

CORPORATE HEALTH AWARD

Wie Firmen mit dem richtigen Gesundheitsmanagement Mitarbeiter an sich binden

Anstatt immer neue Gesundheitsangebote zu ersinnen, gehen die Sieger des „Corporate Health Awards“ präzise auf die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter ein.



Miriam Binner

23.11.2018 - 11:17 Uhr • [Kommentieren](#) • [7 x geteilt](#)



Corporate Health

Betriebsport-Angebote gehören in vielen Firmen zur Tagesordnung.
(Foto: dpa)

Köln. Fünf Stockwerke überwinden die Informatikstudenten der Technischen Universität (TU) Kaiserslautern für ihre Vorlesungen und Übungen. Das Transportmittel der Wahl: Aufzug. Seit Kurzem weist eine Markierung am Boden auf einen alternativen Weg: die Treppe.

„Um unsere Studierenden zu mehr Bewegung zu motivieren, machen wir niedrigschwellige Angebote“, sagt Max Sprenger, stellvertretender Leiter des Allgemeinen Hochschulsports. „Sie sollen für die Studierenden möglichst keinen zusätzlichen Organisationsaufwand bedeuten.“

Sprenger ist sich sicher: Wären neben der alltäglichen Studienorganisation auch noch Anmeldeformulare für Sportangebote auszufüllen oder Wartelisten zu beobachten, würde das gerade die weniger aktiven Studierenden eher abschrecken. So fließt Sport an der TU immer wieder in den Uni-Alltag ein.

Außer auf der Treppe trainieren die Studenten auch im Hörsaal. Professoren, die den Vorlesungsexpress unterstützen, opfern **fünf bis zehn Minuten ihrer Vorlesungszeit für Mobilisierungsübungen** am Platz. Anleitung kommt von ausgebildeten Trainern.

„Nach der Hälfte der Vorlesungszeit eine Bewegungspause einzulegen, steigert die Konzentration enorm. Trotzdem sind bei den eng getakteten Lehrplänen nicht alle Professoren einverstanden, das ist verständlich“, sagt Sprenger. Deshalb kümmerte sich sein Team mit 20 studentischen Hilfskräften um passende Lösungen für die jeweilige Zielgruppe. Im Fachbereich Physik gab es schon kurze Sporteinheiten im Labor.

Corporate Health Award 2018

Ausgezeichnete Unternehmen

Gewinner 2018




Kategorie	Sieger
 Öffentliche Verwaltung	Landeshauptstadt Wiesbaden
 Elektrotechnik/ Kleinteilproduktion	Wago Kontakttechnik
 Maschinenbau/ Schwerindustrie	Thyssen-Krupp
 Verkehr/Logistik	Hamburger Hochbahn
 Versicherungen	Gothaer
 Handel	Obi Group
 Konsumgüter	Henkel

HANDELSBLATT-GRAFIK

Mit diesem individuellen Ansatz für das Studentische Gesundheitsmanagement (SGM) sichert sich die TU Kaiserslautern einen Sonderpreis in der Kategorie „Gesunde Hochschule“ beim diesjährigen Corporate Health Award. Verliehen wurde der Preis für Engagement im Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) gestern Abend vom Beratungs- und Marktforschungsunternehmen EuPD Research, der ias-Gruppe und dem Handelsblatt in insgesamt 25 Kategorien.

Was die Strategien der Preisträger vereint: Sie arbeiten an maßgeschneiderten Angeboten, um die Qualität der Gesundheitsleistungen zu verbessern. Nicht die Menge der Maßnahmen steht im Vordergrund. „Im BGM setzen die Firmen und Organisationen zunehmend auf Qualität statt Quantität“, sagt Steffen Klink, Bereichsleiter soziale Nachhaltigkeit bei EuPD Research.

Bei Fachkräftemangel und hoher Fluktuation helfe BGM dabei, Mitarbeiter zu binden und die Marke als Arbeitgeber zu kräftigen, sagt Klink. „Wir sehen, dass der Handlungsdruck auf die Entscheider steigt und sie das BGM immer stärker strategisch betrachten.“

Planvoll geht auch die Verwaltung der Landeshauptstadt Wiesbaden vor: Aus einer anfänglichen Fitnessstudio-Kooperation ist mittlerweile ein Gesamtkonzept entstanden, das je nach Abteilung auch die psychische Gesundheit der Mitarbeiter in den Fokus nimmt. Der Ansatz: Mithilfe von Fragebögen untersucht die Stadtverwaltung zum Beispiel, welche Faktoren in welchen Arbeitsgruppen zu Stress führen – und wo die Ursachen liegen. Die Hessen errangen damit den Sieg in der Kategorie „Öffentliche Verwaltung“.

ANZEIGE

Klare Bedarfsanalyse

Bei einer grundlegenden Befragung im Jahr 2014 stellten sich in Wiesbaden drei zentrale Bedürfnisse heraus, die heute als Grundlage für ein mit den Mitarbeitern entwickeltes Leitbild für das Gesundheitsmanagement dienen: Einfluss und Gestaltungsmöglichkeiten bei der Arbeit, Klarheit der Rollen und Vorhersehbarkeit.

„Wir haben damals vermutet, dass sich Mitarbeiter eher generell über zu viele Aufgaben oder schlechten Führungsstil beschwerten, aber die Ängste und stressauslösenden Momente sind ganz individuell“, sagt Bernhard Langanki, Leiter des Personal- und Organisationsamts in Wiesbaden.

Er rät deshalb dazu, für ein erfolgreiches Gesundheitsmanagement sehr detailliert den tatsächlichen Bedarf in der Belegschaft zu analysieren – und sich ein klares Bild von der Ausgangslage in den jeweiligen Organisationseinheiten zu verschaffen. Eine enge und lange Bindung an den Arbeitgeber sei das Ziel. „Deshalb sehen wir es als zentral an, mit dem Gesundheitsmanagement ein Höchstmaß an körperlichem, sozialem und seelischem Wohlbefinden zu erreichen“, so Langanki.

Corporate Health Award

▼ Der Preis

▼ Die Bewertung

Neben einem vergünstigten Monatsstarif von 15 Euro für acht Partner-Fitnessstudios vermittelt die Stadt ihre Mitarbeiter im Rahmen des Betriebssports an örtliche Vereine und organisiert Aktionen an jährlichen Gesundheitstagen. Wer seelische Unterstützung sucht oder Hilfe in einem Konflikt, kann sich an eine Beraterhotline wenden.

Dort engagieren sich Mitglieder eines Psychotherapeuten-Netzwerks. Zudem bezahlt die Verwaltung fünf Termine für eine professionelle psychotherapeutische Behandlung. Wie zufrieden die Mitarbeiter mit den Angeboten sind und wie stark sie genutzt werden, ermittelt Langankis Abteilung nach eigener Aussage regelmäßig in Fragebögen.

Echte Euphorie ist selten

Mitarbeiter abzuholen und sie für Gesundheitsaktionen zu motivieren, bleibt Experten zufolge eine zentrale Herausforderung. Wie schwer sich Unternehmen immer noch damit tun, Beschäftigte für ihre Leistungen zu begeistern, zeigt eine branchenübergreifende Arbeitnehmer-Studie des Beratungs- und Marktforschungsunternehmens 2HMforum. Als echte Fans ihres Arbeitgebers bezeichnen sich demnach nur 21 Prozent der 2.250 Befragten, weiterempfehlen würden ihr Unternehmen nur 30 Prozent.

Eine verpasste Chance, denn: Die emotionale Verbundenheit mit der Arbeitsstelle erhöhe nicht nur die Motivation, sich aktiv einzubringen, sondern reduziere auch die Gefahr, dass Mitarbeiter an Burn-out oder Bore-out erkranken. „Viele Unternehmen haben noch nicht verstanden, dass sie nicht immer mehr in die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter investieren müssen, sondern vor allem in die emotionale Bindung“, lässt sich Anita Saathoff, Leiterin Emotionale Mitarbeiterbindung bei 2HMforum, in der Auswertung zitieren.

Stärkere Beteiligung will der Konsumgüterkonzern Henkel mit Gesundheitsaktionen erreichen. Bei der „Active-Life-Kampagne“ haben Mitarbeiter an mehr als 350 Standorten weltweit Punkte in einem Intranet-Portal gesammelt – wenn sie sich etwa mit Kollegen zum Training verabredet und Übungen zur Stärkung des Herz-Kreislauf-Systems erledigt haben. Mehr als 23.000 Stunden an sportlicher Betätigung kamen auf diesem Wege nach Unternehmensangaben zustande.

ANZEIGE



WIE HEIßT DAS STÄRKBUCH HEUTE?

Warum 0,000 Prozent schlechte Laune machen

Der anhaltenden Niedrigzinsphase (der Leitzins der EZB ruht beharrlich bei null Prozent) und Inflation ist es zu „verdanken“, dass unzählige Euros auf deutschen Giro-, Spar- und Tagesgeldkonten ein lethargisches Dasein fristen. Mehr...

Videos klären auf

Jedes Jahr setzt der Konzern eine solche globale Gesundheitskampagne auf. Im Zentrum stehen zum Beispiel Anleitungen für eine erfolgreiche Reanimation oder Wege zur Vermeidung von Infektionskrankheiten. Um Aufmerksamkeit zu erzielen, spielt der Konzern Informationen und Hintergrundwissen über verschiedene Kanäle aus: Flyer und Poster erreichen Mitarbeiter ohne Zugang zu einem Computer.

Wer vor dem Bildschirm arbeitet, kann im Intranet zusätzlich Videos ansehen. Mindestens 90 Prozent der 53.000 Beschäftigten will die Konzernkommunikation über die verschiedenen Wege erreichen. Konkrete Auswertungen veröffentlicht das Unternehmen hierzu aber nicht.

THEMA: GESUNDHEIT: FITNESS, ERNÄHRUNG UND TRENDSPORT

TRENDSPORT
Wie Sie zum Trailrunner abseits ausgetretener Pfade werden

SPORT UND GESUNDHEIT
Auch die „Wochenend-Warrior“ leben gesund

CRAZY INC.
Japanischer Hochzeitsplaner entlohnt seine Mitarbeiter für genug Schlaf

Zu den neuen Themen gehören für Henkel die mentale Gesundheit und Stressprävention. Erst seit dem vergangenen Jahr bietet das Unternehmen auch Entspannungskurse und Achtsamkeitstrainings an. Die Einheiten bestehen meist aus einem Vortrag und praktischen Kurzübungen. Dabei sollen die Teilnehmer unter anderem Methoden lernen, um Stress und Überlastung in der digitalisierten Arbeitswelt wahrzunehmen und zu vermeiden.

Dass attraktive Angebote im Gesundheitsmanagement helfen, qualifizierte Kräfte zu halten, hat Henkel als Sieger in der Kategorie „Konsumgüter“ bereits vor acht Jahrzehnten erkannt. Damals ging es vor allem darum, bei Unfällen oder Krankheit in einer „Krankenstube“ auf dem Betriebsgelände akut medizinisch zu versorgen.

Heute fördert der Konzern auch Prävention und bietet
Vorsorgeuntersuchungen für Darm- oder Hautkrebs an. Genutzt haben
das im Vorjahr rund 1.100 Mitarbeiter. Für die Beschäftigten in
Deutschland erstattet Henkel zudem Präventionsangebote, die nicht im
Leistungskatalog der gesetzlichen Krankenkassen enthalten sind. Wer
eine Untersuchung auf Privatrechnung vornehmen lässt, füllt einen
Erstattungsantrag bei der Partnersversicherung Allianz aus und bekommt
das Geld zurück.