

FITCOMPANY

BGM mit BMW Group



© fizkes - Fotolia.com

FITCOMPANY ist seit über 17 Jahren im Bereich des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) tätig. Eines der Vorzeigeprojekte des Dienstleisters für Gesundheit sowie der Leistungs- und Berufsfähigkeit von Arbeitnehmern ist die Kooperation mit dem Autobauer BMW, für den acht Fitness-Studios und Physiotherapien geführt werden. Was BGM auf höchstem Niveau ausmacht und wie damit die Gesundheit und Motivation der Mitarbeiter gefördert werden kann, hat die fitness MANAGEMENT in einem Interview mit FITCOMPANY Geschäftsführer Dirk Rupprecht erfragt.

fMi: Wie definieren Sie Betriebliches Gesundheitsmanagement?

FITCOMPANY: BGM fördert die Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft Ihrer Mitarbeiter und somit die Leistungsfähigkeit Ihres Betriebes. Mit Hilfe des BGM-Prozesses identifizieren und beeinflussen Sie die Treiber für Gesundheit und steigern nachhaltig die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens. Ziel von BGM ist es, die Arbeit als solches (Verhältnisprävention) gesünder zu gestalten sowie die Bewältigungsmöglichkeiten, Widerstandsressourcen und Kompetenzen der Beschäftigten (Verhaltensprävention) zu erhalten und zu stärken. BGM wirkt somit auf die betrieblichen Rahmenbedingungen und auf die Beschäftigten selber.

Wie wird BGM von den Firmen generell angenommen?

Firmen stehen generell BGM sehr offen gegenüber, da die Themen Stress, psychische Gesundheit, Bewegungsmangel und die Belastungen am Arbeitsplatz immer größer werden. Des Weiteren steigt durch BGM die Attraktivität des Arbeitgebers beim Arbeitnehmer.

Eine Vielzahl von Dienstleistern bietet BGM an. Wie erkennt man, ob hinter dem Begriff BGM auch eine hochwertige Dienstleistung steckt?

Einen hochwertigen Dienstleister erkennt man an einem ganzheitlichen Ansatz, der systematisch strukturiert ist und von der Analyse bis zur Evaluation alles abdeckt, um Qualität und Nachhaltigkeit zu gewährleisten.

Welche Voraussetzungen sollte man als Fitness-Anlage erfüllen, um erfolgreich BGM anbieten zu können?

Man sollte qualifiziertes Personal, Sportwissenschaftler und Gesundheitswissenschaftler, zertifizierte Trainer nach Paragraph 20 sowie ein gutes Netzwerk sicherstellen, um flexibel Maßnahmen anbieten zu können.

Wie überzeugt man Unternehmen von den Vorteilen eines BGM?

Unternehmen können sich durch BGM für bestehende Mitarbeiter und neue Mitarbeiter attraktiver machen und die Identifikation mit dem Unternehmen steigern. Außerdem wird durch motivierte und gesunde Mitarbeiter die Wettbewerbsfähigkeit gesteigert und die Produktivität der Mitarbeiter erhöht.

Wo steckt das große Potenzial für Gesundheitsdienstleister im Bereich BGM – bei den großen Konzernen oder doch eher bei den kleinen und mittleren Unternehmen?

Das lässt sich pauschal nicht sagen, da alle Firmen attraktiv für ihre Mitarbeiter sein möchten und Maßnahmen anbieten.

Worin bestehen die Unterschiede zwischen der Implementierung von BGM bei großen Firmen und bei kleinen und mittleren Unternehmen?

In großen Firmen müssen Projekte oft mehrere Instanzen durchlaufen daher können sich Entscheidungsprozesse verzögern. Bei kleineren Firmen bekommt man BGM oft schneller umgesetzt.

Im neuen Präventionsgesetz von 2015 haben sich die Krankenkassen verpflichtet, ihre Ausgabenrichtwerte für Präventionsangebote mit einer Erhöhung von 3,09 auf 7-, EUR mehr als zu verdoppeln. Hat sich diese Maßnahme positiv auf die Verbreitung von BGM ausgewirkt?

Die Erhöhung des Ausgabenrichtwertes hat sich positiv auf die Verbreitung von BGM ausgewirkt. Es wenden sich immer mehr Firmen an uns, da der Anreiz für Betriebe nun noch höher ist, sich intensiver mit dem Thema betriebliche Gesundheitsförderung auseinanderzusetzen und die diesbezüglichen Aktivitäten weiter zu erhöhen. Jeder Betrieb vor allem mittelständische und kleine Betriebe haben die Chance nun noch mehr ihre Mitarbeiter gesundheitlich zu fördern und sind engagiert dies schnellstmöglich umzusetzen.