



Newsletter Prävention SVV

ausschalten-auftanken.ch –
die neue Präventionskampagne des SVV

Nr. 01 | 2017
Oktober 2017

ASA | SVV

Schweizerischer Versicherungsverband
Association Suisse d'Assurances
Associazione Svizzera d'Assicurazioni
Swiss Insurance Association

Redaktion und Realisation: Ursi Sydler GmbH, Niederlenz
Bildmaterial: Kampagne ausschalten-auftanken.ch
Illustrationen: Christophe Vorlet (Seite 11), Swiss Life (Seite 14)

Herausgeber:
Schweizerischer Versicherungsverband SVV
Heinz Roth
Conrad-Ferdinand-Meyer-Strasse 14
Postfach
CH-8022 Zürich

Tel. +41 44 208 28 28
Fax +41 44 208 28 00
info@svv.ch
www.svv.ch

© 2017 Schweizerischer Versicherungsverband SVV

5	Vorwort
6	ausschalten-auftanken.ch – die neue SVV-Kampagne Ausschalten – auftanken: Freizeit ist immer mehr Arbeit
12	ausschalten-auftanken.ch – Evaluation der Kampagne 2015-2016 Kolumnen lösen Diskussionen aus: Die Evaluationsergebnisse
14	now@work® – «gesunde» Anwesenheit am Arbeitsplatz Online-Befragungstool der Swiss Life für Echtzeiterhebung von Präsentismus
17	Version française
	17 Préface
	18 Le temps libre, c'est autant de travail en plus
	19 Evaluation de la campagne 2015-2016
	19 now@work® – Pour une présence « saine »





Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser

Always-On: Wir sind mobil, hoch vernetzt und pausenlos aktiv. Arbeit und Freizeit vermischen sich zunehmend und das Büro ist immer mit dabei, auch am Wochenende. Doch wer das Büro immer bei sich hat, lebt gefährlich. In der Freizeit kommt die Erholung zu kurz und das Unfallrisiko steigt. Wer sich zu wenig erholt und ständig gestresst ist, gefährdet seine Gesundheit.

Der Schweizerische Versicherungsverband thematisiert die beiden Trends – steigende Unfallzahlen in der Freizeit und zunehmende Belastungen am Arbeitsplatz – im Rahmen der Präventionskampagne ausschalten-auftanken.ch. Die neue Online-Kampagne startete am 16. September 2017 – digital und auf allen Social-Media-Kanälen. Unterhaltsame Kurzfilme und Fachartikel auf der Kampagnenwebsite zeigen, wie wichtig die Regenerationsphase zur Vermeidung von Freizeitunfällen ist.

Begleitend zur Präventionskampagne werden wissenschaftliche Daten erfasst, um die These der Abhängigkeit zwischen der Arbeitsbelastung und steigenden Freizeitunfällen zu erhärten. Das Konzept now@work® von Swiss Life beinhaltet ein Online-Befragungstool, das Kennzahlen zu Präsentismus sowie arbeitsbezogenen Ressourcen und Belastungen nicht nur retrospektiv, sondern erstmals auch in Echtzeit erhebt. Neben validierten Fragen zum Arbeitsumfeld werden Daten zum Unfallrisiko in der Freizeit erhoben.

Schalten Sie regelmässig aus und tanken Sie auf: ausschalten-auftanken.ch!

*Heinz Roth
Leiter Unfallversicherung SVV*



*Freizeit ist immer
mehr Arbeit*



Home

Filme

Fachartikel

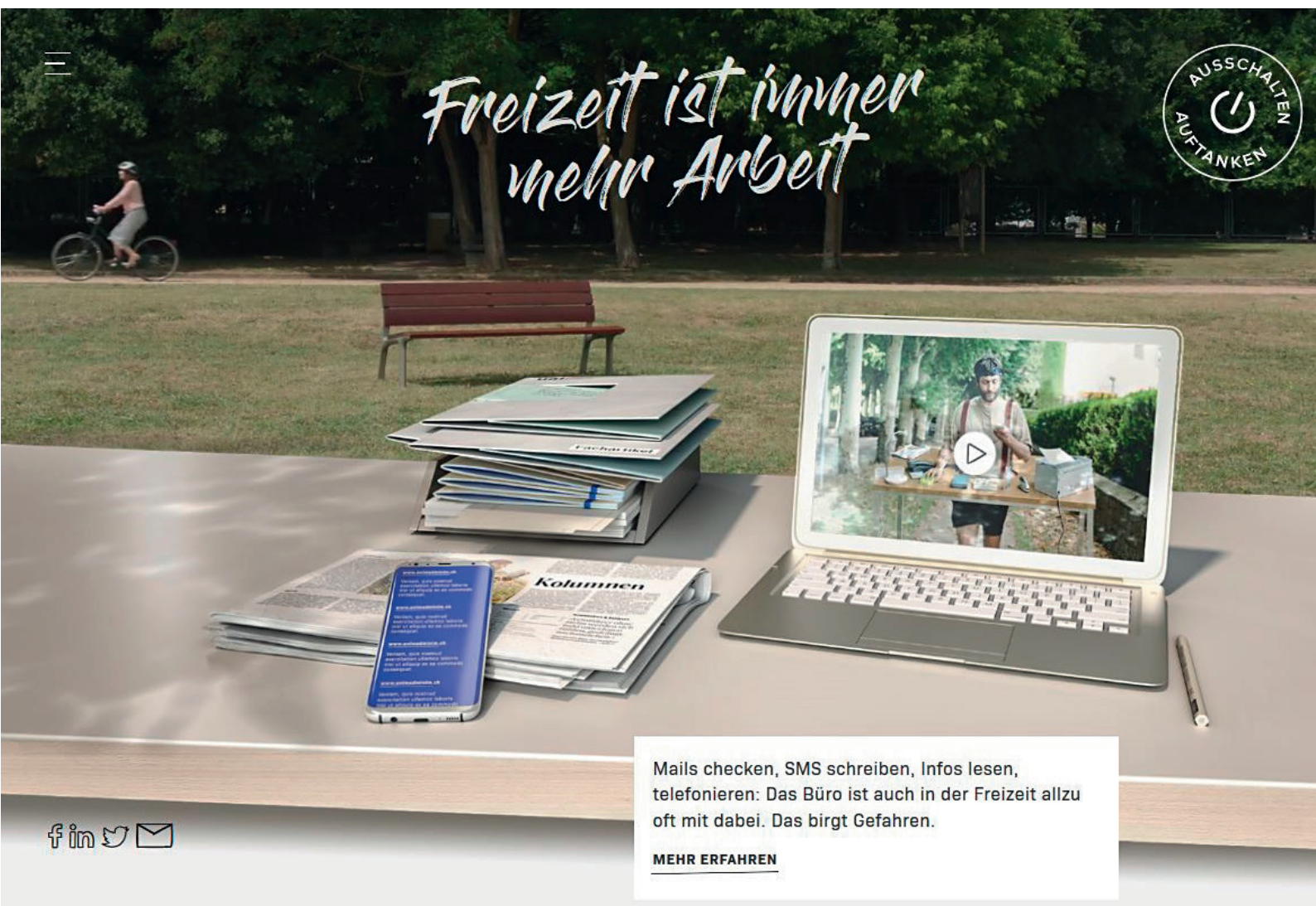
Kolumnen

Das Buch



Ausschalten – auftanken: Freizeit ist immer mehr Arbeit

Am 16. September 2017 lancierte der Schweizerische Versicherungsverband SVV die zweite Phase der Kampagne ausschalten-auftanken.ch. Mit eingängigen Filmen wird auf die Unfallrisiken im Freizeitbereich hingewiesen.



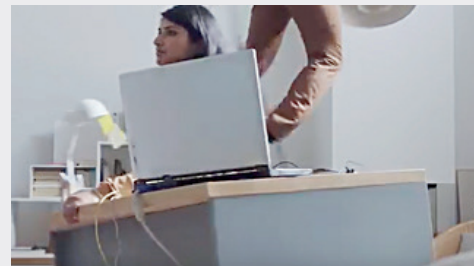
Mails checken, SMS schreiben, Infos lesen, telefonieren: Das Büro ist auch in der Freizeit allzu oft mit dabei. Das birgt Gefahren.

MEHR ERFAHREN

Die neue Website zu ausschalten-auftanken.ch enthält alle Filme, Fachartikel, Links sowie unterhaltsame Kolumnen.

Arbeit und Freizeit vermischen sich immer stärker. Überall ist das Büro mit dabei; am Feierabend, am Wochenende und in den Ferien. Wir checken Mails, telefonieren, schreiben Messages, lesen Updates oder sind auch offline gedanklich oft mit der Arbeit beschäftigt. Die Digitalisierung und die damit einhergehende Entgrenzung von Arbeit und Freizeit

führen dazu, dass wir uns immer weniger gut regenerieren können.



Die Kampagnenfilme zeigen gefährliche Alltagssituationen im Always-On-Modus.

Um insbesondere Führungskräfte auf die Gefahren der Vermischung von Arbeit und Freizeit aufmerksam zu machen

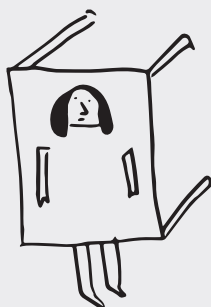
und sie für ein gesundheitsbewusstes Selbstmanagement zu ermuntern, lancierte der SVV Anfang 2015 die Kampagne ausschalten-auftanken.ch. Seit Mitte September 2017 findet die Kampagne eine Fortsetzung: Unter dem Motto «Freizeit ist immer mehr Arbeit» wird in den Social Media auf die negativen Auswirkungen ständiger Erreichbarkeit aufmerksam gemacht.

Filme

Wer das Büro ständig mit sich herumträgt, macht sich das Leben schwer, ist abgelenkt und lebt darum in der Freizeit gefährlich. Wie das ausgehen kann, zeigen die Kampagnenfilme.

Wetten, Sie erkennen sich da und dort wieder?

www.ausschalten-auftanken.ch



Die neue Präventionskampagne des SVV

Die Unfallzahlen im Freizeitbereich steigen seit Jahren und die Belastungen am Arbeitsplatz nehmen kontinuierlich zu. Der SVV hat die beiden Trends aufgenommen. Entstanden ist die neu konzipierte Kampagne ausschalten-auftanken.ch. Die Botschaft: Wer das Büro immer bei sich hat, lebt gefährlich, ist unkonzentriert, abgelenkt und riskiert Unfälle. Ausserdem erholt man sich in der Freizeit nicht richtig, ist ausgelaugt und gefährdet so seine Gesundheit. Die Präventionskampagne soll dazu anregen, sich der Gefahren der Vermischung von Arbeit und Freizeit bewusster zu werden. Das Always-On soll reflektiert werden.

Der Schreibtisch ist immer mit dabei – das kann gefährlich werden

Mit unterhaltsamen Kurzfilmen werden die Risiken ständiger Arbeitsbereitschaft aufgezeigt. Im Fokus stehen Alltagsequenzen, die Unfallgefahren bei Unaufmerksamkeit durch ständige Erreichbarkeit aufzeigen.

Alltagssituationen eingängig visualisiert

Zum Plot: Hauptprotagonist Stefan Suter erzählt, wie wichtig sein Job ist und er deswegen auch immer erreichbar sein muss. Seine Off-Stimme führt durch den Film und kommentiert das eigene Verhalten und Alltagssituationen anderer Menschen: Dem Tennisspieler will mit Schreibtisch keine Rückhand gelingen; die Tanzstunde wird zur Kampfzone und die Velofahrerin fährt einer unheilvollen Verkehrssituation entgegen. Die Hauptaussage der Filme lautet: Das Freizeitbüro ist unpassend, störend und vielfach auch gefährlich.

Fachartikel

Was passiert, wenn sich Arbeit und Freizeit vermischen? Wenn wir abgelenkt, absorbiert, angespannt sind? Wo sind die Unfallrisiken, welches sind die Gefahren und was meinen die Zahlen?

Die Fachbeiträge auf der Kampagnenwebsite geben Antwort auf Fragen rund ums Thema Vermischung von Arbeit und Freizeit:

www.ausschalten-auftanken.ch



Die Kurzfilme sind mit der Kampagnenwebsite verlinkt.



Ein Blick hinter die Kulissen.

Berufstätige auf Smartphones und Tablets nach Büroschluss erreichen

Die Kampagne zielt darauf ab, berufstätige Menschen in erster Linie über das Smartphone oder Tablet zu erreichen, auch in der Freizeit und am Wochenende. Eben genau dann und dort, wo Berufstätige mit ihrem Freizeitbüro unterwegs sind. Seit dem 16. September 2017 sind die Kurzfilme auf führenden Newsportalen der Schweiz, auf Facebook, Instagram und YouTube zu sehen, immer mit einem Link auf die Kampagnenwebsite.

Das Making-of

Einen Blick hinter die Kulissen ermöglicht das Making-of der Zürcher Agentur tbd. Zu sehen sind Sequenzen aus der Vorbereitung und vom Filmset.

Kampagnenwebsite

Mit dem Start der neuen Kampagne wurde die bereits etablierte Website ausschalten-auftanken.ch neu lanciert.

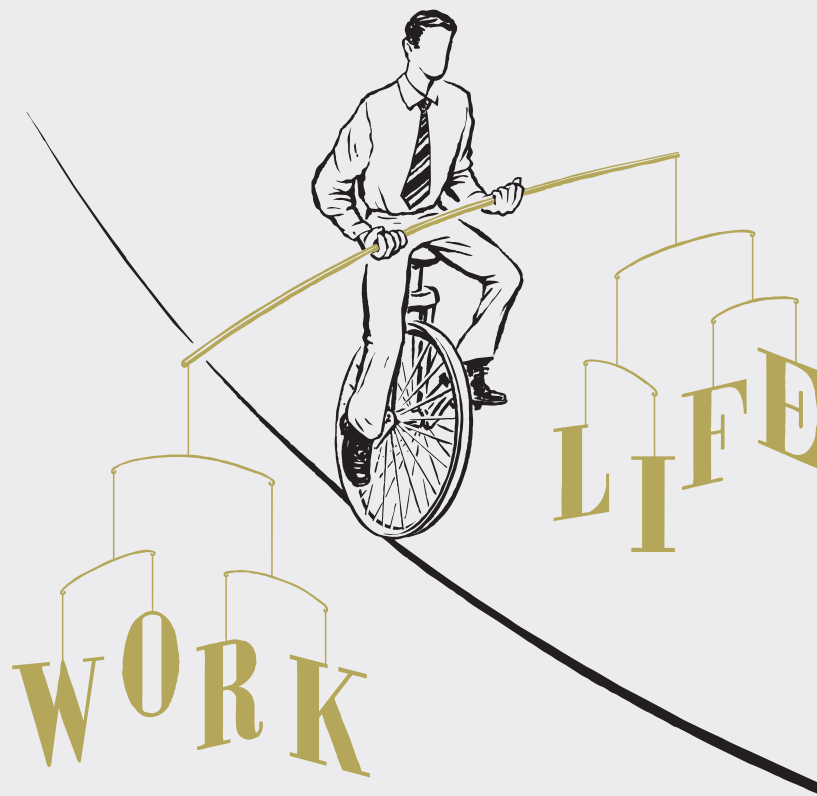
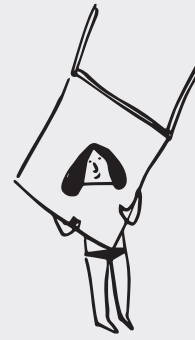
Abrufbar sind die aktuellen Filme und die Kolumnen sowie die Fachartikel aus der Kampagne 2015-2016:

www.ausschalten-auftanken.ch



Kolumnen

Gut erfunden ist besser als die Realität. Zehn der besten Autorinnen und Autoren der Schweiz haben die heutige Arbeitswelt mit spitzer Feder porträtiert. 2015 und 2016 sind mehr als 50 unterhaltsame Kolumnen entstanden, die zum Nachdenken anregen sollen. Die Kolumnen sind auf der Kampagnenwebsite abrufbar und in Buchform erhältlich.

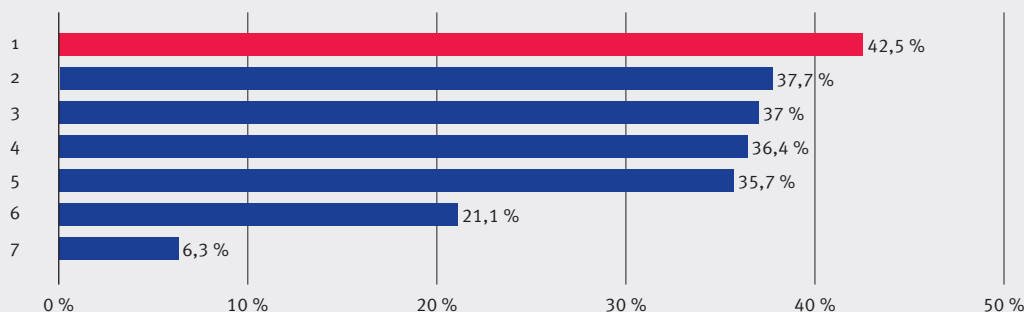


Kolumnen lösen Diskussionen aus: Die Evaluationsergebnisse

Im Auftrag des SVV evaluierte das Psychologische Institut der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW die Kampagne ausschalten-auftanken.ch 2015-2016. Anhand eines Onlinefragebogens wurden die Abonnenten und Abonnentinnen des Kampagnennewsletters befragt. Die Resultate des ZHAW-Berichts zeigen Erfreuliches.

Was lösen die Kolumnen bei Ihnen aus?

Antworten



- 1 Ich denke durch sie häufiger über ständige Erreichbarkeit nach
- 2 Mir sind mögliche negative Auswirkungen ständiger Erreichbarkeit bewusster als vorher
- 3 Ich habe angefangen, meine Gewohnheiten im Umgang mit digitalen Medien zu hinterfragen oder zu verändern
- 4 Ich unterhalte mich öfter mit Personen aus meinem beruflichen/privaten Umfeld über die Vor- und Nachteile der ständigen Erreichbarkeit
- 5 Ich nehme das Thema der Vermischung von Berufs- und Privatleben ernster
- 6 Ich bin sensibler für Anzeichen von Stress bei (meinen) Mitarbeitern
- 7 Ich habe selbst das Thema in eine Sitzung eingebracht

ausschalten-auftanken.ch: Für 92 % der Befragten treffen eine oder mehrere positive Wirkungen der Kampagnenziele zu.

Mit der Kampagne ausschalten-auftanken.ch setzte sich der SVV für 2015 und 2016 das Ziel, insbesondere Führungskräfte für die Gefahren der Vermischung von Arbeit und Freizeit zu sensibilisieren, Diskussionen zum Thema anzuregen und zu einer Verhaltensänderung beizutragen. Im Januar 2015 startete die Kampagne mit einer ersten Kolumne in der Handelszeitung. Bis Ende 2016 folgten in einem Intervall von 14 Tagen über 50 Kolumnen von zehn bekannten Schweizer Autorinnen und Autoren.

Mehr als 1700 Abonnentinnen und Abonnenten liessen sich per Newsletter jeweils über die Neuerscheinung der Kolumnen informieren. Im November 2016 endete die Kampagnenphase 2015-2016 mit einer Buchvernissage zum zweiten Kolumnen-Buch.

Die Evaluationsergebnisse zeigen erfreuliche Resultate

Mitte Januar 2017 wurden alle Abonnentinnen und Abonnenten eingeladen, einen Onlinefragebogen auszufüllen. Der mit der ZHAW erarbeitete Fragebogen fokussierte sich auf die Bekanntheit und die Wirkung der Kolumnen, auf das Leseverhalten der Abonnenten sowie auf die Nutzung der Kampagnenwebsite. Zudem wurde neben einem freien Feedback und soziodemografischen Merkmalen insbesondere auch nach persönlichen Erfahrungen mit dem Always-On-Modus gefragt. Da die Vermischung von Arbeit und Freizeit ganz unterschiedlich erlebt werden kann, waren die Fragen dazu neutral formuliert. Die Rücklaufquote der Fragebogen betrug rund 30 %. Es nahmen etwa gleich viele Frauen wie Männer teil, die meisten im Alter zwischen 50 und 65 Jahren. Rund 40 % gaben an, in einer Führungsposition tätig zu sein.

Die meisten Befragten erfuhren durch Banner und digitale Werbung oder Empfehlungen von der Kampagne. Durch die Handelszeitung wurden vor allem Männer, Führungskräfte und Personen über 40 Jahre darauf aufmerksam. Die meisten Abonnentinnen und Abonnenten lasen mindestens zehn Kolumnen. Dies spricht dafür, dass sich die Handelszeitung als Medium bewährt hat, die Präventionsbotschaften zu transportieren.

Kolumnen wurden zur Unterhaltung abonniert und weil sie zum Nachdenken anregen

Die Kolumnen wurden vor allem als «zum Nachdenken anregend» und als «treffend» bewertet. Dies entsprach auch dem Hauptgrund für ein Abonnement: Persönliche Betroffenheit, Unterhaltung und Interesse am Thema der ständigen Erreichbarkeit.

Knapp die Hälfte der Befragten gab an, bei ihnen vermische sich Arbeit und Freizeit häufig. Weibliche Führungskräfte erlebten die stärkste Entgrenzung. Die Vermischung von Arbeit und Freizeit wurde unterschiedlich bewertet: Etwa zwei Fünftel der Befragten erlebten sie als negativ, während ein Fünftel sie als positiv oder bereichernd empfand. Berücksichtigt man die freien Kommentare, lässt dies die Vermutung zu, dass sich die humorvolle Art, auf das Thema aufmerksam zu machen, bewährt hat. Die Kolumnen lösten bei den Befragten vor allem ein stärkeres Nachdenken und mehr Bewusstheit über mögliche Auswirkungen der ständigen Erreichbarkeit aus. Positiv hervorgehoben wurde zudem die ansprechende Darstellung der Kolumnen.

Die Website wurde von etwa einem Drittel der Befragten angeschaut und die Inhalte wurden vor allem von Führungspersonen als interessant bewertet. Dies entspricht dem Ziel des SVV, vor allem Führungskräfte anzusprechen. Einige Kommentare bezogen sich auf den Wunsch nach fundierteren Informationen oder konkreteren Ideen zur Verhaltensänderung.

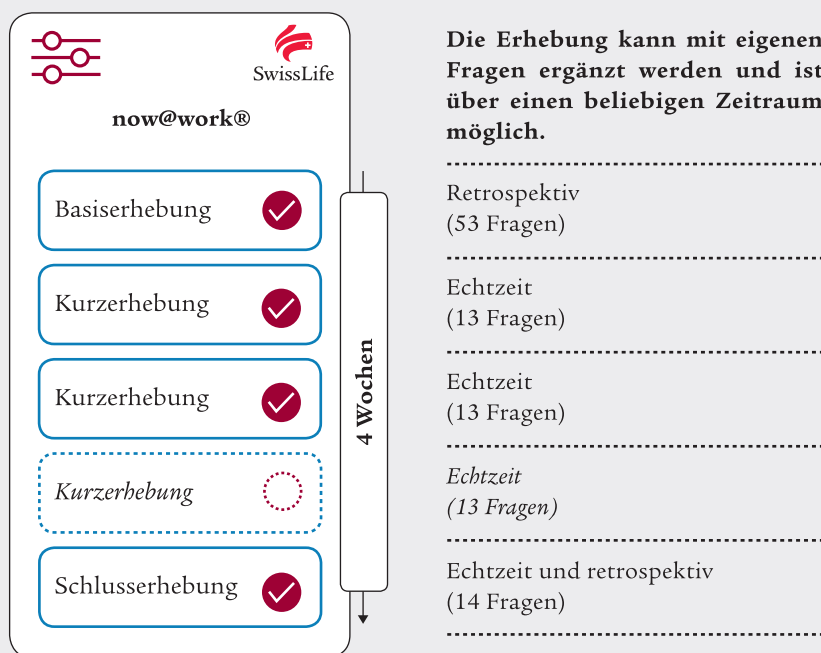
Kampagnenleitung zieht positives Fazit

Mit Blick auf die vorliegenden Resultate der Befragung zieht die Kampagnenleitung ein positives Fazit: Unter den befragten Leserinnen und Lesern befinden sich viele Führungskräfte. Zudem berichten die Abonnenten, mehr über die Auswirkungen der ständigen Erreichbarkeit nachzudenken und die möglichen Folgen ernster zu nehmen. Die überwiegend amüsanten Geschichten und das ansprechende Layout haben sich als geeignet erwiesen, Führungskräfte und Mitarbeitende auf unterhaltsame Weise auf ein gesundheitsrelevantes Thema aufmerksam zu machen. Die Kolumnen wurden geschätzt. Sie lösten Nachdenken, Bewusstheit und Diskussionen aus und haben sich als eine neue Art der Unfallprävention bewährt.

*Heinz Roth
Leiter Unfallversicherung SVV*

now@work® – «gesunde» Anwesenheit im Fokus

Mit dem Konzept now@work® geht Swiss Life über das klassische Absenzenmanagement hinaus und fokussiert mittels Echtzeiterhebung von Präsentismus und arbeitsbezogenen Aspekten auf «gesunde» Anwesenheit am Arbeitsplatz.



now@work® ermöglicht die Erhebung unternehmensrelevanter Daten und Kennzahlen mit Fokus auf «gesunde» Anwesenheit.

Die Arbeitswelt verändert sich fundamental. Insbesondere die Digitalisierung und Flexibilisierung stellen Versicherer, Unternehmen und Mitarbeitende vor neue Herausforderungen. Swiss Life hat als Versicherer und Arbeitgeber ein vitales Interesse an gesunden und leistungsfähigen Versicherten und Mitarbeitenden. Deshalb wurde 2016 die Initiative ergriffen und in Kooperation mit dem Schweizerischen Versicherungsverband SVV sowie mit Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft das Konzept now@work® entwickelt. Dieses ermöglicht die Erhebung und das Monitoring von Kennzahlen zu «gesunder» Anwesenheit nicht nur retrospektiv, sondern erstmals auch in Echtzeit. Dabei wird die von Ort und Zeit unabhängige Arbeit (Mobile Office) ebenfalls berücksichtigt. Mit diesem Fokus werden relevante Grundlagen mit praktischer Relevanz geschaffen, welche als Basis für wirkungsorientierte Massnahmen dienen.

Die in die Erhebung aufgenommenen Fragen zu psychosozialen Belastungen bzw. Ressourcen beinhalten im Wesentlichen die Themen des durch das Schweizerische Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) durchgeführten Vollzugsschwerpunkts 2014 – 2018.

Präsentismus von heute ist die Langzeitabsenz von morgen

«Gesunde» Anwesenheit am Arbeitsplatz ist ein entscheidender Faktor für die dauerhafte Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden und trägt zu einem nachhaltigen Unternehmenserfolg und zur Wettbewerbsfähigkeit bei. Registrierte Anwesenheit am Arbeitsplatz bedeutet nicht automatisch, dass die Mitarbeitenden auch gesund und leistungsfähig sind. Und eine hohe Anwesenheitsquote stellt noch keinen hinreichenden Beleg für ein «gesundes» Unternehmen dar¹. Präsentismus meint die Anwesenheit am Arbeitsplatz trotz gesundheitlicher

oder anderweitiger Beeinträchtigung, die eine Abwesenheit legitimiert hätte². Mögliche Folgen sind eine verminderte Konzentrations- und Leistungsfähigkeit sowie eine erhöhte Fehleranfälligkeit und Unfallgefahr. Auf Unternehmensebene kann die Produktivität und Innovationsfähigkeit beeinträchtigt werden³. Letztlich geht Präsentismus einher mit einem erhöhten Risiko für Langzeitabsenzen⁴ und Kosten, die jene von krankheitsbedingten Absenzen um ein Vielfaches übersteigen⁵.

Ergebnisse der Echtzeiterhebung von Präsentismus bei Swiss Life

now@work® wurde erstmals im Rahmen eines Pilotprojekts bei Swiss Life Markt Schweiz eingesetzt. Die Erhebung wurde sowohl retrospektiv als auch über drei Wochen in Echtzeit durchgeführt. 1629 Mitarbeitende (73 %) haben an der freiwilligen Erhebung zu Präsentismus und zu arbeitsbezogenen Aspekten teilgenommen. Die Hochrechnungen der Antworten aus der Echtzeiterhebung zeigen, dass Mitarbeitende deutlich häufiger trotz gesundheitlicher Beeinträchtigung oder gar gegen ärztlichen Rat arbeiten, als es die Angaben aus den retrospektiven Erhebungen (12 und 6 Monate) vermuten lassen. Als wichtige Einflussfaktoren auf Präsentismus zeigten sich u.a. Rumination, Anerkennung durch Vorgesetzte und subjektiv wahrgenommene Erschöpfung⁶.

Die Echtzeiterhebung scheint ein geeignetes und akzeptiertes Instrument zu sein, um Präsentismus und dessen Gründe zu erfassen. In rund 500 Rückmeldungen der Mitarbeitenden wurde unter anderem mehrfach positiv erwähnt, dass die wöchentliche Erhebung als hilfreich und im Sinne einer Sensibilisierung wahrgenommen wurde, die vergangene Woche zu reflektieren. Es ist gelungen, die Aufmerksamkeit innerhalb des Unternehmens vom bislang überwiegenden Fokus auf Absenzen hin zu Anwesenheit bei der Arbeit bzw. Präsentismus zu lenken.

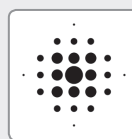
Mit «gesunder» Anwesenheit zum Unternehmenserfolg

Mit now@work® können Ressourcen und Brennpunkte erfasst, Veränderungen frühzeitig erkannt und gezielte Massnahmen ergriffen werden. Versicherer können dadurch kostspielige Leistungsfälle vermindern. Unternehmen nehmen ihre Fürsorgepflicht gegenüber den Mitarbeitenden wahr und gewinnen durch Partizipation und Transparenz an Attraktivi-

tät als Arbeitgeber. Mitarbeitende werden sensibilisiert, ihre Eigenverantwortung im Umgang mit arbeitsbezogener Gesundheit wahrzunehmen.

*Dr. med. Philip Strasser
Gesellschaftsarzt Swiss Life*

- 1 Ulich, E. & Nido, M. (2014). Präsentismus – auch ein Ergebnis persönlichkeitsförderlicher Arbeitsgestaltung? In P. Sachse & E. Ulich (Hrsg.), *Psychologie menschlichen Handelns: Wissen & Denken – Wollen & Tun. Beiträge zur Arbeitspsychologie*, Band 7 (S. 185 – 205), Lengerich: Pabst.
- 2 Ulich, E. (2013). Präsentismus. In Wirtz, M.A. (Hrsg.). *Dorsch – Lexikon der Psychologie*. 16. Auflage (S. 1212). Bern: Hans Huber.
- 3 Voermans, S. & Ahlers, G. (2009). Präsentismus: Krank zur Arbeit: Was kosten uns «tapfere» Kollegen? 2. Bremer Fachaus-tausch «Gemeinsam neue Wege». Bremen, 30.01.2009.
- 4 Hansen, C.D. & Andersen, J.H. (2009). Sick at work – a risk factor for long-term sickness absence at a later date? *Journal of epidemiology and community health*, 63 (5), 397 – 402.
- 5 Baase, C.M. (2006). Auswirkungen chronischer Krankheiten auf Arbeitsproduktivität und Absentismus und daraus resultierende Kosten für die Betriebe. In B. Badura, H. Schellschmidt, C. Vetter (Hrsg.), *Fehlzeiten-Report 2006* (S. 45 – 6), Berlin Heidelberg New York Tokio: Springer.
- 6 Strasser, P., Varesco Kager, N. & Häberli, D. (in press). Echtzeiterhebung von Präsentismus mit der App now@work® – ein Praxisbericht. *Journal Psychologie des Alltagshandelns*, 10(2).



now@work®: Ein wissenschaftlich fundiertes Instrument mit moderner Technologie und praktischer Relevanz.

- Fokus auf «gesunde» Anwesenheit
- In Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch
- 30 Minuten Zeitaufwand
- Als App oder Desktop-Version verfügbar
- Name, Sprache und E-Mailadresse als Voraussetzung für die Teilnahme
- Anonymisierte Daten und garantierter Datenschutz (FINMA zertifizierter Server)
- Erscheinungsbild mit eigenem Firmenlogo möglich





Chère lectrice, cher lecteur,

Always-on : nous sommes mobiles, hyperconnectés et en permanence actifs. La vie professionnelle et la vie privée sont de plus en plus imbriquées, et le bureau est toujours à portée de mains, même le week-end. Or, celui qui transporte partout son bureau avec lui vit dangereusement. Impossible de se détendre vraiment pendant le temps libre, ce qui accroît le risque d'accidents. Quiconque ne se repose pas assez et est en permanence stressé met sa santé en danger.

L'Association Suisse d'Assurances s'est appuyée sur ces deux tendances – augmentation du nombre d'accidents pendant les loisirs et sollicitations accrues au travail – dans le cadre de sa campagne de prévention ausschalten-auftanken.ch (en allemand uniquement ; déconnecter-recharger). Lancée le 16 septembre 2017 sur les réseaux sociaux et sur l'Internet, la nouvelle campagne en ligne comprend des petites vidéos et des articles qui illustrent l'importance de la phase de régénération afin de prévenir les accidents pendant les loisirs.

Parallèlement à la campagne de prévention, des données scientifiques sont récoltées pour corroborer la thèse de la dépendance entre la charge de travail et le nombre croissant d'accidents pendant les loisirs. Le concept now@work® de Swiss Life comprend un outil d'enquêtes en ligne récoltant des données sur le présentéisme ainsi que sur les ressources et les problèmes ; ceci non seulement de manière rétrospective mais aussi, pour la première fois, en temps réel. Outre des informations sur l'environnement professionnel, l'application enregistre également des données sur le risque d'accidents pendant les loisirs.

Déconnectez-vous régulièrement et rechargez vos batteries : déconnecter-recharger !

*Heinz Roth
Responsable de l'assurance-accidents au sein de l'ASA*

Le temps libre, c'est autant de travail en plus

La frontière entre vie professionnelle et vie privée ne cesse de s'estomper. Notre bureau est partout avec nous. Du fait de la numérisation et de la porosité concomitante des frontières entre travail et loisirs, nous avons de moins en moins l'occasion de nous régénérer correctement.

Souhaitant alerter des dangers du mélange de la vie professionnelle et de la vie privée, l'Association Suisse d'Assurances a lancé la campagne ausschalten-auftanken.ch (déconnecter-recharger) au début de l'année 2015. La suite de cette campagne est diffusée depuis mi-septembre 2017 sur les réseaux sociaux. Sous le slogan « Le temps libre, c'est autant de travail en plus », elle entend pointer du doigt les effets négatifs de la joignabilité permanente

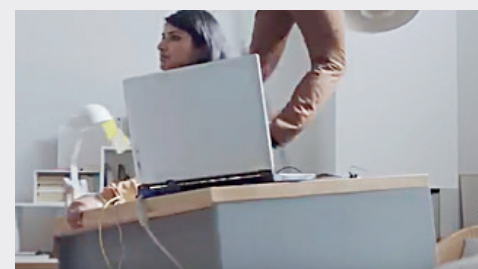
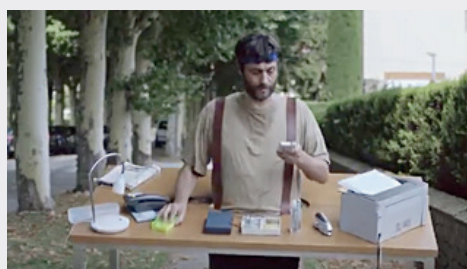
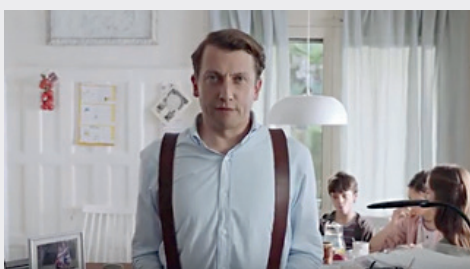
Le nombre d'accidents survenant pendant les loisirs ainsi que le stress au travail ne cessent de croître d'année en année. L'ASA a observé ces deux tendances, ce qui a donné la nouvelle campagne ausschalten-auftanken.ch. Le message : celui qui transporte partout son bureau avec lui vit dangereusement, n'est pas concentré, souvent distrait et risque d'avoir des accidents. Par ailleurs, il ne peut pas vraiment se reposer ni se détendre pendant son temps libre, il

s'épuise et met également sa santé en danger. Cette campagne de prévention entend sensibiliser aux dangers encourus lorsque les frontières entre vie professionnelle et vie privée sont par trop perméables. Il s'agit de réfléchir au fait d'être « always-on ».

Des courts-métrages distrayants mettent en scène les risques liés au fait d'être toujours prêt à travailler. L'accent est mis sur des scènes de la vie quotidienne présentant des risques d'accidents dus au manque d'attention découlant d'un stress accru au travail.

La campagne espère atteindre les personnes actives directement sur leur smartphone ou leur tablette, y compris pendant leurs loisirs et le week-end, c'est-à-dire justement lorsque les professionnels sont en déplacement avec leur bureau pendant leur temps libre. Les courts-métrages sont diffusés sur les principaux portails d'information de Suisse, sur Facebook, Instagram et YouTube depuis le 16 septembre 2017. Ils renvoient systématiquement au site de la campagne www.ausschalten-auftanken.ch

Voir le texte allemand pages 6 à 11



Les courts-métrages de la campagne présentent les dangers de l'hyperconnectivité dans la vie de tous les jours.

Evaluation de la campagne 2015-2016

Avec la campagne ausschalten-auftanken.ch (en allemand uniquement; déconnecter-recharger), l'ASA s'était fixé comme objectif en 2015 et 2016 de sensibiliser surtout les cadres dirigeants aux dangers qui consistent à mélanger le travail et la vie privée, de susciter des discussions sur le sujet et de contribuer ainsi à un changement d'attitude et de mentalité. Le *Handelszeitung* avait alors publié toutes les deux semaines des billets rédigés par des auteurs suisses de renom, ce qui avait incité plus de 1700 abonnés du journal à s'abonner à la newsletter afin d'être informés des nouvelles parutions.

L'ASA a mandaté l'Institut de psychologie de la Haute école zurichoise des sciences appliquées (la ZHAW) d'évaluer l'impact de la campagne. Les abonnés à la newsletter ont été invités à répondre à un sondage en ligne. Le taux de réponse s'est élevé à près de 30 %. Près de la moitié des répondants ont déclaré que les frontières entre travail et loisirs sont très poreuses. Les femmes cadres ressentent davantage cette perméabilité. L'interpénétration du travail et des loisirs a été évaluée différemment : près de deux cinquièmes des répon-

dants la ressentent négativement, alors qu'un cinquième d'entre eux considèrent qu'elle est positive ou enrichissante.

La direction de la campagne tire un bilan positif

La direction de la campagne tire un bilan positif des résultats de la présente campagne : parmi les lecteurs interrogés se trouvent beaucoup de cadres dirigeants. En outre, les abonnés ont déclaré réfléchir davantage aux effets de la joignabilité permanente et prendre plus au sérieux leurs conséquences possibles. L'humour déagagé dans les histoires ainsi que le design attrayant du site ont fait mouche et ont réussi à sensibiliser de manière ludique les cadres dirigeants ainsi que les collaborateurs à l'importance de cette problématique pour leur santé. Les articles ont été appréciés. Nouveau mode de prévention des accidents, ils ont déclenché des prises de conscience, des remises en cause et des discussions.

Voir le texte allemand pages 12 et 13

now@work® – Pour une présence « saine »

En tant qu'assureur et employeur, Swiss Life a tout intérêt à ce que ses assurés et ses collaborateurs soient en bonne santé et performants. Elle a donc pris l'initiative en 2016 de développer le concept now@work® en coopération avec l'Association Suisse d'Assurances ainsi que des partenaires des mondes économiques et scientifiques. Ce concept met l'accent sur une présence « en bonne santé » au travail en procédant à une enquête en temps réel sur le présentisme et les aspects liés au travail.

Un outil pour des enquêtes en temps réel

Etre en bonne santé lorsque l'on se rend au travail est un facteur déterminant en matière de performance durable des collaborateurs et contribue à asseoir le succès de l'entreprise. Le présentisme – le fait de se rendre au travail malgré des problèmes de santé ou d'autres natures qui justifieraient une absence – va de pair avec un risque accru d'absences longue durée et génère des coûts qui excèdent largement ceux entraînés par les absences pour cause de maladie.

now@work® a été mis en œuvre dans le cadre d'un projet pilote réalisé par Swiss Life Marché Suisse. Ils sont 1629 collaborateurs (73 %) à avoir accepté de participer à une enquête sur le présentisme et sur les aspects liés au travail. Il ressort des résultats de l'enquête qu'un sondage en temps réel semble être un instrument approprié et bien accepté pour récolter des données sur le présentisme et ses causes.

L'outil now@work® permet de recenser les ressources et les points problématiques, d'identifier les changements à temps et de prendre des mesures en conséquence. Les assureurs peuvent ainsi éviter l'ouverture de dossiers coûteux. Les entreprises assument leur devoir d'assistance à l'encontre de leurs collaborateurs et améliorent leur image de marque comme employeur du fait de leur participation et de leur volonté de transparence. De leurs côtés, les collaborateurs sont sensibilisés et invités à prendre leurs responsabilités, c'est-à-dire à tenir compte de leur santé dans le contexte du travail.

Voir le texte allemand pages 14 et 15



ASA | SVV

Schweizerischer Versicherungsverband SVV
Conrad-Ferdinand-Meyer-Strasse 14
Postfach
CH-8022 Zürich

Tel. +41 44 208 28 28
Fax +41 44 208 28 00
info@svv.ch
www.svv.ch