

Online-Umfrage: Betriebliche Gesundheitsförderung mit Shiatsu – Erhebung der Kundenzufriedenheit

von Bruno Ganner, Maria Auer & Eva Hübler

1. Einleitung

workimpuls ist eine seit Herbst 2006 bestehende Vereinigung mehrerer diplomierter Shiatsu-Praktiker*innen, als Rechtsform eine Gesellschaft nach bürgerlichem Recht (GbR), die mit mobilem Shiatsu in verschiedenen Unternehmen tätig sind. Die Intention von *workimpuls* drückt sich im Namen aus: einen Impuls zu setzen im Bereich Arbeit, d. h. Führungskräfte und Angestellte mit Hilfe des Shiatsu zu Entspannung, Wohlbefinden, Kreativität und höherer Motivation zu bringen und damit die Arbeitszufriedenheit und das Arbeitsklima im Unternehmen positiv zu beeinflussen. Die Teilnehmer*innen erhalten dabei in ihrem Unternehmen eine 25-minütige, in manchen Fällen auch eine 50-minütige Shiatsu-Behandlung entweder auf einem Massage-Stuhl oder auf einer Matte.

In den Jahren 2017 und 2018 wurde ein von *workimpuls* entworfener Fragebogen an drei Unternehmen geschickt, in denen *workimpuls* bereits seit mehreren Jahren tätig war und immer noch ist. Unser Ziel war, die Auswirkungen der gesundheitsförderlichen Maßnahme „Shiatsu am Arbeitsplatz“ zu evaluieren, u. a. um die zahlreichen positiven verbalen Feedbacks, die wir im Verlauf der letzten zehn Jahre unmittelbar nach den Behandlungen erhalten hatten, in Zahlen auszudrücken und damit sichtbarer zu machen. Generell ging es uns auch darum, ein schriftliches Feedback von den Firmenklient*innen zu erhalten, um damit bei anderen Unternehmen vorzusprechen, also *workimpuls* zu bewerben. Auch war es uns ein Anliegen Wünsche und Anregungen, die zur Verbesserung unserer Organisation in den Unternehmen beitragen können, abzufragen.

2. Methodik

Bei den drei ausgewählten Unternehmen – bezeichnet als A, B und C – handelt es sich um international agierende Unternehmen. Die Anzahl der Angestellten, die im Verlauf der Befragung in den Salzburger Betriebsstätten mit Shiatsu als ein Baustein der betrieblichen Gesundheitsförderung behandelt wurden, war in den einzelnen Unternehmen unterschiedlich. Im Unternehmen A wurden 104 Fragebögen an die Angestellten ausgeschickt – es gab also im Unternehmen A 104 aktive Teilnehmer*innen am Shiatsu-Angebot – wovon 41 Feedbacks bei uns eintrafen (d. h. eine Rücklaufquote von 43 %). Beim Unternehmen B wurden 40 Fragebögen ausgesendet, wovon 18 Feedbacks bei uns eintrafen (Rücklaufquote 45 %), beim Unternehmen C waren es 19 Fragebögen mit 17 Feedbacks (Rücklaufquote 90 %).

Was den Shiatsu-Stil betrifft, so kam beim Firmenshiatsu überwiegend Namikoshi-Shiatsu zur Anwendung, da die *workimpuls*-Gründer*innen und Mitgesellschafter*innen ihre Ausbildung überwiegend bei einer Namikoshi-Schule in Salzburg absolviert hatten. Es gibt aber immer wieder Praktiker*innen, die für *workimpuls* tätig werden, die andere Shiatsu Schulen absolviert hatten (z. B. Naikido-Shiatsu oder Zen-Shiatsu). Im Zeitraum der Befragung waren 6 Shiatsu-Praktiker*innen in den Unternehmen für *workimpuls* tätig.

Alle Unternehmen wurden 1 x pro Woche von *workimpuls* besucht, um einen Teil der für Shiatsu angemeldeten Teilnehmer*innen zu behandeln. Die Frequenz der Shiatsu-Behandlungen bei den

einzelnen Firmenclient*innen war unterschiedlich, bei vielen Klient*innen war es sehr regelmäßig 3-4 x pro Monat, andere kamen in größeren Abständen etwa 1-2 x pro Monat. Was die finanzielle Abwicklung betrifft, so hat es sich bewährt, dass bei allen 3 Unternehmen einen Teil der Kosten für die Shiatsu-Behandlungen das Unternehmen trägt, den anderen Teil der Kosten tragen die Klient*innen selbst.

Der Fragebogen enthielt 8 Fragen. Der Fragebogen war online auszufüllen und die erhobenen Daten wurden anonym verarbeitet. Eine Zuordnung der Daten zu einer bestimmten Person war nicht möglich. Aus den rückgesendeten Fragebögen wurde separat für jedes Unternehmen der prozentuelle Anteil errechnet, den die Befragten unter den möglichen Antworten angekreuzt haben (siehe Diagramme 1-7). Weiters wurden die durchschnittlichen Werte der Feedbacks aller drei Unternehmen errechnet, um sich abzeichnende Tendenzen bei allen drei Unternehmen besser darstellen und diskutieren zu können.

Für die Antworten stand bei den Fragen 1, 2, 3 und 6 eine 5-skalige Auswahl zur Verfügung (z. B. 1 sehr zufrieden, 2 zufrieden, 3 neutral, 4 weniger zufrieden, 5 gar nicht zufrieden). Bei Befindlichkeitsabfragen (Frage 4, 5 und 7) stand eine Auswahl von 7-9 verschiedenen Befindlichkeiten zur Verfügung. Bei den Fragen 1, 2, 3 und 6 war nur eine Antwort möglich. Bei den Befindlichkeitsabfragen 4, 5 und 7 waren Mehrfachnennungen ausdrücklich erlaubt. Die Frage 8 war „mit eigenen Worten“ zu beantworten.

3. Ergebnisse

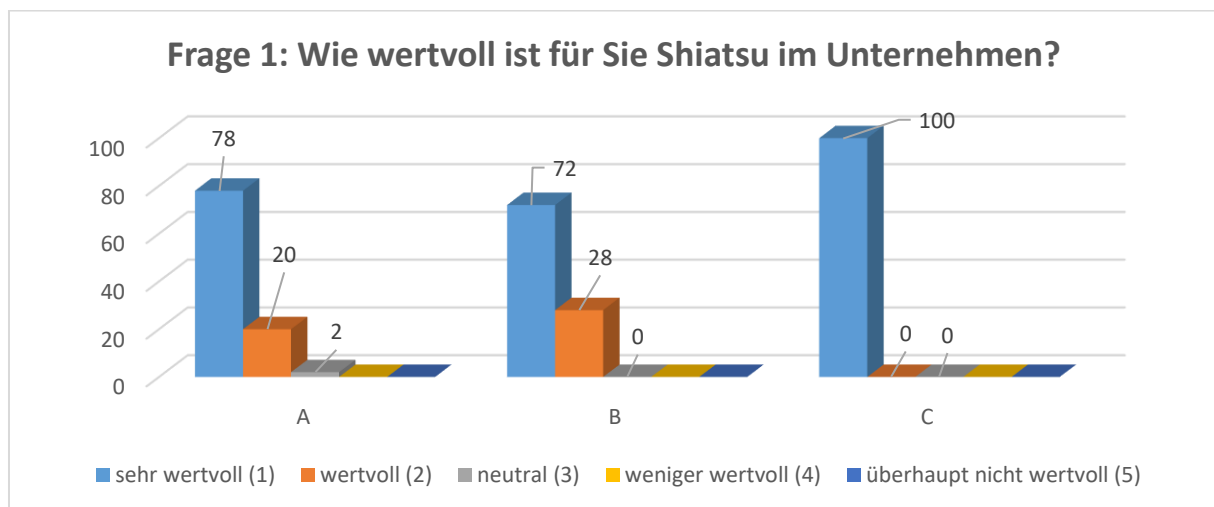


Diagramm 1: A, B, C: Unternehmen A, B, C; alle Angaben in % der insgesamt rückgesendeten Feedbacks jedes Unternehmens

Als Erstes stellten wir die Frage wie wertvoll die Teilnehmer*innen Shiatsu in ihrem Unternehmen empfinden. Im Diagramm 1 sieht man die Verteilung zu den 5 möglichen Bewertungen je Unternehmen (A, B, C). Im Durchschnitt stuften in allen drei Unternehmen **99 % der befragten Angestellten** das Angebot Shiatsu als betriebliche Gesundheitsförderung mit „sehr wertvoll“ (1) oder „wertvoll“ (2) ein.

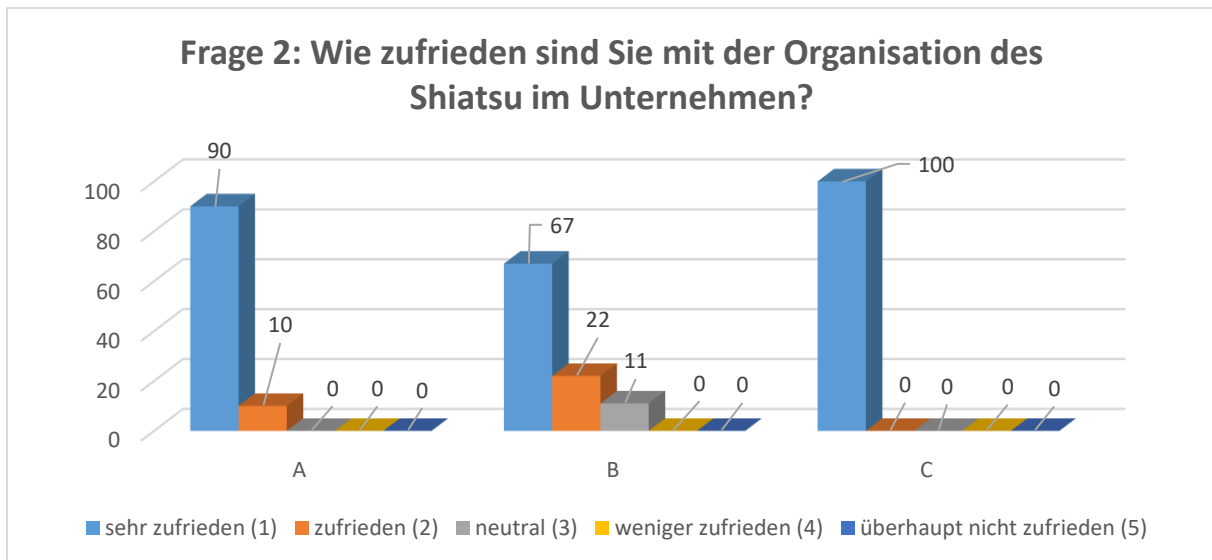


Diagramm 2: A, B, C: Unternehmen A, B, C; alle Angaben in % der insgesamt rückgesendeten Feedbacks jedes Unternehmens

Als nächstes interessierte uns, wie sehr die Befragten mit der Organisation der Shiatsu-Behandlungen zufrieden waren. Aus dem Diagramm 2 ist ersichtlich, dass der bei weitem überwiegende Teil der Befragten mit der Organisation sehr zufrieden gewesen sind. Im Durchschnitt waren in den drei Unternehmen **96 % der befragten Angestellten** mit der Organisation der Shiatsu-Behandlungen „sehr zufrieden“ (1) und „zufrieden“ (2).

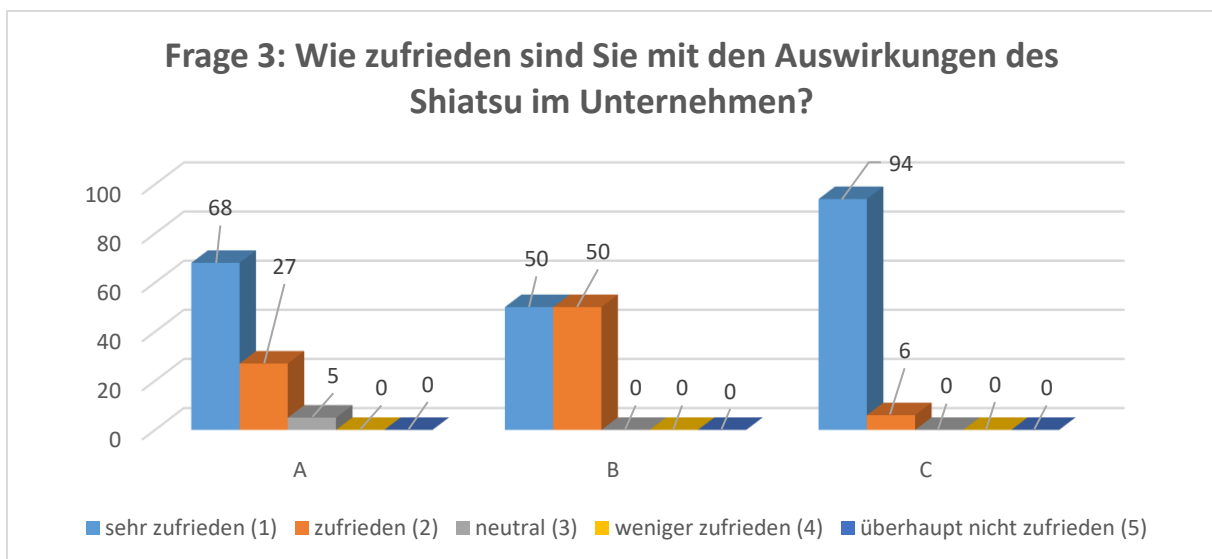


Diagramm 3: A, B, C: Unternehmen A, B, C; alle Angaben in % der insgesamt rückgesendeten Feedbacks jedes Unternehmens

Als nächstes interessierte uns die Frage, wie zufrieden die Befragten über die Auswirkungen des Shiatsu in ihrem Unternehmen waren. Also wie sich das Shiatsu im Unternehmen insgesamt auswirkt (z. B. Betriebsklima, Zufriedenheit der Mitarbeiter*innen, etc.). Auch bei dieser Frage ist im Diagramm 3 zu erkennen, dass es beim überwiegenden Teil der Befragten zu einer positiven Bewertung kommt.

Im Durchschnitt waren **98 % der Feedbacks** in den drei Unternehmen mit den Auswirkungen des Shiatsu „sehr zufrieden“ (1) und „zufrieden“ (2).

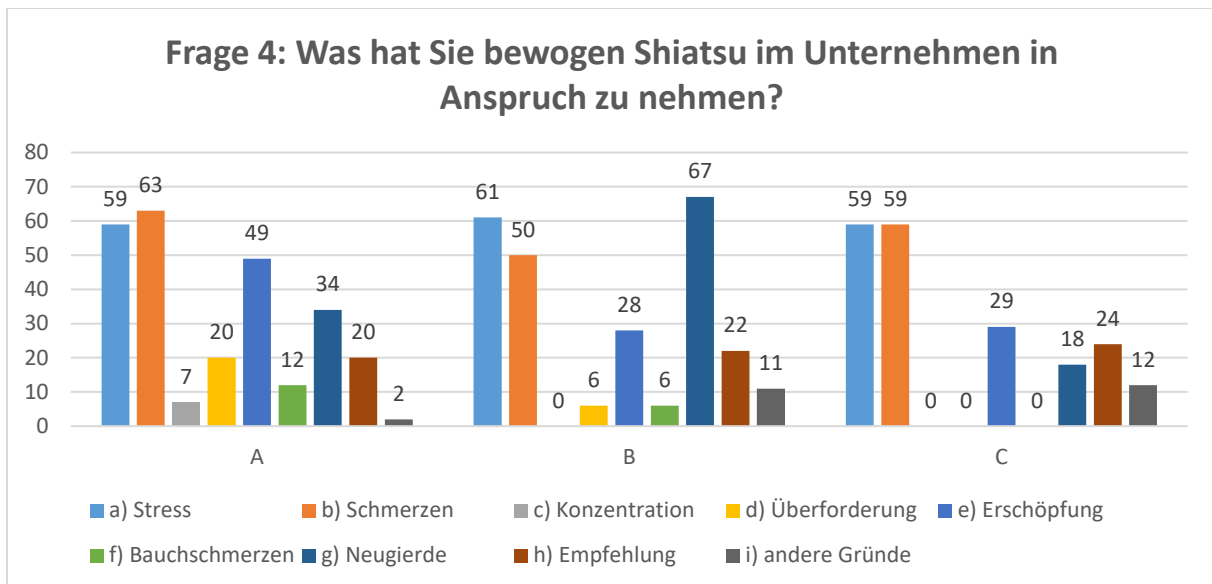


Diagramm 4: A, B, C: Unternehmen A, B, C; alle Angaben in % der insgesamt rückgesendeten Feedbacks jedes Unternehmens (mehrere Nennungen erlaubt).

Interessant wurde es bei der Frage, was Mitarbeiter*innen eines Betriebes dazu motiviert hatte, das Angebot des mobilen Shiatsu anzunehmen (insgesamt standen acht Befindlichkeiten zur Auswahl + der Faktor „andere Gründe“). Es kann aus den ermittelten Werten abgelesen werden, dass die Faktoren „Stress“ und „Schmerzen, z. B. Kopfschmerz“ bei allen Firmen von 50 – 63 % der Befragten angegeben wurden. Im Unternehmen A war auch die „Erschöpfung“ bei 49 % der Befragten ein Grund beim Angebot Shiatsu teilzunehmen, wohingegen bei den Unternehmen B und C nur bei weniger als einem Drittel der Befragten „Erschöpfung“ die Motivation war.

Auffällig ist, dass im Unternehmen A mit dem höchsten Wert für „Erschöpfung“ auch 8 von 41 Befragten angaben, dass sie sich „überfordert“ fühlen. Auch wurden im Unternehmen A von 5 der 41 Befragten „Bauchschmerzen“ angegeben und dieser Anteil ist deutlich höher als in den anderen Unternehmen. Kurz gesagt: Im Unternehmen A waren die körperlich-seelisch-geistigen Beschwerden am deutlichsten. Hier wäre es sicher – auch für das Unternehmen – interessant genauer hinzuschauen, warum dies so ist.

Für uns überraschend war, dass in einem Unternehmen (B) das höchste festgestellte prozentuelle Ergebnis – also jener Faktor, der die meisten Menschen zum Shiatsu motiviert hat – die reine „Neugierde“ war (67 %). Im Durchschnitt war in den drei Unternehmen bei 4 von 10 Angestellten, die den Fragebogen beantworteten, das Interesse an Shiatsu durch „Neugierde“ geweckt bzw. war Neugierde am Interesse zumindest mitbeteiligt.

Etwa jeder vierte bis fünfte Angestellte kommt „auf Empfehlung“ anderer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Shiatsu (bei den Unternehmen A, B, C: 20/22/24 %, Ø 22 %). Beim Faktor „andere Gründe“ wurden von den Angestellten der Firma A „allgemeines Wohlbefinden“, der Firma B „Rückenprobleme“ und „es tut einfach gut“ und bei der Firma C „allgemeines Wohlbefinden“ und „Prävention“ angegeben.

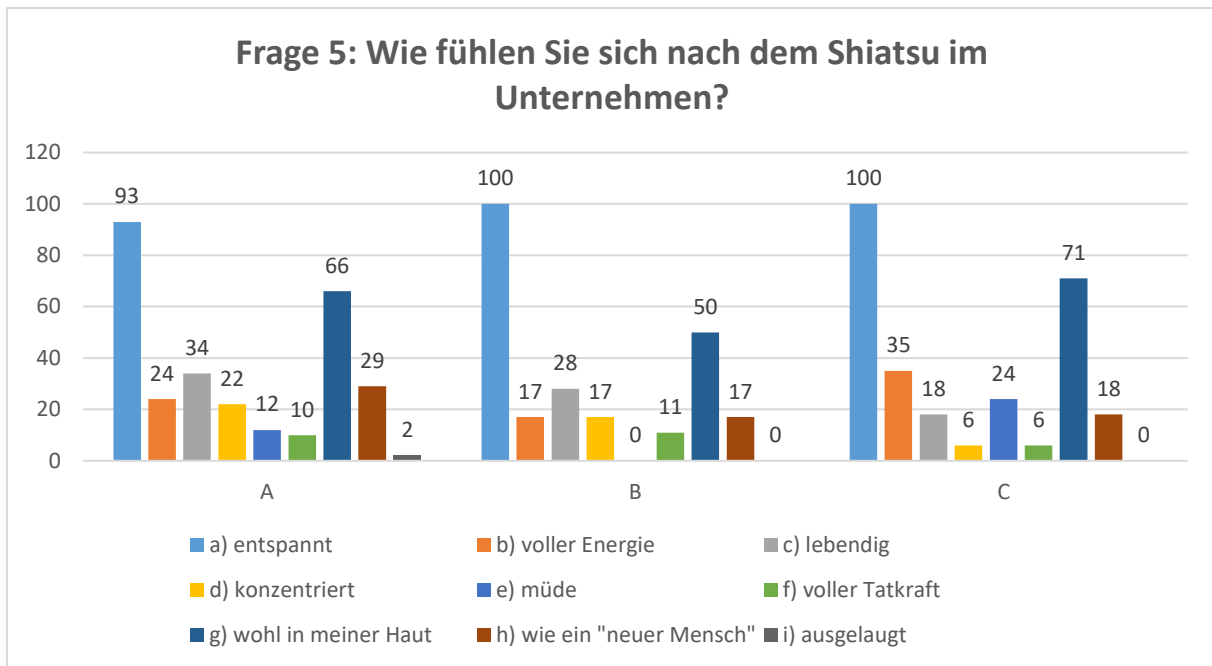


Diagramm 5: A, B, C: Unternehmen A, B, C; alle Angaben in % der insgesamt rückgesendeten Feedbacks jedes Unternehmens (mehrfachen Nennungen waren erlaubt).

Auf die Frage wie sich die Angestellten unmittelbar nach einer 30-minütigen Shiatsu-Anwendung fühlen, war die bei weitem häufigste Antwort: „entspannt“. Eine mit dem Shiatsu einhergehende „Entspannung“ wurde bei zwei Unternehmen sogar zu 100 % als Antwort angegeben (bei den Unternehmen A, B, C: 93/100/100 %; \bar{x} 98 %), wobei Mehrfachnennungen ausdrücklich erlaubt waren. Auch fühlten sich die Befragten nach dem Shiatsu oft „wohl in ihrer Haut“ (66/50/71 %; \bar{x} 62%). Rund ein Viertel der Befragten fühlte sich „lebendig“ (34/28/18 %; \bar{x} 27 %), „voller Energie“ (24/17/35 %; \bar{x} 25 %) und „wie ein neuer Mensch“ (29/17/18 %; \bar{x} 21 %).

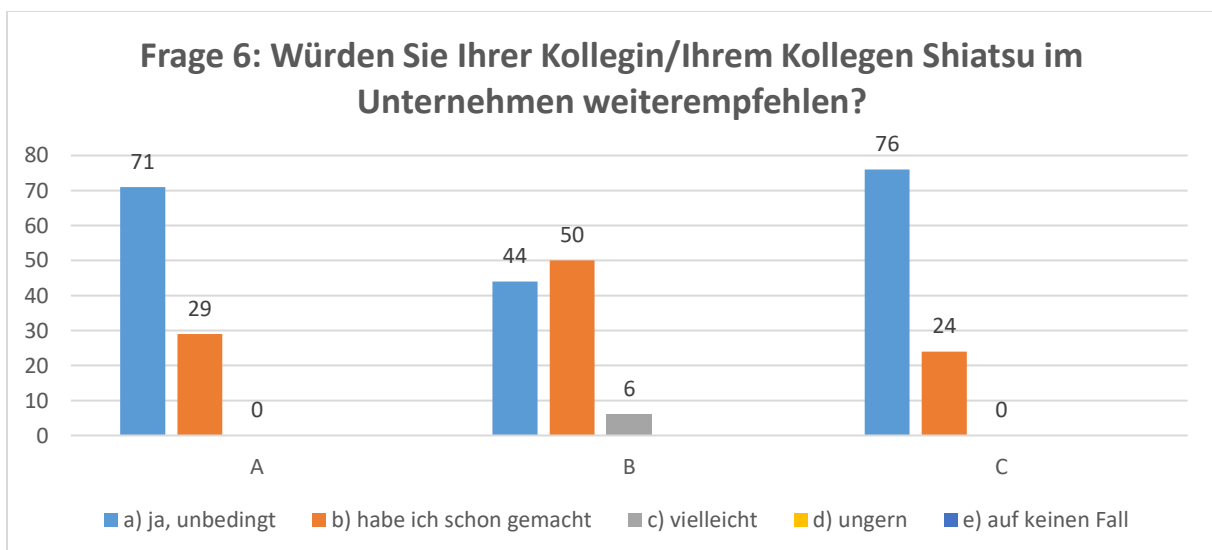


Diagramm 6: A, B, C: Unternehmen A, B, C; alle Angaben in % der insgesamt rückgesendeten Feedbacks jedes Unternehmens

Auf die Frage, ob die Angestellten, die das Shiatsu im Unternehmen bereits erhalten, es den anderen Kolleginnen und Kollegen weiterempfehlen würden, gaben durchschnittlich **98 % der Personen**, die bereits vom Shiatsu profitierten an, Shiatsu unbedingt weiterempfehlen zu wollen bzw. haben Shiatsu bereits ihren Kolleginnen und Kollegen weiter empfohlen!

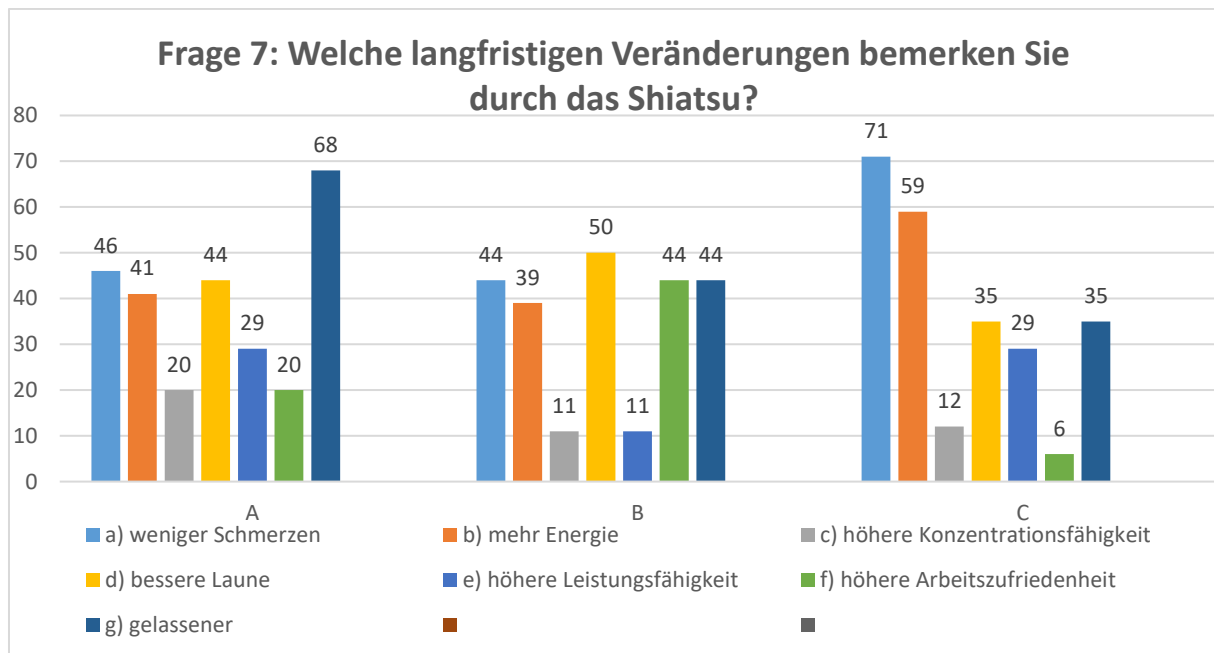


Diagramm 7: A, B, C: Unternehmen A, B, C; alle Angaben in % der insgesamt rückgesendeten Feedbacks jedes Unternehmens (mehrfachen Nennungen waren erlaubt)

Während Frage 5 die unmittelbar nach der Behandlung eintretenden Wirkungen des Shiatsu erfragte, wollten wir nun wissen, welche langfristigen Auswirkungen die regelmäßigen Shiatsu-Behandlungen im Unternehmen auf die Angestellten erzielen. In den drei Unternehmen gaben zwischen 46 und 71 % der Angestellten an, dass sie nach längerer Zeit weniger „Schmerzen, z.B. Kopfschmerzen“ (46/44/71; \bar{x} 54 %) und zwischen 35 und 68 % der Angestellten fühlten sich „gelassener“ (35/44/68; \bar{x} 49 %) haben. Im Unternehmen A fühlten sich sogar beinahe zwei Drittel (68 %) längerfristig „gelassener“! In den drei Unternehmen hatten im Durchschnitt 46 % der Befragten „mehr Energie“, und 43 % fühlten sich „besser gelaunt“.

Wir kommen nun zur letzten Frage 8, die mit eigenen Worten zu beantworten war. Hier hatte ein großer Teil der Antworten den Tenor das Angebot Shiatsu im Unternehmen zu erhalten, also z. B. „Mir gefällt es so wie es ist!“ „Ich bin total zufrieden, weiter so!“ „Bleibt so wie ihr seid.“ Als Anregung nehmen wir mit, dass sich manche „mehr Abwechslung“ beim Shiatsu wünschten, mache gelegentlich auch einen „stärkeren Druck“.

Manche Teilnehmer*innen wünschten sich eine Ausdehnung des Shiatsu auf 2 x pro Woche oder auf 20 anstatt 10 geförderten Behandlungen pro Jahr.

4. Resumee

Nahezu alle Fragenbeantworter*innen waren sich in vier Aspekten einig: (1) Das mobile Shiatsu im Unternehmen ist „sehr wertvoll“ oder „wertvoll“; (2) Sie waren mit der Organisation im Unternehmen „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“; (3) Sie waren mit den Auswirkungen des Shiatsu im Unternehmen „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“; (4) Sie würden das mobile Shiatsu anderen Kolleg*innen weiterempfehlen bzw. haben das bereits getan haben.

Die Faktoren „Stress“ und „Schmerzen, z. B. Kopfschmerz“ werden am häufigsten als Motivation und Anreiz genannt, das Angebot mobiles Shiatsu im Unternehmen anzunehmen und sich regelmäßig daran zu beteiligen. Für uns interessant war, dass auch der Faktor „Neugierde“, eine wesentliche Rolle dabei spielen kann, sich für Shiatsu im Unternehmen zu entscheiden und dann längerfristig dabei zu bleiben.

Was die unmittelbaren, also kurzfristigen Auswirkungen des mobilen Shiatsu auf die Teilnehmer*innen betrifft, so geht die **Entspannung** als deutlicher Gewinner hervor. Durchschnittlich 98 % der Befragten in den drei Unternehmen fühlten sich unmittelbar nach der Behandlung entspannt! Eine weitere nennenswerte Wirkung unmittelbar nach der Shiatsu-Behandlung war ein sich „wohl in meiner Haut“ fühlen (durchschnittlich 62%). Durchschnittlich ein Viertel der Befragten fühlten sich nach Shiatsu „lebendig“, „voller Energie“ und „wie ein neuer Mensch“.

Dass auch der Faktor „müde“ in den Unternehmen A und C wiederholt angekreuzt wurde, kann möglicherweise damit erklärt werden, dass Shiatsu die Selbstwahrnehmung unterstützt und jenes Lebens- bzw. Körpergefühl stärker ins Bewusstsein hebt, das gerade am stärksten vorhanden ist – also Müdigkeit. Das gilt auch für den Faktor „ausgelaugt“, der einmal im Unternehmen A angegeben wurde.

Bei den längerfristigen Auswirkungen des mobilen Shiatsu sind **„weniger Schmerzen“** und ein sich **„gelassener“** Fühlen das deutlichste durchschnittliche Ergebnis. Bei einem Unternehmen fühlten sich fast zwei Drittel der Angestellten längerfristig „gelassener“. Die positive Überraschung hier: im Durchschnitt 46 % der Befragten gaben nach einer Serie von Shiatsu-Anwendungen an längerfristig **„mehr Energie“** zu haben und durchschnittlich 43 % gaben an **„besser gelaunt“** zu sein.

Die Ergebnisse der *workimpuls*-Umfrage verdeutlichen wie viel Potenzial von mobilem Shiatsu in Unternehmen steckt. An die Wirtschaftstreibenden ergeht aus der Umfrage der deutliche Appell mobiles Shiatsu als Incentive für ihre Angestellten anzubieten, einerseits um sich als attraktiver Arbeitgeber darzustellen und andererseits, um mobiles Shiatsu als wichtigen Baustein eines umfassenden betrieblichen Gesundheitsmanagements einzubeziehen.

Die Umfrage darf auch als Anreiz für Shiatsu-Praktiker*innen gesehen werden, weitere Untersuchungen und Befragungen durchzuführen, um die positiven Wirkungen von Shiatsu in Unternehmen auf Führungskräfte und ihre Angestellten in einer sich rasant verändernden Arbeitswelt sichtbar zu machen.

5. Danksagung

Wir bedanken uns bei der Geschäftsführung aller drei Unternehmen für die Möglichkeit der Durchführung der Befragung und die Erlaubnis zur Veröffentlichung der Ergebnisse (ohne die Namen

der Unternehmen zu nennen). Dank gebührt den zahlreichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Unternehmen, die sich die Mühe gemacht haben, die Fragen zu beantworten. Besonders bedanken möchten wir uns bei den Personen, die in den Unternehmen die Shiatsu-Termine koordinieren und intern die Fragebögen per Email an die Angestellten, die am Shiatsu-Angebot teilgenommen haben, ausgesendet haben.

Wir bedanken uns bei Herrn Oliver Hübler, der die konzeptuelle Umsetzung der Online-Umfrage und die automatisierte Aufbereitung der eingegangenen Antworten durchgeführt hat. Auch bei den Mitgesellschafterinnen von *workimpuls* Gisela Griesner, Eva-Maria Keller und Elisabeth Schörghofer, die mit ihren Shiatsu-Behandlungen zum Ergebnis dieser Untersuchung beigetragen haben, möchten wir uns bedanken.

Ganz besonderer Dank ergeht an Kristina Pfeifer und Sandy Gsell, den Mitbegründerinnen des Shiatsu-Research-Networks (SRN, www.shiatsu-research-network.org), die mit ihren Anregungen und Ideen wesentlich am Text, bei der Verbreitung der Umfrage und der Veröffentlichung der Ergebnisse mitgewirkt haben.

Autor*innen:

Dr. phil. Bruno Ganner, Hochwiesenstr. 13, 5203 Köstendorf: kontakt@shiatsu-ganner.at

Maria Auer, Altsberg 2, 5151 Nussdorf: shiatsu.mariaauer@aon.at

Eva Hübler, Nussdorferstr. 3, 5020 Salzburg: evahuebler@gmx.at

www.workimpuls.at

