



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI

Bundesamt für Gesundheit BAG

Tabakpräventionsfonds

Schlussbericht für Tabakpräventionsprojekte und -programme

(bitte nicht handschriftlich ausfüllen)

Projektname	Unternehmen rauchfrei	
Projektstart	01.04.2010	
Projektende	31.03.2015	
Beitragsempfängerin / Beitragsempfänger	Name Strasse / Nr. PLZ / Ort	Lungenliga beider Basel Kanonengasse 33 4410 Liestal
Kontaktperson	Anja Reimann	
Verfügungsnummer	10.000022_b vom 13.05.13	
Verfügungssumme	3'953'006.- CHF	

Ort / Datum

Liestal, September 2015

Unterschrift

Anja Reimann
Projektleitung Unternehmen rauchfrei

Bitte beachten Sie die Erläuterungen zum Schlussbericht und zur Schlussabrechnung.
Sie befinden sich auf der
Website des TPF.

INHALTSVERZEICHNIS

Teil A

1	Zusammenfassung des Schlussberichts.....	2
2	Beurteilung der Resultate.....	2
3	Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung).....	5
4	Chancengleichheit.....	5
5	Weitere Punkte.....	6

Teil A

1 Zusammenfassung des Schlussberichts

Stellen Sie kurz den Projektverlauf, wichtigste Erkenntnis über Ergebnisse sowie Ihre Empfehlungen dar.

Die Projektphase 2010 bis 2014 baut auf den erreichten Zielen und Erkenntnissen der Projektphase 2007-2009 auf.

Alle Interventionen werden gestützt auf wissenschaftliche Daten und nutzen empirisch nachgewiesene Methoden. Dabei wird ganz konkret auf die Bedürfnisse der Zielgruppen eingegangen. Denn nur wenn die Intervention in die Lebenswelt der Ansprechpartner passt, kann eine Verhaltensänderung erzielt werden.

Im Mai 2010 tritt das Gesetz zum Schutz vor Passivrauchen in Kraft. Während viele Firmen gute Wege finden, das Gesetz in ihrem betrieblichen Alltag umzusetzen, verzeichnen wir in den Jahren nach dem Inkrafttreten deutlich eine Nachfrage nach unseren Beratungsdienstleistungen. Wir begleiten die Firmen bei der korrekten Umsetzung des Gesetzes. Einige Betriebe nutzen die Regelungsumstellung, um ihre Mitarbeitenden beim Rauchstopp mit unseren Trainings zu unterstützen. In den folgenden Jahren zeigt sich dann, dass das Gesetz auch eine Kehrseite mit sich bringt: Der Name Unternehmen rauchfrei löst bei den Betrieben die Reaktion aus, dass sie ja bereits rauchfrei seien und somit unsere Dienstleistungen nicht benötigen. Diese unbeabsichtigte Resonanz verlangsamt unsere Kundenakquise und bringt uns zu der Erkenntnis, dass bei der Namenswahl die Passung auch bei sich ändernden Rahmenbedingungen hätte berücksichtigt werden müssen.

Die erfolgreiche Ausdehnung unserer Aktivitäten in die Romandie basiert ausschlaggebend auf der Belastbarkeit und Stabilität des Lungenliga Netzwerkes. Die Lungenliga Waadt vertritt Unternehmen rauchfrei in der Romandie mit gleichen Qualitätsstandards und Schlagkraft. Das Netzwerk der Trägerorganisation ist also sehr relevant, wenn das Projekt schnell eine nationale Wirkung erzielen soll.

Die Ausdehnung in die Romandie generiert auch die Notwendigkeit eines französischen Namens und Logos. Dies zeigt wiederum, dass es sich gelohnt hätte, bei der Namenswahl eine in allen Landessprachen und in englisch kompatible Bezeichnung zu wählen.

Um die geografische Abdeckung möglichst umfassend zu gewährleisten, werden spezifische Mitarbeitende eingestellt, die die Kundenakquise und -betreuung gewährleisten. Hier erreichen wir dank einem sich optimal ergänzenden und gut qualifizierten Teams sehr gute Ziele. Wobei die wirkliche Breitenwirksamkeit erst entsteht, als wir ein professionelles Callcenter mit der Kaltakquise beauftragen. Anhand eines klaren Gesprächsleitfadens gelinkt es, dass Firmen uns zu einem persönlichen Erstgespräch einladen. Die Inanspruchnahme dieser konkreten, professionellen Dienstleistung stellt einen eindeutigen Mehrwert dar.

2 Beurteilung der Resultate

Falls Ihr Projekt extern evaluiert wurde, legen Sie bitte den Evaluationsbericht bei.

Welches waren Ihre Detailziele und angezielten Ergebnisse (Meilensteine) und wie beurteilen Sie die Zielerreichung? Bitte füllen Sie die untenstehende Tabelle aus.

Ziel (Detailziele / Meilensteine gemäss Gesuchseingabe Pt 4. / 4.1)	erreicht	teilweise erreicht	nicht erreicht	Kommentar
Beratung/Prozessbegleitung für Verantwortungsträgerinnen und -träger in Unternehmen (Geschäftsführende, HR-Verantwortliche, Sicherheitsverantwortliche u. Ä.) ist nachhaltig etabliert	Ja			Eigens ausgebildete, qualifizierte und regional verwurzelte Berater decken einen Grossteil der Schweiz ab. Die Firmen bezeugen durchwegs eine hohe Zufriedenheit mit den Dienstleistungen.
Rauchstopp-Training für Rauchende in Unternehmen ist erfolgreich (qualitativ und quantitativ)		Ja		Die quantitative Zielerreichung verzeichnet im Jahr 2014 einen leichten Rückgang. Dieser kann verschiedene interne wie auch externe Gründe haben: Personelle Fluktuation im Projektteam, Vakanz in der Projektleitung, Ressourcenbindung aufgrund Verlängerungsgesuchserarbeitung, allgemeine Investitions-

				scheue aufgrund von geringerem Wirtschaftswachstum. Die qualitativen Ziele können mehrheitlich erreicht werden. Wobei anzumerken ist, dass eine wissenschaftlich korrekte Messung der Erfolgsrate von Rauchstopp-Trainings nach einem Jahr nach den Intention to treat Richtlinien das Defizit mit sich bringt, dass dieser Wert stark durch die Rücklaufzahlen beeinflusst wird. Die Verbindlichkeit der Umfrageteilnahme nach 1 Jahr ist allerdings in unserer schnelllebigen Zeit meist gering.
Informationsveranstaltungen für Rauchende und Nichtraucher in Unternehmen wurden durchgeführt	Ja			Unternehmen wie auch Mitarbeitende schätzen die unverbindliche und motivierende Informationsvermittlung. Bereits die Informationsveranstaltungen generieren eine hohe Sensibilisierungswirkung.
Weiterbildung Rauchstopp-Training für Projektmitarbeitende nach IFT-Modell ist erfolgreich (quantitativ und qualitativ) jeweils in der Deutschschweiz und in der Romandie	Ja			Die standardisierte Aus- und Weiterbildung nach einem bereits erprobten Konzept, welches lediglich auf die Schweizer Kultur angepasst wurde, bewährt sich in mehrerer Hinsicht: - Konsistenz in der Qualität - Kohärenz betreffend des Dienstleistungsinhalts - Benchmarking und Vergleichbarkeit mit anderen Anwendern des gleichen Konzeptes möglich
Unternehmen rauchfrei wird in der Öffentlichkeit wahrgenommen	Ja			Marketing- und Kommunikationskonzept ist mit einer professionellen Agentur erarbeitet. Die Homepage ist auf deutsch und französisch erstellt. Die lokale Vertretung in der Romandie ist etabliert und gewinnt an Bekanntheit.
Vernetzung und Synergien mit weiteren Fachstellen, Unternehmen und Institutionen, die sich mit betrieblichem Gesundheitsmanagement befassen, werden genutzt	Ja			Unternehmen rauchfrei ist bei Fachstellen und Institutionen bekannt. Dabei vernetzt sich Unternehmen rauchfrei aktiv mit Akteuren der Tabakprävention, mit Gesundheitsfachleuten und Spitälern wie auch mit Wirtschaftsvertretern im Rahmen von Plattformen für betriebliches Gesundheitsmanagement.

Nennen Sie Beispiele an denen man den Unterschied sehen kann, den das Projekt bei der Zielgruppe macht (Income-Outcome-Relation) und nehmen Sie dabei Bezug zum Wirkungsmodell (www.tabak-praevention.ch / Rubrik Wirkungsmanagement).

Unternehmen rauchfrei arbeitet mit zwei Zielgruppen: Einerseits den Unternehmen mit dem Ziel der Verhältnisprävention und andererseits deren Mitarbeitenden mit dem Ziel der Verhaltensprävention. Die Zielgruppen können nicht unabhängig von einander betrachtet werden, da die Verhältnisprävention beiträgt zur Verhaltensänderung der Rauchenden.

Income	Aktivität	Outcome
Firmen sind sich ihres Stellwertes betreffend des Rauchverhaltens ihrer Mitarbeitenden nicht bewusst. Ihr Verhalten ist meist neutral bis zurückhaltend. Häufig ist der prozentuale Anteil Rauchender unbekannt.	Angebot von Unternehmen rauchfrei kommunizieren	Personalverantwortliche sammeln Daten über den Anteil Rauchender. Sie reflektieren Ihre Fürsorgepflicht als Arbeitgebende.
Firmen stufen das Rauchen der Mitarbeitenden nicht bewusst als gesundheitsrelevant ein.	Beratung durch Unternehmen rauchfrei	Personalverantwortliche und mancherorts Mitglieder der Geschäftsleitung erkennen die gesundheitliche Hebelwirkung des Rauchstopps. Sie sind motiviert ihren Beitrag hierzu zu leisten.
Betriebe wissen nicht um die Mehrkosten, die ihnen durch das Rauchen insgesamt entstehen.	Kennzahlen des Betriebs werden in unserem Kostentool ermittelt.	Das Wissen um den Return of investment (ROI) wirkt als Entscheidungstreiber: Betriebliche Tabakprävention rückt in den betriebswirtschaftlichen Fokus.
Betriebe investieren nicht in die Rauchfrei-	Beratung durch Unterneh-	Die Geschäftsleitung gewährt das Budget

heit Ihrer Mitarbeitenden.	men rauchfrei	für Info-Events und Rauchstopp-Training.
Betriebe betrachten das Rauchverhalten ihrer Mitarbeitenden als deren Privatsache.	Zusammenarbeit mit Unternehmen rauchfrei	Betriebe erkennen die Wichtigkeit Ihres Engagements und den Stellenwert ihrer Haltung gegenüber den Rauchenden für die Bereitschaft zum Rauchstopp der Mitarbeitenden. Im betrieblichen Gesundheitsmanagement ist Tabakprävention ein integraler Bestandteil.
Das mittlere Management übernimmt keinerlei Funktion im betrieblichen Gesundheitsmanagement.	Führende Mitarbeitende sind ganz konkret in den Info-Events und zum Abschluss der Rauchstopp-Trainings involviert	Die Gesamtmotivation der Firma, sich zukünftig weiterhin, unterstützend in der Verhältnisprävention einzusetzen, steigt. Ebenso steigt der Stellenwert des Gesundheitsschutzes allgemein im Betrieb.
Rauchende sind sich der Suchtmechanismen und ihres Verhaltens nicht bewusst.	Info-Events vermitteln Wissen und Trainings Handlungsalternativen.	Anhand des Wissens um die Mechanismen sind Rauchende befähigt, diese zu durchbrechen. Trainingsteilnehmende erhalten ihre Rauchfreiheit aktiv aufrecht.
Nichtrauchende begegnen Rauchenden mit Unverständnis. Das hohe Suchtpotenzial der Zigarette wird unterschätzt. Rauchpausen bergen Konfliktpotenzial. Im direkten Kontakt mit Rauchenden sind sie oft handlungsunfähig.	Info-Events vermitteln Wissen. Unsere Beratungen erarbeiten mit Betrieben gleichberechtigte Pausenregelungen.	Nichtrauchende zeigen Verständnis für die Rauchenden. Sie wirken motivierend auf Rauchstoppwillige und unterstützen beim Rauchstopp. Das soziale Umfeld wird zur Ressource im Rauchstopp. Die betrieblichen Pausenregelungen stellen alle Mitarbeitenden gleich.
Andere Akteure der Tabakprävention arbeiten ebenfalls auf die Denormalisierung des Rauchens hin.	Aktive Teilnahme an nationalen Treffen. Direkte Kontaktaufnahme.	Dank Vernetzung leitet Unternehmen rauchfrei aus deren Erfahrungen Ideen ab oder gestaltet Kooperationen (u.a. mit KTHPs)
Das Netzwerk der kantonalen Vertretungen der Lungenliga verfügt teilweise über sehr fundiertes Tabakpräventionswissen und über relevante Kontakte im jeweiligen Kanton.	Regelmässige Treffen zwischen Regional- resp. Projektleitenden von Unternehmen rauchfrei und kantonalen Lungenligen und der Lungenliga Schweiz.	Die Tabakpräventionsverantwortlichen der Lungenligen in der Schweiz betrachten das betriebliche Umfeld als relevantes Setting und agieren für Unternehmen rauchfrei als Multiplikatoren.

Wurde ein Wirkungsnachweis oder eine Kosten-Nutzen-Analyse durchgeführt? Was sind die Ergebnisse?

Der Wirkungsnachweis liegt in Form der nach wissenschaftlichen Kriterien¹ durchgeführten externen Evaluation vor. Mit folgenden Ergebnissen:

- Mindestens 80% der Betriebe mit der Beratung durch Unternehmen zufrieden
- Mindestens zwei Drittel der Teilnehmenden sind nach dem Training rauchfrei
- 20-30% der Teilnehmenden sind 12 Monate nach dem Training rauchfrei
- Weniger als 20% der Teilnehmenden brechen das Training ab
- Mindestens 80% der Teilnehmenden finden die erlernten Coping-Strategien hilfreich
- Mindestens 70% der Teilnehmenden geben an, dass ihre Erwartungen an das Training befriedigt sind
- Über 80% der Teilnehmenden empfehlen das Rauchstopp-Training weiter
- extern evaluierten Erfolgsquote der Rauchstopp-Trainings nach einem Jahr von 20-30%.
- Bis jetzt wurden über 3000 Kurzberatungen von Unternehmen durchgeführt, über 2000 Rauchende haben an 253 Rauchstopp-Trainings teilgenommen

¹ intention to treat

Ausserdem zeigt ein Benchmarking anhand internationaler Studien und Daten, dass unsere arbeitsbezogenen Massnahmen mit den andernorts erzielten Erfolgen korrelieren. Dieselben Studien belegen auch die optimale Wirkung von durch Verhältnisprävention unterstützten und zudem begleiteten Rauchstopps.

Eine konkrete Kosten-Nutzen-Analyse kann nicht durchgeführt werden, da unsere Hauptzielgruppe die Betriebe sind. Hier agieren wir mit dem Ziel der Verhältnisprävention. Der durch unsere Aktivitäten initiierte Wandel ist dabei von einer Vielzahl von Faktoren abhängig, die ausserhalb unseres Wirkungskreises liegen. Zudem ist der erreichbare Endzustand sehr abhängig vom allgemeinen Gesundheitsverständnis des Betriebs. Gleichwohl ist für die Projektphase 2015 bis 2018 eine Dokumentation der Effekte, welche wir in den Betrieben erzielen, vorgesehen.

3 Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung)

Wie beurteilen Sie die Nachhaltigkeit Ihres Projekts? z.B.

- bleibt die Wirkung des Projekts auch nach Projektende bestehen?
- zieht das Projekt weitere Wirkungen nach sich (Nachahmung, Schneeballeffekt)?
- gehen die durch das Projekt entstandenen Prozesse weiter und wirken sie über die Zielgruppe hinaus?

Haben Sie die Möglichkeiten der Multiplikation des Projekts geprüft? Welche Möglichkeiten haben Sie ausgemacht?

Wie werden Sie das erarbeitete Know-how sowie die gemachten Erfahrungen für andere Projekte und Anliegen nutzbar machen? Über welche spezifischen Kanäle (Präsentation, Artikel und Publikationen, Internet, Radio / TV) wurden/ werden die Ergebnisse verbreitet?

Da es sich lediglich um ein Projektphasenende handelt bleibt die Wirkung von Unternehmen rauchfrei zumindest für eine weitere Projektphase sicherlich bestehen. Wobei wir anhand der Resonanz aus den Betrieben feststellen, dass auch die durch uns erzielte Sensibilisierung bestehen bleiben wird. Erste Anzeichen eines Schneeballeffektes können darin gesehen werden, dass es bereits Initiativen zu rauchfreien Firmengeländen gibt. Allerdings gilt es, unsere Anstrengungen in der nächsten Projektphase noch weiter zu verstärken, damit die Tabakprävention bei den Betrieben ein selbstverständlicher Bestandteil des internen Gesundheitsmanagements wird. Denn bisher fokussieren die Firmen auf das rauchfreie Gelände, während sie rauchstoppwilligen Mitarbeitenden nur selten zielführende Unterstützung bieten.

Das Projekt zielt sowohl bei der Zielgruppe Firmen als auch bei der Zielgruppe Mitarbeitende auf Empowerment ab. Beide erlangen das jeweilige, nötige Wissen und die Kompetenzen, um nach erfolgter Intervention selbstständig an der Festigung der Veränderung zu arbeiten und diese auszubauen. Wobei die Befähigung derart gestaltet ist, dass beide Zielgruppen als Multiplikatoren der Veränderung agieren können.

Durch das Projekt entstehen entsprechend auch Prozesse über die Zielgruppen hinaus. So erfahren wir immer wieder vom erfolgreichen Co-Rauchstopp der Familienangehörigen, Freunden und Kollegen der Rauchstopp-Teilnehmenden. Des Weiteren wirken Vorgesetzte positiv auf die Mitarbeitenden ein, nachdem sie dank Unternehmen rauchfrei Wissen über das Rauchen erhalten haben. Sie agieren als Multiplikatoren und als Motivatoren. Auch nichtrauchende Mitarbeitende zeigen nach der Teilnahme am Info-Event mehr Verständnis für Rauchende. Dadurch sinkt das Konfliktpotenzial. Auch wirken sie positiv darauf hin, dass Rauchstopp-Versuche unternommen werden.

Die Multiplikation des Projektes wurde im Verlauf der vergangenen Projektphase immer wieder umgesetzt: Beispiele hierfür sind die Ausdehnung des geografischen Aktionsradius auf die Romandie und erste Ansätze in Richtung Tessin. Auch in der Zukunft wird auf die Multiplikation Wert gelegt: z.B. mittels eines firmenübergreifenden Angebots für kleinere Unternehmen.

Unsere Herangehensweise wird aktiv via verschiedene Kanäle kommuniziert:

Eigene Homepage, Human Resources Fachpublikationen, Spectra, www.herzKreislauf.ch, 2 Fernsehberichte, Messestände an Personalfachmessen, Interaktionen und Präsentationen an Fachtreffen für Tabak-, Suchtprävention sowie für betriebliches Gesundheitsmanagement.

4 Chancengleichheit

Haben Sie spezifische Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit unternommen (Gender, soziale Schicht und ethnische Zugehörigkeit)? Ja / Nein?

Wenn ja, welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Wenn nein, hätten dank solcher Massnahmen Ihrer Meinung nach bessere Ergebnisse erzielt werden können?

Die Chancengleichheit wird einerseits durch das Projekt selbst gefördert. Andererseits unternehmen wir im Projekt selbst immer wieder Anstrengungen, um die Chancengleichheit noch besser zu gewährleisten.

So bieten wir den Info-Event sowohl als Frontalpräsentation als auch als interaktives, spielerisches Quiz-Duell an. Dank diesen zwei verschiedenen Formaten der Informationsvermittlung können wir gut auf die je nach Betrieb unterschiedliche Zusammensetzung der angesprochenen Mitarbeitenden eingehen. Firmenfeedbacks und Teilnehmendenfeedbacks zeigen immer wieder, dass bereits schon die vermittelten Inhalte dieser ersten Intervention in Kombination mit der unterstützenden Wirkung der Kooperation des Arbeitgeberbetriebs vereinzelt zum Rauchstopp führen.

Unternehmen rauchfrei richtet bei der Firmenakquise einen klaren Fokus auf grosse Branchenbandbreite. Mittels des Setting Ansatzes werden alle Mitarbeitenden gleichermassen direkt in ihrem unmittelbaren Lebensumfeld angesprochen und dank der Nutzung der bewährten, firmeninternen Kommunikationskanäle auch sicher erreicht. Dadurch erfahren Mitarbeitende von den Möglichkeiten eines Rauchstopps, die in ihrem privaten Umfeld keinerlei Zugang zu Tabakpräventionsaktivitäten haben oder aufgrund kultureller Zugehörigkeit das Rauchen von sich aus niemals in Frage gestellt hätten. Zudem machen wir die Erfahrung, dass die Partizipation, das Engagement und die Unterstützung des Arbeitgeberbetriebs positiv verstärkend wirkt auf die Bereitschaft der Mitarbeitenden, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen². Währenddessen wird das Lebensumfeld selbst Gegenstand gesundheitsfördernder Veränderungen. Die Verlinkung von Verhältnis- und Verhaltenspräventions fördert die Präsenz und damit Zugänglichkeit der Rauchstopptrainings signifikant. Die salutogene Perspektive der Mitarbeitenden wird langfristig gestärkt.

Rauchstopp-Trainings auf dem Firmengelände, gut integriert in den Tagesablauf und gefördert durch den Arbeitgeberbetrieb stellen einen privilegierten Zugangsweg zum Rauchstopp dar. Teilnehmende bestätigen uns immer wieder, dass erst dieses Angebot sie überhaupt dazu veranlasst hat, konkret über ihr Rauchverhalten und ihren Rauchstopp-Wunsch nachzudenken. Gerade in bildungsferneren Schichten erleben wir es häufig, dass die Teilnehmenden unserer Trainings im Vorfeld noch nie einen Rauchstoppversuch unternommen haben. Dabei senkt das Gefühl der Aufgehobenheit und die Unterstützung in der Gruppe Gleichgesinnter die Hemmschwelle und nimmt die Angst. Ausserdem ist das Rauchstopp-Training derart aufgebaut, dass in dessen Verlauf das Kohärenzgefühl dank aktiv gemachter Erfahrungen gebildet und gefestigt wird.

Wir haben gute Erfahrungen mit der Berücksichtigung der Chancengleichheit gemacht. Wir verfolgen dies in der Zukunft weiter und verfeinern unsere Ansätze.

Auf Verhältnisebene sensibilisieren wir Personalfachleute, dass die Arbeitsorganisation und -struktur in direkter Korrelation mit dem Rauchverhalten und damit der Gesundheitsbelastung der Mitarbeitenden steht. So ist belegt, dass 'hohe Anforderungen im Job tendenziell zu mehr gerauchten Zigaretten führen, während Ressourcen und soziale Unterstützung die Anzahl der gerauchten Zigaretten sowie die Rückfallgefahr senken'³. Das firmeninterne Angebot von Info-Events und Rauchstopp-Trainings wird von den Mitarbeitenden als Ressourcenstärkung und soziale Unterstützung wahrgenommen. Wobei wir den Unternehmen nahelegen, dass ein regelmässig wiederkehrendes Angebot weiter verstärkend wirkt und dadurch auch bezüglich des internen Arbeitsplatzmarketings wertvoll ist.

5 Weitere Punkte

Wir arbeiten erfolgreich mit verschiedenen Partnern und Tabakpräventionsprojekten zusammen. Einerseits um die Glaubwürdigkeit und damit die Schlagkraft der verschiedenen Projekte im betrieblichen Setting zu vergrössern (z.B. rauchfreie Lehre und YouTurn). Andererseits um das Rauchstopp-Angebot von Unternehmen rauchfrei umfassend zu gestalten (z.B. in Kooperation mit der Rauchstopplinie) und um es auf dem neuesten Stand der Kenntnis zu halten (z.B. im Kontakt mit dem FTGS). Dabei profitieren beide Partner wechselseitig von den Erfahrungen des Anderen.

² vgl. Albertsen et al (2006) im iga.Report 28, S. 21 http://www.iga-info.de/fileadmin/redakteur/Veroeffentlichungen/iga_Reporte/Dokumente/iga-Report_28_Wirksamkeit_Nutzen_betrieblicher_Praevention.pdf

³ vgl. Albertsen et al. (2006) im iga.Report 28, S. 21 http://www.iga-info.de/fileadmin/redakteur/Veroeffentlichungen/iga_Reporte/Dokumente/iga-Report_28_Wirksamkeit_Nutzen_betrieblicher_Praevention.pdf