. & Klemens, S. (2002): *Die Zukunft der IT-Branche gesund und erfolgreich gestalten. Beschreibung des Projekts IT mobil.* Unveröffentlichtes Dokument, Bergische Universität Wuppertal.

Telefonarbeit in Schweizer Call Centers: Eine typologische Betrachtung zur Arbeitstätigkeit und zum Befinden des Personals

Ivars Udris, Marc Baumgartner

Institut für Arbeitspsychologie, Eidgenössische Technische Hochschule Zürich

1. Einleitung und Fragestellungen

Parallel zur dynamischen Entwicklung und zunehmenden Bedeutung der personenbezogenen Dienstleistungen ist eine Zunahme psychologischer Forschung in diesen Tätigkeitsbereichen zu beobachten. Dies trifft auch für den Bereich zu, der kurzgefasst als „Telefonarbeit“ bezeichnet werden kann, organisiert in der Call Center-Branche. Viele Untersuchungen zu Call Centers (CC) beschränken sich allerdings auf die übliche Unterscheidung der Kommunikationsrichtungen: *Inbound Calls* und *Outbound Calls*. Differenziertere Unterscheidungen nach der Art der Tätigkeiten der Call Center Agents (CCA) sowie den damit verbundenen Auswirkungen auf das Personal sind vergleichsweise rar. Zwischen den verschiedenen CC bestehen nämlich große Unterschiede in Bezug auf deren Auftrag, Mitarbeiterstruktur und -zahl, Branchenzugehörigkeit, technischer Entwicklungsstand, Kundensegment, etc. Einzig die Tatsache, dass sie eine Dienstleistung mit Telefonen gegenüber Kunden erbringen, ist allen gemeinsam.¹

Gegenstand des Beitrags sind einige Untersuchungsergebnisse aus dem Projekt „CALL - Call Centers in der Schweiz. Psychologische Untersuchungen in 14 Organisationen“ (Baumgartner, Good & Udris, 2002), in dem u.a. folgende Fragestellungen untersucht wurden: Welches sind die Haupttätigkeiten und welches die Nebentätigkeiten der CCA? Wie kann anhand dieser Tätigkeiten sowie anderer relevanter Merkmale eine sinnvolle Typendifferenzierung stattfinden? Welche Zusammenhänge bestehen zwischen unterschiedlichen Tätigkeitstypen in den CC und Befindens- und Verhaltensmerkmalen wie Arbeitszufriedenheit (Formen der AZ sensu Bruggemann, 1976), Commitment und Fluktuation bei den CCA? Welche Aspekte der Arbeitstätigkeit lassen sich als Prädiktoren für diese Merkmale identifizieren?

2. Methodik

Untersucht wurden 14 CC in der deutschen Schweiz, die ein breites Spektrum der vielfältigen Branche abdecken. Die hauptsächlichsten Untersuchungsmethoden waren - neben Dokumentenanalysen von betrieblichen Unterlagen und Beobachtungen an den CCA-Arbeitsplätzen - mündliche Interviews und schriftliche Fragebögen (u.a. SALSA von

¹ Auf Literaturhinweise wird zugunsten der Ergebnisdarstellung der eigenen Untersuchung verzichtet (vgl. ausführlich Baumgartner, Good & Udris, 2002).

Rimann & Udris, 1997). Befragt wurden: 13 Call Center ManagerInnen (CCM), 20 Call Center TeamleiterInnen (CCT) und 242 Call Center AgentInnen (CCA). In der folgenden Ergebnisdarstellung werden Aussagen aller drei Gruppen der Befragten einbezogen.

3. Ergebnisse

3.1 Eine Typologie von Call Center-Tätigkeiten

Da die Aufgaben und Tätigkeiten in der CC-Branche sehr unterschiedlich sind, ermöglicht eine typologische Betrachtungsweise - jenseits der üblichen Unterteilung in Inbound-CC und Outbound-CC - wesentlich differenziertere Ergebnisse, die auf die Qualität der Arbeitstätigkeit und der sozialen Situation in den CC verweisen. Geier, Groth und Grass (2001) entwickelten anhand der Arbeitsinhalte und Kommunikationsrichtung (Inbound-/Outbound-Calls) eine Typologie von CC-Tätigkeiten, die Grundlage der eigenen Typisierung war. Mittels Cluster-Analysen wurden mit den Merkmalen der Arbeitstätigkeit der CCA die 14 CC in vier unterschiedliche CC-Typen gruppiert (Anzahl der CC und der CCA in Klammern):

(1) *Beratungs- und Beschwerdemanagement BBM (3 CC, N = 80)*

Die Hauptaufgabe besteht im Beratungsservice für die gekauften Produkte und Dienstleistungen gegenüber den Kunden. Ziel ist ein kundenorientiertes Problemlöse- und Beschwerdemanagement. Zu den Nebentätigkeiten gehören der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen bzw. die Auftragsannahme und deren Verarbeitung sowie die Verarbeitung standardisierter Informationen. Es handelt sich dabei *vorwiegend* um *Inbound-CC*, jedoch mit einem geringen Anteil an *Outbound-Tätigkeiten* im Bereich des aktiven Kundenmanagements. Zudem lassen die ausgeübten Tätigkeiten darauf schließen, dass es sich um die komplexeste und anspruchsvollste der untersuchten CC-Tätigkeiten handelt. Die Dauer der Telefongespräche ist in diesem Typ am längsten und beträgt durchschnittlich 8,1 Minuten. Die CCA erledigen auch am wenigsten Anrufe pro Stunde.

(2) *Informationsmanagement IM (3 CC, N = 68)*

Die Hauptaufgabe besteht in der vorwiegend standardisierten Informationsverarbeitung und Auskunftserteilung. Dazu gehören ebenfalls die Weitervermittlung von Anrufen sowie die Adressdatenverwaltung. Die zweitwichtigste Aufgabe in einem solchen CC ist der Beratungsservice gegenüber Kunden für gekaufte Produkte und Dienstleistungen, mit dem Ziel eines kundenorientierten Problemlöse- und Beschwerdemanagements. Auftragsmanagement und Kundenmanagement werden ebenfalls betrieben, jedoch zu einem relativ geringen Anteil. Es handelt sich dabei um CC mit einem *hohen Anteil an Inbound-Anrufen* und wenigen *Outbound-Anrufen*. Die Dauer der Telefongespräche ist in diesem

Typ am kürzesten und beträgt durchschnittlich 2,5 Minuten. Die CCA erledigen auch am zweitmeisten Anrufe pro Stunde.

(3) *Auftragsmanagement AM (4 CC, N = 62)*

Die Hauptaufgabe besteht in der Auftragsannahme bzw. dem Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen. Dies erfolgt meist durch die Eingabe standardisierter Angaben bzw. Daten, welche den vom Kunden bezweckten Vorgang auslösen. Zu den Nebentätigkeiten gehören das Informationsmanagement sowie das Beratungs- und Beschwerdemanagement. Ein ausgesprochen geringer Anteil der Tätigkeit bezieht sich auf das aktive Kunden- und Kampagnenmanagement. In diesem Typ befinden sich CC, die *fast ausschließlich Inbound-Anrufe* bearbeiten. Die Dauer der Telefongespräche ist in diesem Typ ebenfalls eher kurz und beträgt durchschnittlich 2,7 Minuten. Die CCA dieser CC erledigen die meisten Anrufe pro Stunde.

(4) *Kunden- und Kampagnenmanagement KKM (4 CC, N = 32)*

Die Hauptaufgabe besteht in einem aktiven Management von Kundenbeziehungen sowie von Kampagnen. Unter dem Begriff „Management von Kundenbeziehungen“ sind Leistungen zu verstehen, die auf bestehende Kunden zielen, wie z. B. Kundenrückgewinnung oder aktive Kundenbetreuung. Der Begriff „Kampagnenmanagement“ umfasst alle Dienstleistungen, die eine definierte Aufgabe/Kampagne verfolgen, deren Laufzeit zeitlich beschränkt ist. Kleinere Nebentätigkeiten sind das Informationsmanagement sowie Beratungsmanagement. Da es sich um *Outbound-CC* handelt, findet kaum Auftragsmanagement statt, welches typischerweise eine *Inbound-Tätigkeit* ist. Die Dauer der Telefongespräche ist in diesem Typ am zweitlängsten und beträgt durchschnittlich 4 Minuten. Die CCA erledigen auch am zweitwenigsten Anrufe pro Stunde.

Die CC-Branche ist also sehr vielfältig. Den CC ist zwar allen die Tatsache gemeinsam, dass die CCA im täglichen telefonischen Kundenkontakt stehen und durch Computer in ihrer Arbeit unterstützt werden. Die konkreten Tätigkeiten und deren Anteile an der täglichen Arbeit variieren jedoch stark. Will man die CC-Branche analysieren, dann müssen diese Unterschiede berücksichtigt werden.

Der Abwechslungsreichtum der Tätigkeit der CCA wird von den CCT über alle Typen hinweg in den meisten Fällen als relativ gering eingeschätzt. Sie sind jedoch gleichzeitig der Meinung, dass der mangelnde Abwechslungsreichtum zum Teil kompensiert werden könne. Die CCT des Typs BBM gehen davon aus, dass wegen der Komplexität der Arbeitsinhalte die Monotonie frühestens nach ca. einem Jahr eintreten werde. CCT aus den Typen KKM sowie IM sehen den Abwechslungsreichtum vor allem in den unterschiedlichen Projekten und Produkten, die durchgeführt und angeboten werden. Allgemein wird der stetige Kontakt mit den unterschiedlichsten Kundensegmenten als ein Aspekt wahrge-

nommen, der auch über längere Zeit hinweg am meisten Abwechslung bieten könne.

Der geringe Handlungsspielraum der CCA wird von den Vorgesetzten ebenfalls als kritischer Punkt erkannt, wird aber als mehr oder weniger unveränderbare Tatsache akzeptiert, dies vor allem wegen der starken Technikabhängigkeit der CC-Arbeitsplätze und der in gewissen CC vorgegebenen Verhaltens- und Kommunikationsregeln. Obwohl also die Arbeitstätigkeit teilweise als problematisch erkannt wird, sind kaum Änderungsmaßnahmen geplant bzw. umgesetzt. Es besteht vielmehr die Tendenz dazu, diese Problematik als unabdingbare Tatsache des CCA-Berufes zu akzeptieren.

3.2 Befinden der Call Center Agents

Ein Vergleich der CC-Typen hinsichtlich der Verhaltens- und Befindensmerkmale Fluktuation und Fluktuationstendenz, Arbeitszufriedenheit und Commitment mit dem Unternehmen zeigt folgenden Unterschiede.

Fluktuation und Fluktuationstendenz

Fluktuationsraten und Fluktuationstendenz sind sensible Indikatoren für die Qualität der Arbeit, für Führung und Organisation eines Unternehmens. Die *Fluktuationsraten* im Jahr 2001 betragen bei den vier Typen: BBM 11%, IM 27%, AM 21%, KKM 24%, bei einem Durchschnitt über alle CC von 21% und einer Spannweite zwischen 8% und 50%. Als häufigste Fluktuationsgründe wurden genannt: mangelnde Entwicklungsmöglichkeiten sowie Monotonie und Interesse, Neues zu lernen.

Die CCA des Typs BBM weisen eine signifikant höhere *Fluktuationstendenz* auf als die CCA der beiden Typen AM und KKM. Zudem weist auch der Typ IM eine signifikant höhere Fluktuationstendenz auf als der Typ AM. Bei der Gesamtstichprobe liegt der Mittelwert bei 2,9².

Arbeitszufriedenheit

Gesamthaft gesehen ist die Arbeitszufriedenheit der CCA mittelmässig bis eher zufriedenstellend. Sämtliche Mittelwerte der Gesamtstichprobe für die sieben erfassten Aspekte der AZ bewegen sich zwischen 3,2 für die Arbeitsinhalte und das Entwicklungspotential sowie 3,9 für das Betriebsklima und die Arbeitszeiten. Die AZ ist im Typ KKM am höchsten ausgeprägt, es handelt sich dabei vor allem um eine stabilisierte Zufriedenheit. Die CCA sind mit ihrer Situation zufrieden, sie haben auch keine Intention für Veränderungen und möchten die gegenwärtige Situation so erhalten, wie sie ist. Im Typ AM ist es dasselbe. Hinzu kommt, dass die fixierte Unzufriedenheit in diesem Typ signifikant geringer ist als bei den Typen BBM und IM. Der Typ IM fällt vor allem durch die signifikant geringere Ausprägung der progressiven Zufriedenheit auf. Die CCA in diesem Typ sind vor allem resignativ Zufriedene, während beim Typ BBM vor allem die konstruktive Unzufriedenheit signifikant höher ist. Beispielhaft zeigt sich, dass zwar der Typ BBM die niedrigsten (objektiven) Fluktuationsraten aufweist, aber die höch-

ste (subjektive) Fluktuationstendenz zeigt, die wiederum mit dem niedrigsten Grad sowohl der Zufriedenheit mit verschiedenen Kontext- und Kontext-Aspekten der Arbeit sowie mit einer geringen stabilisierten und progressiven Arbeitszufriedenheit korrespondiert. Ähnlich verhält es sich beim Typ BBM mit dem Commitment gegenüber der Firma, die am niedrigsten ist.

Prädiktoren für Befinden und Zufriedenheit

Schrittweise multiple Regressionsanalysen mit Arbeitsmerkmalen (Anforderungen, Belastungen, soziale und organisationale Ressourcen: u.a. Teamklima, Führungsstil sowie Entwicklungsmöglichkeiten) als *Prädiktoren* und Arbeitszufriedenheit, Commitment, psychosoziales Wohlbefinden und anderen Merkmale als *Kriterien* zeigten folgende, mit aller Vorsicht als kausal zu interpretierende Zusammenhänge.³

Die sozialen Ressourcen, wie das mitarbeiterorientierte Vorgesetztenverhalten und das Sozialklima, üben den größten positiven Einfluss auf diese Kriterien aus. Weitere Ressourcen mit einem positiven Einfluss sind hohe Qualifikationsanforderungen der Tätigkeit, Verantwortung sowie Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten der CCA. Als Gegenstück dazu ist vor allem die Unterforderung durch die Arbeitstätigkeit von großem negativen Einfluss. Quantitative sowie qualitative Unterforderung führen zu einem geringeren Commitment, zu geringerer Arbeitszufriedenheit, zu einer geringeren Identifikation mit den Produkten, zu einer geringeren Verweildauer im CC und zur Senkung der Bereitschaft zur Wiederwahl des CCA-Berufes.

Welches sind die Prädiktoren, die einen Einfluss auf die Gesundheit und das Wohlbefinden der CCA haben? Auch hier haben das Sozialklima und das Vorgesetztenverhalten den stärksten Einfluss. Gereiztheit und Belastetheit werden vor allem durch ein belastendes Sozialklima und ein belastendes Vorgesetztenverhalten beeinflusst. In diesen Bereich gehört auch die Abhängigkeit von CCA gegenüber ihrem Team. Je größer diese Abhängigkeit ist, um so stärker die Gefahr der Gereiztheit und Belastetheit. Die Übereinstimmung zwischen den Erwartungen, die CCA an die Stelle haben, und der angetroffenen Realität hat vor allem eine psychologische Wirkung auf die CCA. Je geringer diese Übereinstimmung ist, um so größer die Beschwerden, die Gereiztheit und Belastetheit und um so geringer das psychosoziale Wohlbefinden.

Wie steht es um die zentrale Ressource der Arbeitstätigkeit selbst? Die Aufgabenvielfalt, der Tätigkeitsspielraum und das Qualifikationspotential beeinflussen das psychosoziale Wohlbefinden, die Gereiztheit und Belastetheit sowie die körperlichen und psycho-vegetativen Beschwerden. Unsere Untersuchung hat gezeigt, dass gerade die Aufgabenvielfalt und der Tätigkeitsspielraum in den meisten CC eher gering ausgeprägt sind. Ausgehend von den beschriebenen Unterschieden in den CC-Typen sind also Ansätze der Arbeits- und Organisationsgestaltung gefragt.

² Bei allen Mittelwerten handelt es sich um Skalen des Fragebogens mit 5-stufigen Likert-Antwortskalen.

³ Auf die Darstellung und Kommentierung der statistischen Kennwerte der Regressionsanalysen wird aus Platzgründen verzichtet.

5. Literaturhinweise

1. Baumgartner, M., Good, K. & Udris, I. (2002): CALL - Call Centers in der Schweiz. Psychologische Untersuchungen in 14 Organisationen (Forschungsprojektbericht). Zürich: Eidgenössische Technische Hochschule, Institut für Arbeitspsychologie.
2. Bruggemann, A. (1976): Zur empirischen Untersuchung verschiedener Formen von Arbeitszufriedenheit. Zeitschrift für Arbeitswissenschaft, 30, 7-74.
3. Geier, A., Groh, G. & Grass, G. (2001): November: Referenzprozesse und Rollenkonzepte im Customer Care Center (INCCA AP3). Stuttgart: GSM Gesellschaft für Softwaremanagement GmbH.
4. Rimann, M. & Udris, I. (1997): Subjektive Arbeitsanalyse: Der Fragebogen SALSA. In O. Strohm & E. Ulich, E. (Hrsg.), Unternehmen arbeitspsychologisch bewerten. Ein Mehr-Ebenen-Ansatz unter besonderer Berücksichtigung von Mensch, Technik und Organisation (S. 281-298). Zürich: vdf Hochschulverlag.

Gesundheitsförderung: Aktivierung von Mitarbeitern

Christian Schwennen, Hans-Peter Musahl,
Stephan Hinrichs

Universität Duisburg-Essen, FG Arbeitspsychologie

Die Wirksamkeit und Effektivität von Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung ist unter dem Diktat der Kosten vermehrt ins Blickfeld betrieblicher Entscheidungsträger gerückt – Gesundheitsförderung ist ein Teil der betriebswirtschaftlichen Gewinn- und Verlustrechnung. Dies führte zu Präzisierungen der Folgen des §20 (2) SGB V (Pfeifer, 2001), der rechtlichen Grundlage des Zusammenwirkens von Krankenkassen und gesetzlicher Unfallversicherung bei der Prävention arbeitsbedingter Gesundheitsgefahren. Aber Führungskräfte sehen häufig keinen Bedarf an entsprechenden Programmen – die zentrale Rolle am Arbeitsplatz kommt der Produktion zu.

In dieser skeptischen Einschätzung sind die Mitarbeiter häufig die heimlichen Verbündeten der Betriebsführung: Der Glaube an die eigene Unversehrtheit (Perloff & Fetzer, 1986; Weinstein, 1987), verknüpft mit der Einstellung „Gesundheit ist meine Privatsache“ (Erke, 1998; Musahl, 2000), begünstigt eine *entkoppelte Sicht von Arbeit und Gesundheit*. Sie hat dazu geführt, dass Gesundheitsförderungsprogramme in der Vergangenheit vornehmlich gesundheitsbewusste Personen angesprochen haben, die zudem häufig ein geringes Risikoverhalten aufweisen. Angebote verfehlten insbesondere benachteiligte Personengruppen, wie z.B. Schichtarbeiter (Pfeifer, 2001).

Fragestellung

Geleitet von Forderung der WHO, dass „Gesundheitsförderung auf einen Prozess, allen Menschen ein höheres Maß an Selbstbestimmung über ihre Lebensumstände und Umwelt zu ermöglichen und sie damit zur Stärkung ihrer Gesundheit zu befähigen, zielt“ und dass „Menschen ihr Gesundheits-

potential nur dann weitestgehend entfalten können, wenn sie auf die Faktoren, die ihre Gesundheit beeinflussen, auch Einfluss nehmen können“ (WHO, 1993), befasst sich der vorliegende Beitrag mit der Aktivierung der Mitarbeiter zu kontinuierlicher Gesundheitsarbeit am Arbeitsplatz. Dabei umfasst Gesundheitsförderung sowohl Verhaltensänderungen der Betroffenen als auch die Veränderung der Arbeitsverhältnisse. Demgegenüber werden betriebliche Maßnahmen durch Programme dominiert, die Verhaltensänderungen herbeiführen sollen (Bamberg & Busch, 1996). Die starke Bezugnahme auf den Mitarbeiter weist sie gerade nicht als Programme präventiver betrieblicher Gesundheitsförderung aus (Mohr & Udris, 1997): Sie muss verhaltens- und verhältnisorientiert sein. Prävention beinhaltet demnach explizit die Mitwirkung an der Gestaltung der Arbeitsbedingungen und nicht nur die Akzentuierung der schon eingetretenen Folgen dieser Bedingungen.

Gesundheitsschutz muss die gesamte betriebliche Organisation betreffen (Badura, 1993). Hierzu muss das Interesse der Mitarbeiter und Führungskräfte an gesundheitsrelevanten Themen geweckt werden und es müssen Bedingungen geschaffen werden, unter denen sich Mitarbeiter in Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung einbringen können. Dazu bedarf es der Förderung von Kompetenzen, im Gesundheitsschutz wirksam zu handeln. Daher kann betriebliche Gesundheitsförderung nur als ein kooperatives Anliegen des gesamten Unternehmens gelingen (vgl. Kuhn & Lück, 1995).

Um diesen Forderungen gerecht zu werden, wurde ein Programm entwickelt, dessen Grundlagen aus der Gefahrenkognitionstheorie (Musahl, 1997) stammen. Untersuchungen aus dem Bereich der Arbeitssicherheit zeigen, dass es bei Einschätzungen der Gefährlichkeit bestimmter Tätigkeiten zu massiven Unterschätzungen kommt (Börmann & Hering, 2000; Wormuth et al., 2002). Die zu ihrer Überwindung erforderliche Sicherheitsarbeit in Kleingruppen sollte als Einstieg in eine partizipative Arbeitssicherheits- und Gesundheitsarbeit genutzt werden.

Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

In einem Unternehmen der Stahlindustrie mit rund 5.000 Mitarbeitern sollen – in Kooperation mit der zuständigen Berufsgenossenschaft und der Betriebskrankenkasse (BKK) – Arbeits- und Gesundheitsschutz *am Arbeitsplatz* gefördert werden. Das Vorgehen entfaltet seine Wirksamkeit durch die Aktivierung der Mitarbeiter für ihre eigenen Belange, denn Unfälle und Erkrankungen werden als Bedrohung der eigenen Unversehrtheit anerkannt. In Kleingruppen soll dann eine ganzheitliche Prävention für den Arbeits- und Gesundheitsschutz erarbeitet werden.

Studie I: Arbeitssicherheit

Ausgehend von der Annahme, dass Mitarbeiter die Unfallbelastetheit einiger weniger ihrer Tätigkeiten falsch einschätzen, wurde die objektivierte Unfallsituation tätigkeitsbezo-