



Seelsorger in der Not

Anbieter von Employee Assistance Programs sind in der Krise besonders gefragt. Doch auch sonst ist es für Unternehmen sinnvoll, diese an ihrer Seite zu haben. Denn sie entlasten Mitarbeiter sowohl von Stress und Alltagsorgen als auch von psychischen Problemen.

VON PETRA WALTHER



Nadija Amjad-Prietzl

► „Ich habe Angst, dass sich meine vorerkrankte Mutter mit dem Coronavirus infiziert.“ „Durch den Lagerkoller kochen bei uns zu Hause die Probleme hoch.“ „Als allein-erziehende Mutter weiß ich nicht, wie ich ohne Kinderbetreuung gerade alles schaffen soll.“ Solche und ähnliche Sorgen hören Berater von Employee Assistance Programs (EAP) derzeit häufig. In der Corona-Krise sind sie verstärkt Anlaufstelle für Mitarbeiter, deren Unternehmen auf die externe Mitarbeiterberatung setzen. „Wir haben seit dem Shutdown einen starken Anstieg von Anrufen auf unserer Beratungshotline“, sagt **Nadija Amjad-Prietzl**, Regionalleiterin EAP Expertenberatung Region West/Süd-West bei der ias-Gruppe. Andere EAP-Anbieter wie etwa das Fürstenberg Institut vermelden Ähnliches.

Die Hotline ist eine niederschwellige Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit den externen Beratern, deren vorrangiges Ziel es ist, Mitarbeitern bei Alltagsorgen, in persönlichen Krisen, bei psychischen wie physischen Problemen, aber auch bei arbeitsbezogenen Schwierigkeiten Entlastung zu bieten. Je nach Anliegen werden die Mitarbeiter von einem auf das Problem spezialisierten Berater dann weitervermittelt. Dieser berät sie per Telefon, oder es werden Face-to-Face-Sitzungen – seit der Corona-Krise laufen diese vermehrt via Videokonferenz – vereinbart. „Gerade in herausfordernden Zeiten bewährt

sich das Konzept der Employee Assistance“, sagt Amjad-Prietzls Kollege **Jens Rickmann**, Facharzt für Arbeitsmedizin. „Mitarbeiter brauchen dann verstärkt Unterstützung, weil sich individuelle Ängste und Konflikte in solchen Phasen verstärken oder neue entstehen.“ Aber auch sonst sei EAP eine gute Möglichkeit, um die mentale Gesundheit der Mitarbeiter – und somit letztlich auch die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen – zu erhalten.

Vertrauensvolle Unternehmenskultur nötig

Das Pharmaunternehmen Pfizer ist sich dessen schon lange bewusst: Gemeinsam mit dem Fürstenberg Institut, einem der ältesten Anbieter von EAP in Deutschland, hat es den Service im Zuge des Umzugs seines Headquartiers von Karlsruhe nach Berlin bereits 2008 implementiert. „Uns war klar, dass wir unseren Mitarbeitern mit dem Firmenumzug viel abverlangen“, berichtet **Inga Hartleb**, Personalchefin Pfizer DACH. „Schließlich waren die Mitarbeiter gezwungen, ihr gewohntes soziales Umfeld samt Freunden zu verlassen, manche ließen pflegebedürftige Eltern zurück, Kita- und Schulsuchen standen an, und bei manch einem war auch die persönliche Karriere durch den Umzug mit Veränderungen verbunden.“ Hinzu kam ein kultureller Wandel: „Wäh-



Jens Rickmann



Inga Hartleb

rend wir in Karlsruhe Einzel- und Zweierbüros hatten, wechselten wir in Berlin zu offenen Bürolandschaften“, erläutert Hartleb.

All diese Veränderungen wollte man durch eine externe Mitarbeiterberatung begleiten lassen. Inzwischen ist der Firmenumzug längst vorbei, doch das EAP-Angebot ist geblieben – und läuft: „In der derzeitigen Pandemie wird der Service besonders in Anspruch genommen, was für Krisenzeiten typisch ist. Doch auch im vergangenen Jahr lag die Nutzerrate bei 6,7 Prozent“, sagt **Torsten Grewe**, betrieblicher Gesundheitsmanager bei Pfizer. Zum Vergleich: Die durchschnittliche Nutzungsrate bei Unternehmen allgemein liegt bei den Kunden des Fürstenberg Instituts laut dessen Benchmarking-Auswertung für 2019 bei fünf Prozent, bei jenen speziell aus der Pharma- und Chemiebranche bei 3,6 Prozent. Dass die Nutzerquote bei Pfizer so hoch ist, ist laut Grewe ein gutes Zeichen. „Das zeigt uns, dass die Mitarbeiter Vertrauen zu unserem Unternehmen und dem Angebot haben.“ **Reinhild Fürstenberg**, Geschäftsführerin des Fürstenberg-Instituts, unterstreicht diese Aussage: „In der Regel nutzen Mitarbeiter EAP stärker, wenn im Unternehmen eine offene vertrauensvolle Unternehmenskultur gefördert wird“, sagt sie.

EAP ist kein Selbstläufer

Ausreichendes Vertrauen zur EAP-Dienstleistung wiederum muss erst einmal aufgebaut werden. „Manche Unternehmen glauben, sie kaufen mit EAP einen Service ein, mit dem sie sofort ihre Mitarbeiter erreichen. EAP ist jedoch kein Selbstläufer, sondern muss erst einmal zum Laufen gebracht werden“, sagt **Juliane Barth**, Geschäftsführerin von Corrente. Wie das erreicht werden kann? „Immer wieder drüber reden“, lautet die Kurzformel von Pfizer-Personalchefin Inga Hartleb. Die Implementierung von EAP bei Pfizer sei ein Prozess gewesen. Um die Dienstleistung bekannt zu machen, habe man eine Kampagne mit Informationen über das Intranet, Flyer und ähnliche Marketinginstrumente aufgesetzt. Hinzu kam die Präsentation bei allen wichtigen Firmenveranstaltungen wie etwa dem „Tag der offenen Tür“. „Auf diese Weise und nicht zuletzt durch die positiven Erfahrungen derer, die EAP in Anspruch genommen haben, ist die Bekanntheit der externen Mitarbeiterberatung sukzessive gewachsen“, so Hartleb. Letztlich hat die Einführung zwei bis drei Jahre gedauert. Dass es einer längeren Implementierungsphase für EAP bedarf, ist nicht ungewöhnlich. Schließlich handelt es



Torsten Grewe



Reinhild Fürstenberg



Juliane Barth

**WEIL IHRE
HÄNDE
WICHTIGERES
ZU TUN HABEN,
ALS ALLES SELBST
IN DIE HAND
ZU NEHMEN.**

Gemeinsam anpacken.

Stärken Sie Ihre Mitarbeiter und Ihr Unternehmen mit dem betrieblichen Gesundheitsmanagement der IKK classic. Zusätzlich gibt es 500 Euro Bonus. Mehr Infos unter www.ikk-classic.de/bgm

Etablierte Anbieter von EAP

B.A.D GmbH – www.bad-gmbh.de	ias-Gruppe – www.ias-guppe.de
Corrente – www.corrente.de	ICAS Deutschland – www.icas-eap.com
pme Familienservice – www.familienservice.de	INSITE – www.insite.de
Fürstenberg Institut – www.fuerstenberg-institut.de	Otheb – www.otheb.de
	Quelle: eigene Recherche

EAP im Unternehmen implementieren

Was ist zu tun, wenn ein Employee Assistance Program im Unternehmen eingeführt werden soll? Folgende Maßnahmen haben sich bewährt:

- **Präsentation des Programms** vor Multiplikatoren wie Führungskräften und dem Betriebsrat
- Prominente Platzierung im **firmeneigenen Intranet**
- **Mail an alle Beschäftigten** mit Erstinformation und Darstellung der Intention (im besten Falle durch Geschäftsführer/Vorstand)
- **regelmäßige Hinweise** in internen Newslettern und anderen Unternehmenspublikationen
- **Verteilung von Flyern an Beschäftigte** (zum Beispiel über die Gehaltsabrechnung, in Onboarding-, Elternzeit- und Wiedereinstiegsmappen)
- großflächige Verteilung von **Visitenkarten des EAP-Anbieters**
- **Platzierung von Plakaten** (zum Beispiel in Kantine, Aufzügen et cetera)
- Vorstellung des EAP im Rahmen einer **Betriebsversammlung**
- **Inhouse-Vorträge oder Webinare** von Experten des EAP-Anbieters oder **Beratungstage** mit diesen
- **Infostände**, zum Beispiel vor der Kantine
- **Einzelmaßnahmen bei speziellen Firmenevents** – zum Beispiel Stresstest bei Gesundheitstagen mit Verweis auf die EAP-Maßnahmen



Alexa Ahmad, Geschäftsführerin, pme Familienservice

sich – ausgenommen spezielle Krisenpakete, wie sie vor dem Hintergrund der Corona-Krise jetzt vermehrt angefragt wurden – um einen langfristigen Service, der gut in die Unternehmensprozesse einzugliedern ist, wie Reinhild Fürstenberg betont. „Es kommt darauf an, EAP zum integrierten Bestandteil der Personalentwicklung zu machen“, pflichtet Nadija Amjad-Prietzl von der ias-Gruppe bei. In diesem Zusammenhang rät sie, EAP nicht nur am Anfang zu bewerben, sondern fortwährend – sei es über Plakate, Beiträge im Intranet oder Ähnlichem.

EAP als Bestandteil von PE

Wie aber kann EAP zum Bestandteil der Personal- und auch Führungskräfteentwicklung werden? „Wir schauen uns nicht nur die allgemeinen Zugriffszahlen für EAP an, sondern auch die Themenbereiche, zu denen Unterstützung gesucht wird“, berichtet Inga Hartleb. „Uns geht es darum, Trends zu erkennen, um entsprechend

gegensteuern zu können. Das wäre zum Beispiel der Fall, wenn sich die Mitarbeiter vermehrt aufgrund hoher Arbeitsbelastung oder schlechter Feedbackkultur an das Fürstenberg Institut wenden.“

Nach Meinung von Juliane Barth, Mitbegründerin des Employee Assistance European Forums (EAEF), das die Professionalisierung von EAP in Europa vorantreiben will, ist es vor allem wichtig, EAP von Anfang an zum Cheftema zu machen. „Der EAP-Anbieter sollte möglichst viele Firmeninfos erhalten und zum Beispiel über Betriebsvereinbarungen Bescheid wissen“, betont sie. Denn: „Damit der Berater bei arbeitsplatzbezogenen Problemen weiterhelfen kann, muss er wissen, welches Arbeitsumfeld im Unternehmen herrscht, ob Umstrukturierungen stattfinden, welchen Herausforderungen gerade begegnet werden muss und Ähnliches.“

„Der EAP-Anbieter sollte die Unternehmenskultur seines Klienten kennen“, bringt es Nadija Amjad-Prietzl auf den Punkt. Nur dann sei auch ein kundenspezifischer Zuschnitt des Angebots, also die Auswahl der passenden EAP-Maßnahmen, möglich. Eine zentrale Frage der ias-Gruppe an den Kunden sei in diesem Zusammenhang immer: „Was ist für uns wichtig zu wissen?“

Breite Expertise vonnöten

Nützlich sind die Infos zum Unternehmen laut Juliane Barth freilich aber nur, wenn der externe Berater auch tatsächlich das Unternehmen mit im Blick hat und nicht rein mitarbeiterfokussiert arbeitet. Ergo ist es bei der Auswahl sinnvoll, verstärkt auf einen Mix an Berater-Qualifikationen beim EAP-Anbieter zu achten: Neben therapeutisch ausgerichteten Psychologen, sozialpädagogischen Kräften und Sozialarbeitern sollten auch Berater mit unternehmensbezogenem Wissen an Bord sein.

Zudem ist eine breite Expertise des EAP-Anbieters hinsichtlich der Themen wichtig. „Viele, die sich EAP auf die Fahne schreiben, bieten nicht das umfassende Programm, das die unterschiedlichen Felder der Lebensberatung genauso abdeckt wie psychosoziale Themen inklusive individueller Gesundheitsberatung, arbeitsplatzbezogenen Themen und Führungskräfteberatung“, beschreibt Reinhild Fürstenberg den Markt. Sie zählt zudem einen gut ausgebauten Service für weitergehende spezifische Hilfsangebote wie etwa Schuldnerberatung, Kinderbetreuung oder Pflege der Eltern für die Mitarbeiter zum entscheidenden Erfolgskriterium von EAP. Ausschlaggebend auch: Die Berater-Hotline sollte am besten durchgängig für die Mitarbeiter erreichbar sein. Ferner ist die Möglichkeit von Face-to-Face-Beratung in verschiedenen Städten von großer Bedeutung. Und – spätestens seit der Corona-Krise – nicht mehr wegzudenken: die Beratung via Videokonferenz. ■



Welche speziellen Leistungen bieten EAP-Anbieter in der Corona-Krise? Und auf was sollten Sie bei der Auswahl eines professionellen Dienstleisters achten? Das lesen Sie unter dem Link pwgo.de/seelsorge-pandemie.