

Aus der Arbeit des IAG

Ausgabe 4/2013

617.0-IAG:617.1

Evaluationsmodell für die Kampagne „Denk an mich. Dein Rücken“

Problem

Das richtige Maß an Belastung hält den Rücken gesund. Mit dieser Botschaft wendet sich die Präventionskampagne „Denk an mich. Dein Rücken“ an Arbeitgeber und Versicherte. In der Kampagne arbeiten die Berufsgenossenschaften, Unfallkassen, ihr Spitzenverband Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV), die Sozialversicherung Landwirtschaft, Forsten und Gartenbau sowie die Knappschaft zusammen. Gemeinsam verfolgen sie das Ziel, arbeitsbezogene Rückenbelastungen zu verringern.

Konkrete Präventionsziele der Kampagne sind:

- Erhöhung der Anzahl der Betriebe mit ergonomisch optimierten Arbeitsplätzen, -stätten und -abläufen, auch unter Berücksichtigung altersgerechter Arbeitsplätze
- Erhöhung von Anzahl und Qualität der Gefährdungsbeurteilungen zu physischen und psychischen Belastungen mit Schwerpunkt Rücken
- Erhöhung der Anzahl der Betriebe, die arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen nach dem Grundsatz G46 durchführen
- Erhöhung der Anzahl von Versicherten, die Präventionsangebote mit Bezug auf Rückenbelastungen oder -beschwerden wahrnehmen
- Erhöhung der individuellen Gesundheitskompetenz der Versicherten



Kampagnenmotiv

- Ableitung konkreter Präventionsprodukte aus arbeitswissenschaftlichen und arbeitsmedizinischen Forschungserkenntnissen und Anwendung in der betrieblichen und schulischen Praxis
- Erhöhung der Anzahl von Schulen mit einem geeigneten Konzept „Gute gesunde Schule“
- Verbesserung der Präventionskultur in Betrieben und Schulen.

Um die Wirksamkeit dieser Präventionskampagne zu überprüfen, soll eine Evaluation durch das IAG erfolgen.

Aktivitäten

Das IAG hat das Evaluationsmodell für Kampagnen weiterentwickelt. Darin sind aus den definierten Zielen der Kampagne Kriterien und Indikatoren zu ihrer Wirksamkeitsmessung abgeleitet.

Das Evaluationskonzept umfasst neun Ebenen:

- **Konzeptevaluation:** Bewertung und Akzeptanz der geplanten Maßnahmen durch die Zielgruppen vor dem breitem Einsatz (Zielgruppen-Tests) sowie Wahrnehmung, Bewertung und Akzeptanz der Kampagne durch die internen Kampagnenakteure
- **Umfang der Aktivitäten und Maßnahmen:** alle Maßnahmen aus den Bereichen Aktivitäten, Medien, Werbung und Give-aways dokumentieren
- **Medienresonanz:** redaktionelle Presse-, Online-, Hörfunk- und TV-Beiträge anhand von qualitativen und quantitativen Merkmalen dokumentieren und bewerten
- **Wahrnehmungs-/Akzeptanz-/Bewertungsebene:** die Wahrnehmung der Kampagne bei den Zielgruppen ermitteln (Aufmerksamkeit, Erinnerung, Verständlichkeit, Assoziationen)
- **Verhaltens-/Verhältnis-/Veränderungsebene:** tatsächliche Veränderungen in der Zielgruppe messen (Wissen, Einstellungen, Verhalten, Image)
- **Auswirkungen im Betrieb:** Effekte der Kampagnenmaßnahmen auf spezifische Kennzahlen ermitteln
- **Qualität von Struktur und Prozessen der Kampagne:** Organisation und Abläufe ermitteln und bewerten, um interne Prozesse zu optimieren
- **Handlungsempfehlungen und Beratung der Träger zur Evaluation:** Evaluationen der Träger unterstützen
- **Rückmeldung der Evaluation:** Evaluationsergebnisse strukturiert und kontinuierlich rückmelden.

Ergebnisse und Verwendung

Die Evaluation der Kampagne gibt Auskunft darüber

- welche Erwartungen und Bedürfnisse die Zielgruppen an die Kampagne haben
- welche Maßnahmen und Aktivitäten mit welcher Reichweite durchgeführt und von den Medien aufgegriffen werden
- wie die Kampagne von den Zielgruppen wahrgenommen wurde/Aufmerksamkeit geweckt hat
- welche Wirkung sie bezüglich des Verhaltens bei den Zielgruppen und bezüglich der Verhältnisse im Betrieb erzielt
- wie gut die Beschäftigten der Kampagnenträger über die Kampagne informiert sind und wie motiviert sie sind, diese an die Zielgruppen zu vermitteln
- wie die Organisation und Durchführung der Kampagne intern bewertet wird und welche Verbesserungspotenziale für zukünftige Kampagnen vorhanden sind.

Damit ermöglicht die Evaluation strukturierte und zeitnahe Informationen über den Stand der Kampagne und ihrer Maßnahmen.

Nutzerkreis

Berufsgenossenschaften und Unfallkassen

Weiterführende Informationen

- www.deinruecken.de

Fachliche Anfragen

IAG, Bereich Evaluation und Betriebliches Gesundheitsmanagement