

machtfit

WHITEPAPER

Studie: Mitarbeiter:innen für Gesundheitsangebote begeistern.

Tipps & Best Practices für ein effektives und nachhaltiges Gesundheitsmanagement.

machtfit.de

Inhalt

Hintergrund zur Studie	03
Die Top-Herausforderungen 2023	04
Die Top-Herausforderungen in der betrieblichen Gesundheitsförderung	06
Unsere Lösung für deine Herausforderungen	18
Erfolgreiche Umsetzung einer ganzheitlichen BGF-Strategie: Praxisbeispiele	20
Fazit	22

Hintergrund zur Studie

Wir von machtfit haben eine große Studie zum Thema Gesundheitsmanagement abgeschlossen. Hierzu haben wir mit 130 Gesundheitsmanagern und Referentinnen gesprochen und sie zu ihren größten Herausforderungen befragt.

Die Mehrheit der befragten Personen innerhalb der Studie führen Leitungsfunktionen in ihren Unternehmen aus. 58,5 Prozent der Befragten arbeiten in Unternehmen mit 1.000-5.000 Mitarbeitenden. 16,9 Prozent in Unternehmen mit 750 bis 1.000 Mitarbeitenden. 9,2 Prozent arbeiten sogar in Unternehmen mit über 10.000 Mitarbeitenden.

Davon sind 24,4 Prozent der Unternehmen in der öffentlichen Verwaltung tätig, 16 Prozent in der Gesundheitsbranche, 15,3 Prozent in der Banken- und Finanzbranche, 6,1 Prozent in der Energie-Branche und 5,3 Prozent in der Handelsbranche sowie in der IT.

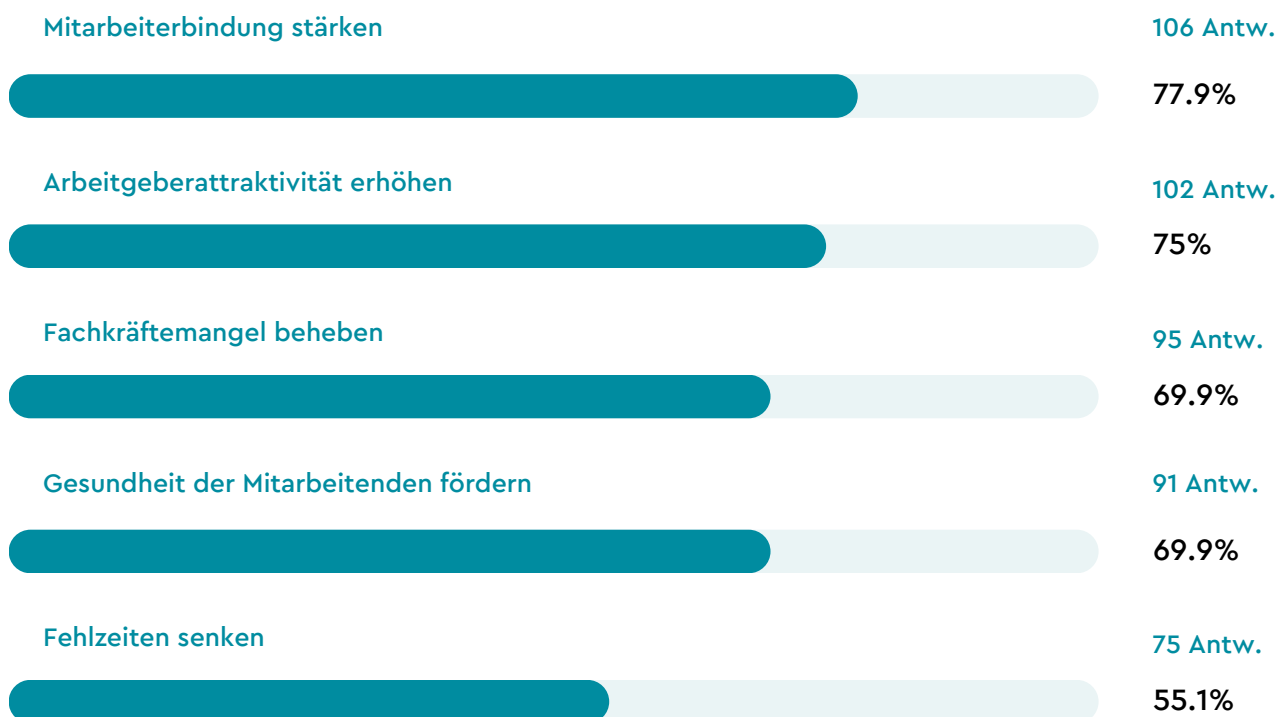
Die Top-Herausforderungen 2023

Laut unserer Befragung ist die **Mitarbeiterbindung** aktuell für 77,9 Prozent der befragten Unternehmen die größte Herausforderung. Darauf folgt knapp dahinter die Erhöhung der **Arbeitgeberattraktivität** mit 75 Prozent. Der **Fachkräftemangel** rangiert mit 69,9 Prozent an dritter Stelle, während die Förderung der **Gesundheit der Mitarbeitenden** mit 66,9 Prozent den vierten Platz belegt.

Die beiden Herausforderungen, die den fünften und sechsten Platz einnehmen, sind das Senken von **Fehlzeiten** (55,1 %) und die Steigerung der **Motivation der Mitarbeiter:innen** (52,1 %). Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass diese beiden Herausforderungen eng mit der Gesundheit der Mitarbeitenden verbunden sind. Auch die Produktivität hängt mit der Gesundheit der Belegschaft zusammen, auch wenn dies aktuell mit 19,1 Prozent nicht zu den größten Herausforderungen in Unternehmen zählt. Dies werten wir als ein gutes Zeichen, denn es scheint, als wären Mitarbeitende produktiv und effizient in dem, was sie tun.

Was sind aktuelle Herausforderungen in Ihrem Unternehmen?

136 von 136 Personen haben diese Frage beantwortet



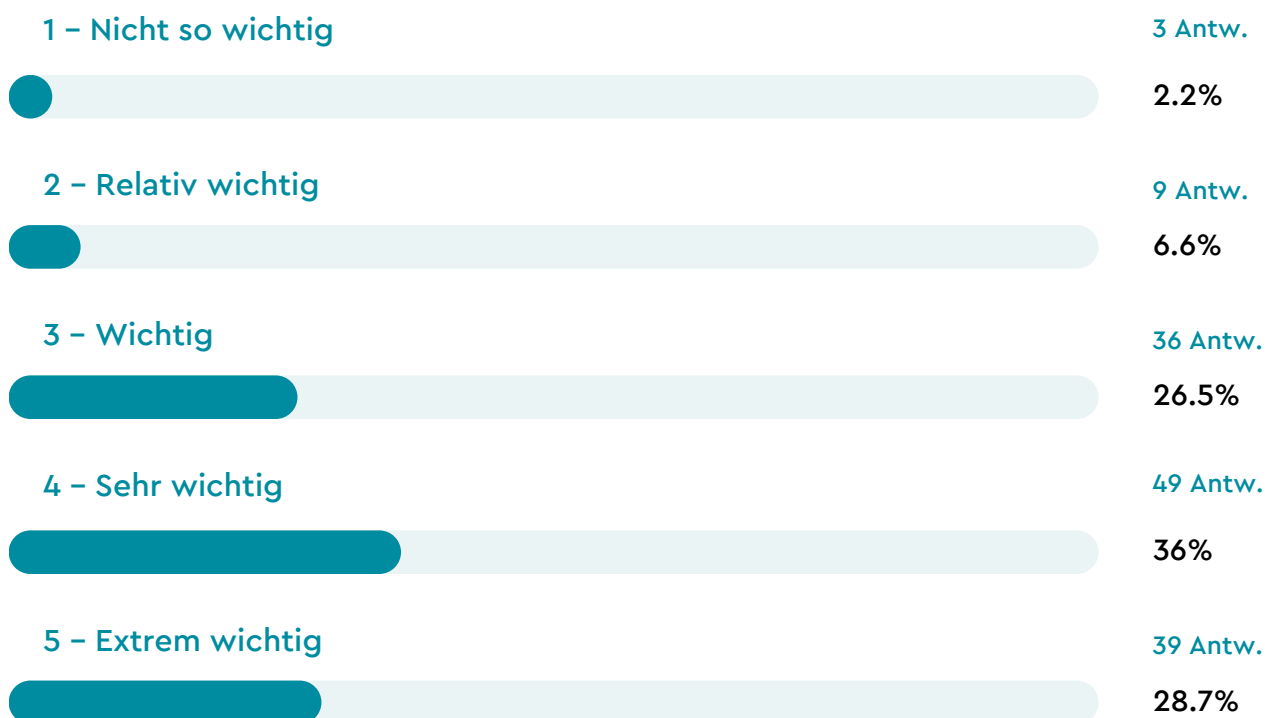


Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass Unternehmen mehr Ressourcen darauf verwenden sollten, das allgemeine Wohlbefinden der Belegschaft zu verbessern. Dann wären nämlich viele der größten Herausforderungen leichter zu bewältigen. Eine solche Investition wirkt sich nicht nur positiv auf die Mitarbeiterbindung aus, sondern hat in den meisten Fällen auch einen günstigen Einfluss auf deren Motivation, Produktivität, die Verringerung von Fehlzeiten und die Attraktivität des Arbeitgebers.

Obwohl die Förderung des Wohlbefindens mehrere Herausforderungen auf einmal angehen würde, hat unsere Umfrage ergeben, dass die Wichtigkeit der betrieblichen Gesundheitsförderung auf einer Skala von 1 bis 5 nur mit einer 3,8 bewertet wird. Wir sagen, da ist noch Luft nach oben! Es scheint, dass die Auswirkungen solcher Maßnahmen noch immer unterschätzt werden oder möglicherweise nicht einmal als Lösung für Probleme wie sinkende Mitarbeiterbindung oder Fachkräftemangel in Betracht gezogen werden. Oft hängt dies damit zusammen, dass die Wirksamkeit der BGF nicht anhand von geeigneten KPIs nachgewiesen werden kann.

Wie wichtig ist das Thema Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) generell für Ihr Unternehmen?

136 von 136 Personen haben diese Frage beantwortet



Die Top-Herausforderungen in der betrieblichen Gesundheitsförderung (BGF)

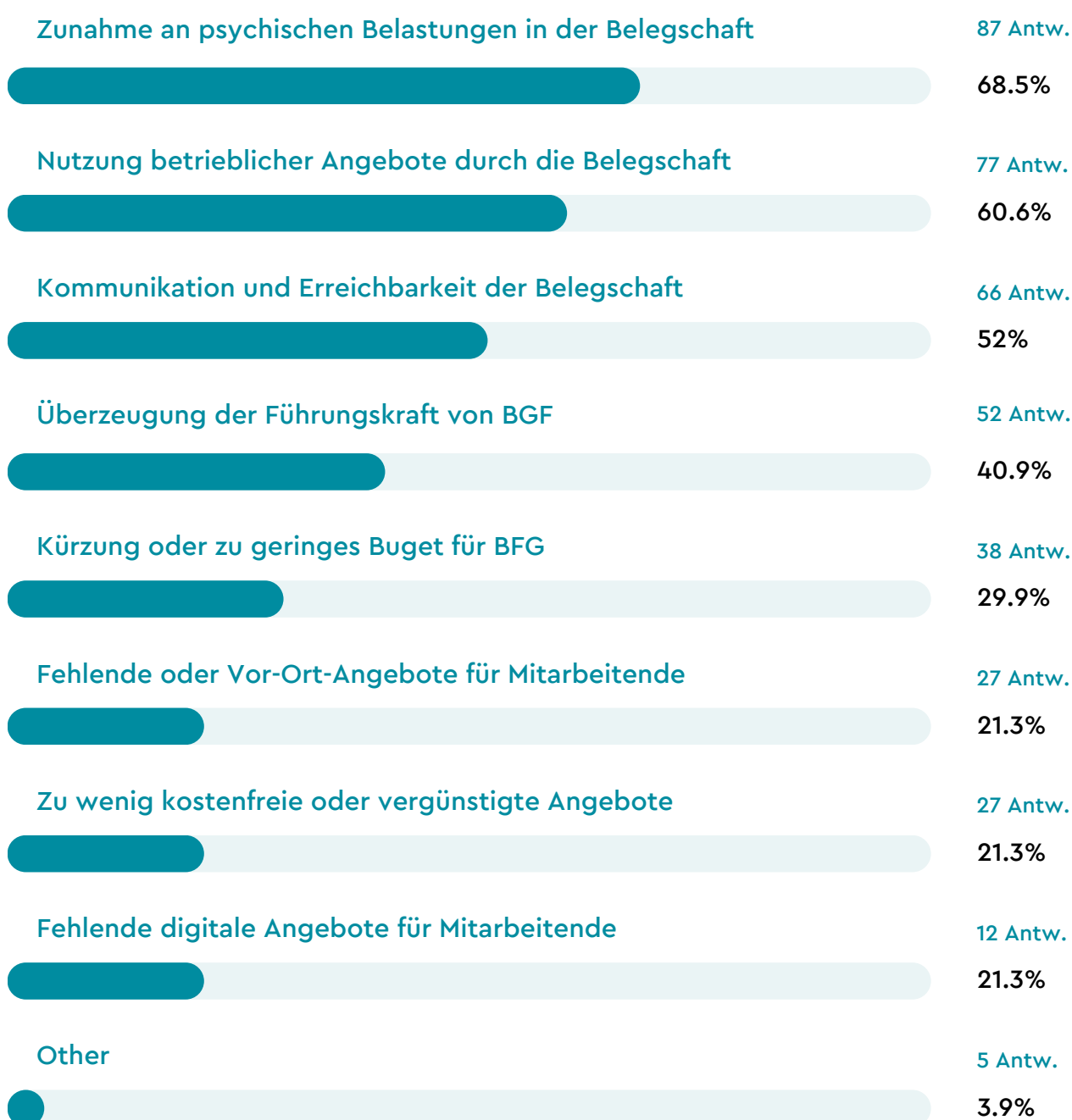
Beinahe alle befragten Unternehmen (93,4 %) setzen Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung um, davon setzt ein Großteil, nämlich 82,7 Prozent, auf selbstständig interne Maßnahmen wie Kursangebote und Workshops. 76,4 Prozent bieten Firmensport wie Lauftreffen oder eine Fußballgruppe an. Auch weit vorne dabei ist die Zusammenarbeit mit Krankenkassen (71,7 %). Weniger Unternehmen, nämlich 30,7 Prozent, arbeiten mit einem Anbieter für Firmenfitness zusammen, wie zum Beispiel Urban Sports Club, Hansefit oder wellpass.

Auf die Frage, was denn die aktuellen Herausforderungen in der betrieblichen Gesundheitsförderung sind, antworteten 68,5 Prozent mit der **Zunahme an psychischen Belastungen** in der Belegschaft. Tatsächlich gaben 60,6 Prozent an, dass auch die **Nutzung betrieblicher Angebote** durch die Belegschaft eine Herausforderung sei.

Mit zusammenhängend ist dabei wahrscheinlich die **Kommunikation und Erreichbarkeit der Belegschaft** mit 52 Prozent. 40,9 Prozent gaben noch an, dass die **Überzeugung der Führungskraft** von BGF ebenfalls eine Hürde darstellt. 30,7 Prozent gaben an, dass die **Angebote an sich** eine Herausforderung darstellen, da es entweder vor Ort keine Angebote gibt oder die Vergünstigung nicht attraktiv genug ist.

Was sind aktuellen Herausforderungen in der Betrieblichen Gesundheitsförderung?

127 von 136 Personen haben diese Frage beantwortet

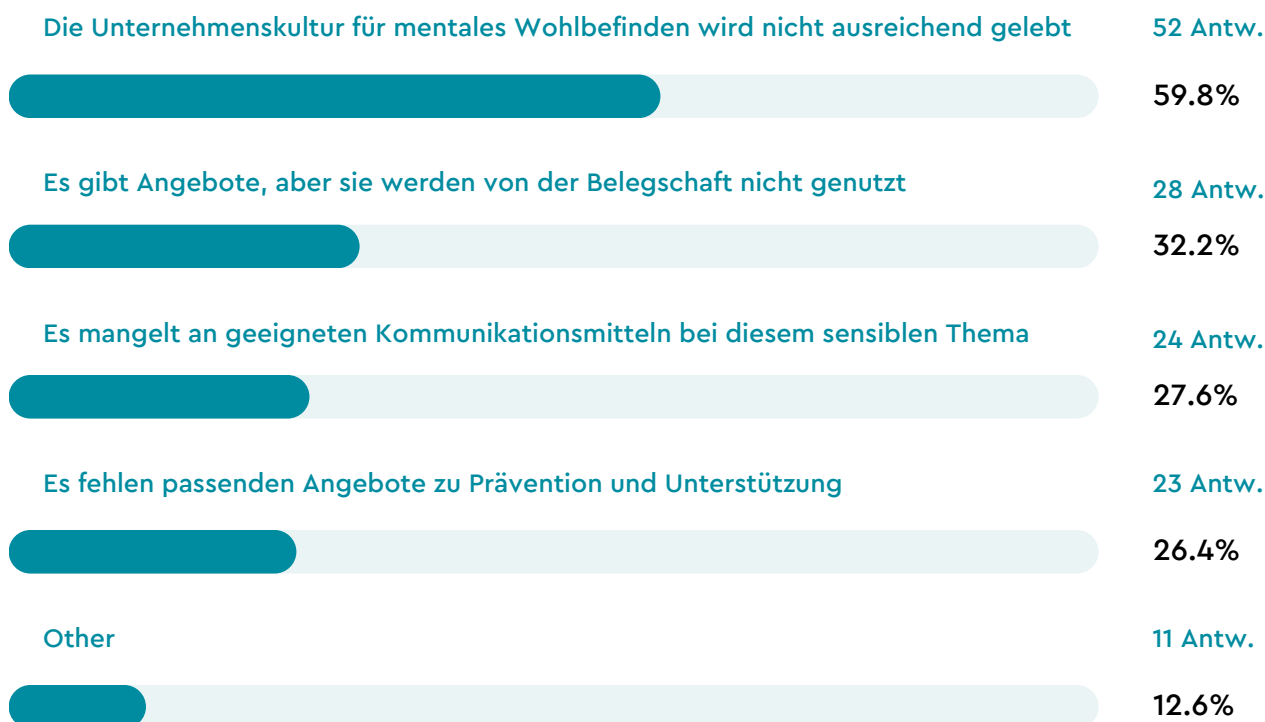


Im Rahmen unserer Studie sind wir genauer auf die größten Herausforderungen eingegangen, mit dem Ziel zu verstehen, welche Ressourcen betrieblichen Gesundheitsmanager:innen fehlen könnten. Wir gehen auf folgende Herausforderungen ein und erklären dir, wie man diese erfolgreich bewältigen könnte.

- Zunahme der psychischen Belastung in der Belegschaft
- Kommunikation und Erreichbarkeit der Belegschaft
- Nutzung der Angebote durch die Belegschaft
- Fehlende Vor-Ort-Angebote
- finanzielle Kürzung oder zu geringes Budget

Herausforderung "Zunahme der psychischen Belastungen in der Belegschaft" und wie du sie bewältigst.

87 von 136 Personen haben diese Frage beantwortet



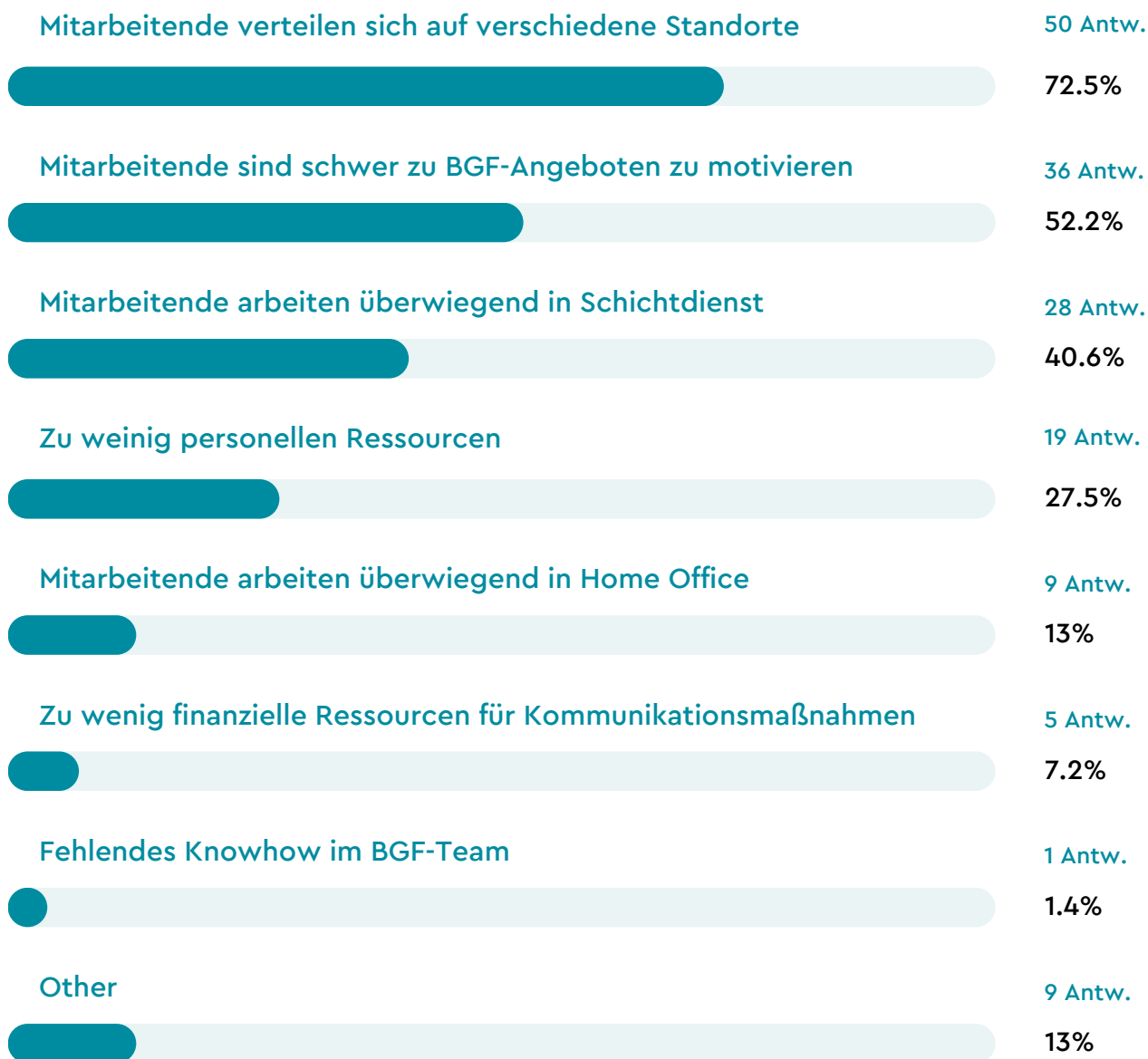
Eine zentrale Herausforderung, der sich viele BGF-Verantwortliche stellen müssen, sind die psychischen Belastungen am Arbeitsplatz und die begrenzten Ressourcen, um dieses Thema anzugehen. Laut einer Umfrage gaben 59,8 Prozent der Befragten an, dass die **Unternehmenskultur nicht ausreichend mentale Unterstützung bietet**.

Um dieses Problem anzugehen, ist es wichtig, innovative Lösungen anzubieten. Eine einfache Fitnessstudio-Mitgliedschaft oder Meditations-App reichen oft nicht aus, um die mentalen Belastungen zu bewältigen. Eine Möglichkeit besteht darin, vielfältige Angebote wie z.B. Apps zur Sensibilisierung für das Thema, Challenges, konkrete präventive Maßnahmen und Workshops von Expert:innen anzubieten und diese in einem digitalen Gesundheitsmarkt einzubinden. Damit könnte auch die Herausforderung des **Mangels an geeigneten Kommunikationsmitteln für das sensible Thema der psychischen Gesundheit** (27,6 %) bewältigt werden. Ein breites und vielfältiges Netzwerk an Partnern aus dem Gesundheitssektor ist entscheidend, um den Mitarbeiter:innen die bestmögliche und professionelle Unterstützung zu bieten.

Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass die verfügbaren **Gesundheitsangebote nicht ausreichend genutzt werden** (32,2 %). Um die Teilnahme zu erhöhen, ist eine effektive Kommunikation von großer Bedeutung. Mitarbeiter:innen müssen über die Angebote informiert werden und zusätzlich auch motiviert werden, daran teilzunehmen. Tipps und Tricks zur Verbesserung der Kommunikation und Erreichbarkeit der Belegschaft thematisieren wir im nächsten Abschnitt.

Herausforderung "Kommunikation und Erreichbarkeit der Belegschaft" und wie du diese bewältigst

69 von 136 Personen haben diese Frage beantwortet



Die Herausforderungen bei der Kommunikation und Erreichbarkeit der Belegschaft im betrieblichen Gesundheitsmanagement haben verschiedene Gründe.

Insgesamt 72,5 Prozent der Befragten nannten die [Verteilung der Mitarbeitenden auf verschiedene Standorte](#) als Hindernis. Die räumliche Trennung erschwert die direkte Kommunikation und den Zugang zu den BGF-Angeboten.

Wir empfehlen, flexible und vielfältige BGF-Maßnahmen anzubieten und die Kommunikation sowohl zu personalisieren als auch zu automatisieren. Dabei kann das betriebliche Gesundheitsmanagement sich viel vom Marketing abgucken. Denn durch den Einsatz von Automatisierung und Personalisierungstechnologien können Mitarbeiter:innen zum richtigen Zeitpunkt gezielt mit passenden Angeboten bei ihnen vor Ort angesprochen werden. Mit diesen Maßnahmen kann die Herausforderung, dass die meisten **Mitarbeitenden hauptsächlich im Home-Office** arbeiten (13 %) ebenfalls bewältigt werden.

Für 52,2 Prozent der Befragten stellte die **mangelnde Motivation der Belegschaft** ein Problem dar. Es fehlt oft an Interesse und Engagement für die Teilnahme an den Gesundheitsangeboten. Um das Engagement zu erhöhen, können verhaltensbasierte Angebotsvorschläge, wie z.B. Trigger, die auf individuelle Bedürfnisse und Interessen abgestimmt sind, große Wirkung zeigen.

Zum Beispiel kannst du Mitarbeiter:innen, die an gesunder Ernährung interessiert sind, eine kostenlose Box mit Detox-Shakes anbieten, nachdem sie drei Sportkurse aus Ihrem Gesundheitsangebot absolviert haben. Solche Anreize sind nicht nur ein einfacher Weg, mehr Teilnahme an deinem Angebot zu realisieren, sondern beinhalten sogar eine Belohnung, was die Verhaltensänderung nachhaltig fördern kann. Solche Angebote können, aufgrund der vielfältigen Bedürfnissen in der Belegschaft, nur mit KI-basierten Tools realisiert werden, deswegen solltest du dabei auf den richtigen Partner setzen.

Allerdings würden sich 37,5 Prozent der Befragten schon über simple spielerische Anreize wie zum Beispiel das Sammeln von Punkten und Prämien freuen, was schnell und einfach realisiert werden kann.

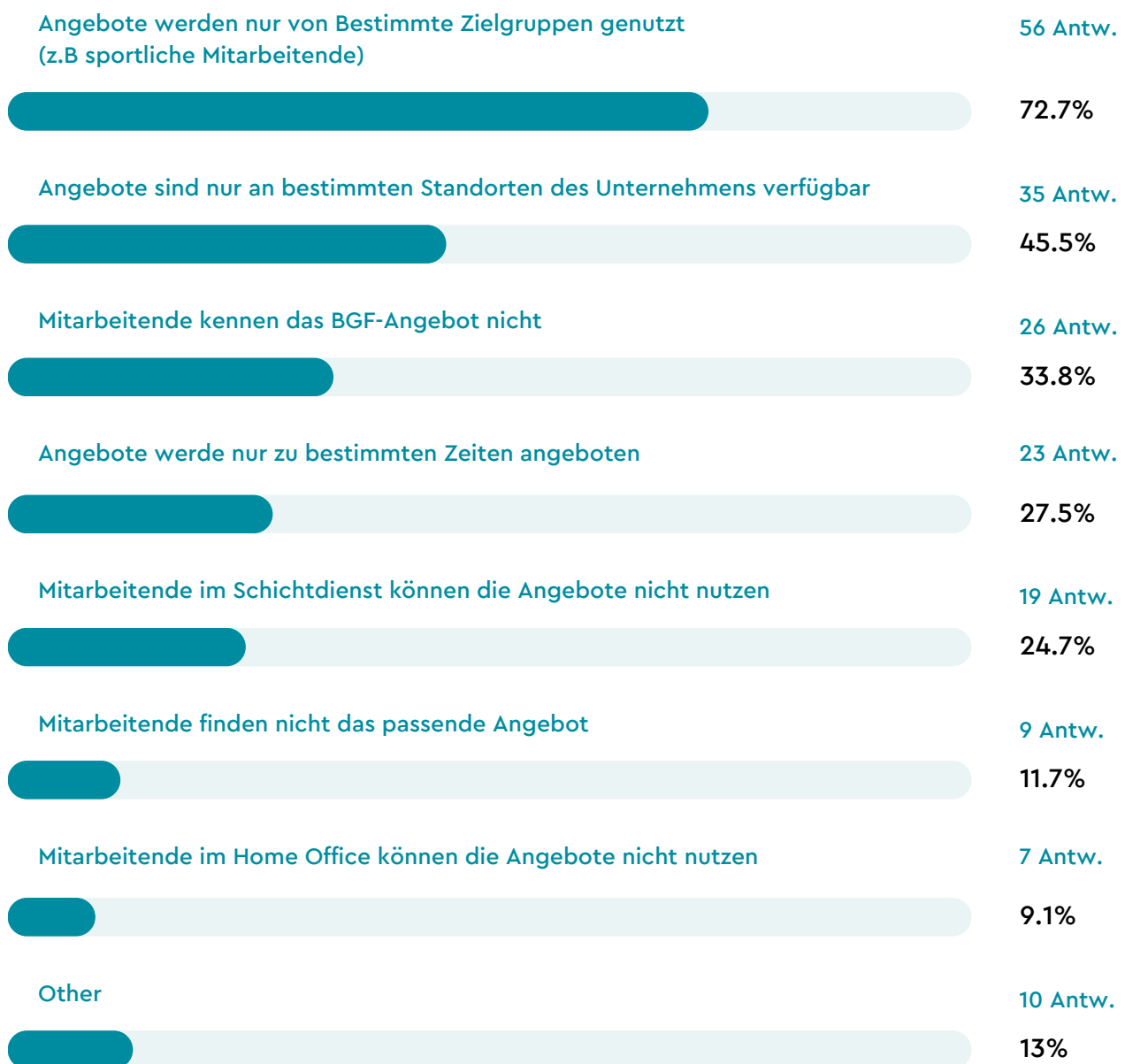
27,5 Prozent der Befragten sehen den **Mangel an personellen Ressourcen** als Hindernis. Das betriebliche Gesundheitsmanagement ist viel zu oft eine One-Man-Show, was zu einer hohen Arbeitsbelastung führt und die effektive Umsetzung von Maßnahmen erschwert.

Hierbei können digitale Plattformen eingesetzt werden, um Angebote automatisiert an die Mitarbeiter:innen zu kommunizieren und die Organisation zu vereinfachen. Eine professionelle Unterstützung von externen Dienstleistern und digitalen Lösungen kann ebenfalls dabei helfen, eine effektive Strategie, Plattform und vielfältige Auswahl an Angeboten im internen BGM aufzusetzen und das volle Potenzial des Gesundheitsangebots auszuschöpfen.

Im Rahmen der Studie würden sich 39 Prozent der Befragten über Gesundheitsinformationen mit Tipps und Rezepten freuen. Dies bedeutet, dass Kommunikationsmaßnahmen dieser Art eine große Wirkung haben könnten, insbesondere im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Mitarbeiter:innen.

Herausforderung "Nutzung der Angebote durch die Belegschaft" und wie du diese bewältigst

77 von 136 Personen haben diese Frage beantwortet



Die unterschiedliche oder mangelhafte Nutzung der Gesundheitsangebote durch die Mitarbeitenden stellt eine bedeutende Herausforderung dar. Bei genauerer Betrachtung haben wir folgende Gründe identifiziert:

Ein großer Teil, nämlich 72,7 Prozent der Befragten, gab an, dass die **Angebote nur von bestimmten Zielgruppen genutzt werden**, insbesondere von sportlichen Mitarbeitenden. Dies führt zu einer ungleichen Teilnahme an den Gesundheitsmaßnahmen und einer geringen Wirksamkeit des BGM.

Um die Teilnahme in allen Gruppen zu erhöhen, bietet sich ein interessanter und unterhaltsamer Ansatz an: unternehmensweite Sport- oder Gesundheit-Challenges. Solche Challenges können dazu beitragen, auch die Mitarbeiter:innen zu erreichen, die sich bisher weniger mit den Angeboten auseinandergesetzt haben. Dabei ist wichtig, die Kommunikation nicht nur auf digitale Kanäle zu beschränken. Plakate und Flyer innerhalb des Unternehmens, in der Kantine oder Meetingräumen können das Interesse besonders bei der weniger aktiven Gruppe wecken.

Des Weiteren stellten 45,5 Prozent der Befragten fest, dass die **Angebote nur an bestimmten Standorten des Unternehmens verfügbar** sind. Um diesem Problem entgegenzuwirken, ist eine enge Zusammenarbeit mit vielen Partnern und Experten aus dem Gesundheitssektor in verschiedenen Standorten von entscheidender Bedeutung. Obwohl dies mit einem gewissen Koordinationsaufwand verbunden ist, gibt es externe Dienstleister wie machtfit.de, die bereits ein breites Gesundheitsangebot deutschlandweit mitbringen. Durch solche Partner kann sichergestellt werden, dass für jeden Mitarbeitenden an jedem Standort passende Angebote vorhanden sind.

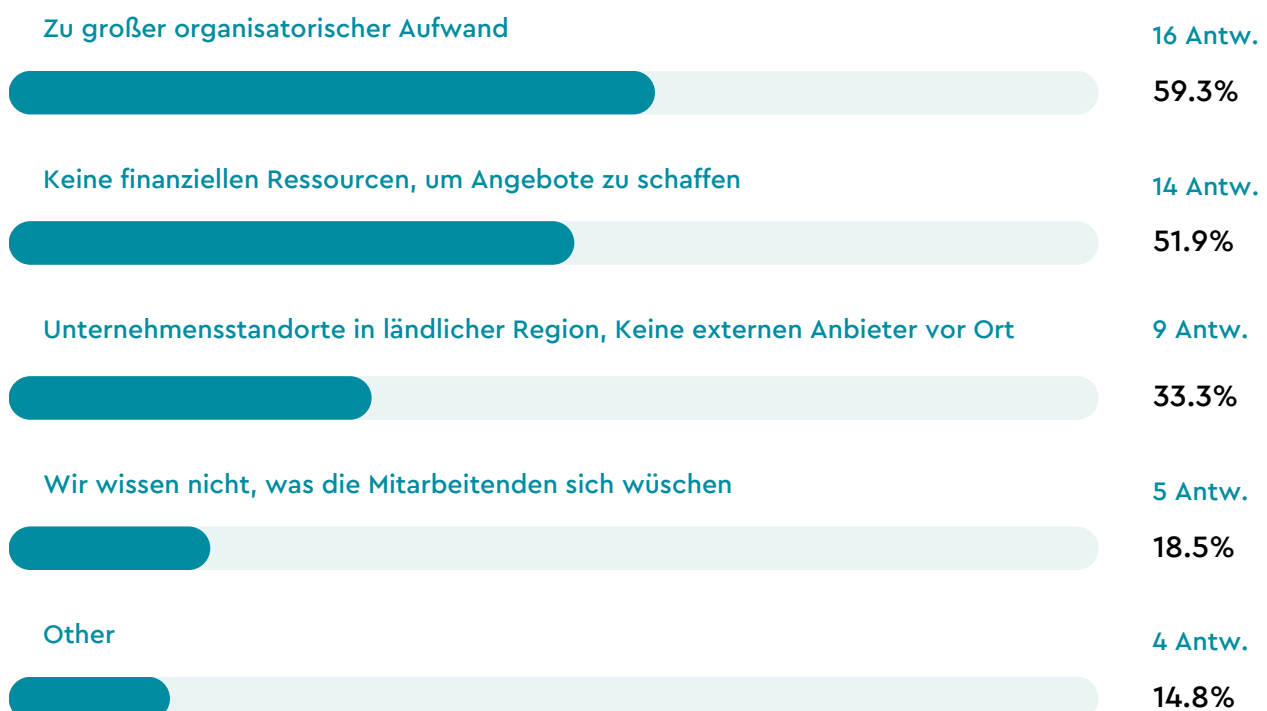
Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass 33,8 Prozent der Mitarbeitenden das **BGF-Angebot nicht kennen**. Hier sind eine effektive Kommunikation und eine leicht zugängliche digitale Plattform von großer Bedeutung, um die Bekanntheit des betrieblichen Gesundheitsangebotes zu steigern. Durch die Zusammenarbeit mit Softwarepartnern kann dies auch für das bestehende Angebot des Unternehmens leicht umgesetzt werden.

Zudem gaben 29,9 Prozent der Befragten an, dass die **Angebote nur zu bestimmten Zeiten zur Verfügung** stehen und z.B. Mitarbeitende im Schichtdienst diese nicht nutzen können. Das Gesundheitsangebot sollte deswegen nicht nur auf Sportkurse oder Workshops zu fixen Zeiten beschränkt sein. Es ist wichtig, eine Vielfalt an Angeboten zu schaffen. Dafür bietet sich die Möglichkeit, ein Budget für individuelle Aktivitäten oder Produkte, die zur Gesundheit der Mitarbeitenden beitragen, gemäß § 3 Nr. 34 oder § 8 EstG anzubieten und steuerlich abzusetzen. Tatsächlich wünschen sich über die Hälfte aller Befragten genau so ein Mitarbeiterbudget zur individuellen Verwendung.

Diese Lösungsansätze bieten spannende Möglichkeiten, um die Nutzung der Gesundheitsangebote zu verbessern und die Herausforderungen der Teilnahme am Gesundheitsangebot erfolgreich anzugehen. Durch unternehmensweite Challenges, die Zusammenarbeit mit Partnern, eine effektive Kommunikation und vielfältige Angebote können alle Mitarbeiter:innen erreicht und motiviert werden, etwas für ihre Gesundheit zu tun.

Herausforderung "Fehlende Vor-Ort-Angebote" und wie du sie bewältigst.

27 von 136 Personen haben diese Frage beantwortet



Das Hindernis, dass Angebote vor Ort fehlen, trägt auch dazu bei, dass Mitarbeiter:innen mit den Angeboten nicht erreicht werden und diese auch nicht nutzen können. Doch was sind die Gründe dafür, dass Vor-Ort-Angebote fehlen?

59,3 Prozent der Befragten sagen, dass der **organisatorische Aufwand zu groß** sei und weitere 51,9 Prozent haben nicht die **finanziellen Ressourcen**, um Kooperationen mit Partnern an einer Vielzahl von Standorten zu führen.

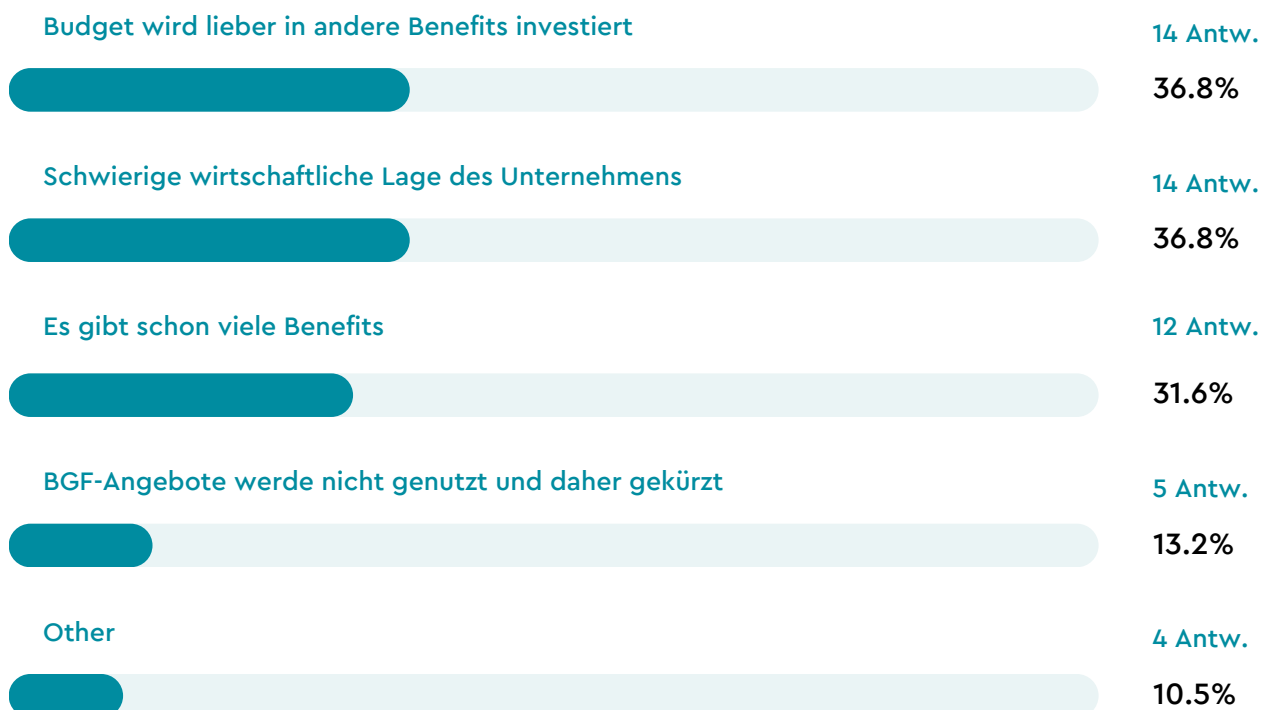
Die Lösung für dieses Problem liegt auf der Hand: Für ein einzelnes Unternehmen ist es in den meisten Fällen finanziell nicht rentabel, mehrere Kooperationen einzugehen. Die Kosten und der Aufwand sind einfach zu hoch.

Eine gute Vorgehensweise besteht darin, mit nur einem Partner zusammenzuarbeiten, der sich auf diese Aufgaben spezialisiert und bereits eine breite Palette an Angeboten und Gesundheitsmaßnahmen mitbringt. Dieser Partner hat den Vorteil, viele Unternehmen zu betreuen, was ihm ermöglicht, bessere Vergünstigungen und Preise für dein Unternehmen zu erzielen. **Kostenfreie Angebote und bessere Vergünstigungen** werden von 21,3 Prozent der Befragten ebenfalls als eine bedeutende Herausforderung im betrieblichen Gesundheitsmanagement angesehen.

Du magst es nicht glauben, aber ein solcher Partner könnte tatsächlich **Sportangebote in den ländlichen Standorten** deines Unternehmens bereitstellen, was von 33,3 Prozent der Befragten als Herausforderung angesehen wird.

Herausforderung "finanzielle Kürzung oder zu geringes Budget" und wie du sie bewältigst.

38 von 136 Personen haben diese Frage beantwortet



Viele der Hindernisse und Herausforderungen gehen mit Kürzungen des Budgets oder einfach generell einem zu niedrigen Budget für BGF einher. 36,8 Prozent der Befragten geben an, dass die **Führungskräfte das vorhandene Budget lieber in andere Benefits investieren**. Andere 36,8 Prozent gaben die schwierige wirtschaftliche Lage des Unternehmens als Grund für ein niedriges Budget an. Dazu kommt auch noch, dass bei 13,2 Prozent der befragten Unternehmen das Budget gekürzt wurde, da **BGF-Angebote nicht genutzt** werden.

Das begrenzte Budget ergibt sich zum Großteil aus der **Herausforderung, Führungskräfte davon zu überzeugen, in betriebliche Gesundheitsförderung zu investieren**. Die Gründe dafür sind andere Prioritäten (94,2 %) oder der Mangel an Nachweisen für die Wirksamkeit und Sinnhaftigkeit von BGF (44,2 %).

Wie können Mitarbeiter:innen im Bereich betriebliches Gesundheitsmanagement diese Herausforderung angehen? Um diese Frage zu beantworten, müssen wir zunächst eine andere Frage klären: Was ist für dein Management wichtig?

In den meisten Fällen wird die Antwort wie folgt aussehen: Die Investition muss sich lohnen, der Return on Investment muss klar berechnet werden können und der finanzielle Nutzen der BGF-Angebote muss anhand von KPIs nachgewiesen werden.

Indem du gezielt auf diese Bedenken eingehst, kannst du dein Management überzeugen, das Budget zu erhöhen. Du solltest eine fundierte Kosten-Nutzen-Analyse durchführen können, in der potenzielle Einsparungen, Produktivitätssteigerungen und Stärkung der Mitarbeiterbindung aufgezeigt werden.

Doch wie können diese Vorteile der BGF-Maßnahmen mit messbaren Ergebnissen verknüpft werden?

Als Erstes sollte der Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements vollständig digitalisiert werden. Nur auf diese Weise können KPIs wie Teilnehmerquoten, Erreichbarkeit und Mitarbeiterbindung im Verhältnis zu den Kosten zuverlässig festgelegt werden – und das in Echtzeit.

Durch den Einsatz aussagekräftiger Daten und Fakten kannst du das Management von der Bedeutung und dem Wert einer Investition in betriebliches Gesundheitsmanagement überzeugen.

Für die Kommunikation dieser Kennzahlen bietet sich ein gut veranschaulichtes Dashboard an, das die wichtigsten KPIs zusammenfasst und darstellt. Tatsächlich wünschen sich im Rahmen unsere Umfrage 40.4 Prozent aller Befragten mehr Kennzahlen sehen zu können, welche in einem ausgewerteten Dashboard für BGF dargestellt sind. Du würdest gerne mehr darüber erfahren, wie eine solche Digitalisierung im BGM möglich wäre? [Sprich uns an.](#)

Unsere Lösung macht (dich und deine Belegschaft) fit

Unsere Empfehlungen und Best Practices aus dem Bereich BGF kommen nicht von irgendwoher. Als Full-Service-Anbieter arbeitet machtfit.de mit über 6.500 Partnern aus dem Gesundheitsbereich und über 300 Unternehmen deutschlandweit zusammen, um die Belegschaft in deinem Unternehmen zu einer gesunden Lebensweise zu motivieren!

Mit unserer Plattform kannst du von einer Vielzahl an Gesundheitsangeboten deutschlandweit profitieren und/oder deine bestehenden BGF-Angebote integrieren und damit auch digitalisieren. Wir unterstützen dich in der Bewältigung all deiner Herausforderungen, die wir aus der Studie erschlossen haben und bieten mit unserer Plattform:



Kommunikation von Gesundheit

Personalisierte, verhaltensbasierte und automatisierte Kommunikation von Gesundheit, um gesunde Gewohnheiten in deiner Belegschaft zu etablieren



Trigger-Routine-Belohnungs-System

Ein nachweislich effektives Trigger-Routine-Belohnungs-System innerhalb unserer Plattform, das zu einer nachhaltigen und langfristigen Verhaltensänderung in der Belegschaft führen wird



Höchste Flexibilität und Individualität der BGF-Angebote

Von der Fitnessstudio-Mitgliedschaft, über Präventionskurse, bis hin zur automatisierten Erstattung von individuellen gesundheitsfördernden Maßnahmen



Alle Performance-Kennzahlen auf einen Blick

Mit unserer Lösung kannst du die 3 Top-Herausforderungen in der BGF erfolgreich bewältigen:

01

PERSONELLE RESSOURCEN

lasse dich strategisch von Expert:innen beraten und überlasse das Daily-Business wie Kommunikation und Service uns.

02

ZEITLICHE RESSOURCEN

mit uns lässt sich die ganze BGF schnell und effektiv digitalisieren, du kannst dich vollkommen auf deine Zielerreichung konzentrieren.

03

BUDGET

mit KPIs, die die Wirkung von BGF-Maßnahmen und die Erfüllung der Ziele nachweisen, wirst du dein Management von Investitionen überzeugen können.

Mit welchen Ergebnissen kannst du rechnen?

Unseren Umfragen zufolge führt die Einführung der machtfit-Gesundheitsplattform dazu, dass sich...



der Mitarbeitenden durch ihren Arbeitgeber wertgeschätzt fühlen



der Mitarbeitenden motiviert fühlen, ihren Arbeitgeber weiterzuempfehlen



der Mitarbeitenden sich stärker an das Unternehmen gebunden fühlen

Erfolgreiche Umsetzung einer ganzheitlichen BGF-Strategie: Praxisbeispiele

Um dir an echten Beispielen zu zeigen, wie du die vorgeschlagenen Maßnahmen umsetzen kannst, um die Herausforderungen zu bewältigen, haben wir 2 Case Studies für dich zusammengefasst:

Steigerung der Teilnahme an betrieblichen Gesundheitsangeboten: Die Erfolgsgeschichte der B·A·D GmbH

Die Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz ist ein zentrales Anliegen vieler Unternehmen. Doch wie können sie sicherstellen, dass ihre Mitarbeitenden tatsächlich an den betrieblichen Gesundheitsangeboten teilnehmen? Die B·A·D GmbH stand vor dieser Herausforderung und hat machtfit als Experten zur Unterstützung hinzugezogen.

Gestartet wurde mit einer ausführlichen Bedarfsanalyse. Es wurde sich Zeit genommen, mit den Mitarbeiter:innen zu sprechen und deren individuelle Wünsche und Bedürfnisse zu erforschen. Auf dieser Grundlage wurden maßgeschneiderte Lösungen und Konzepte entwickelt, die genau auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden zugeschnitten waren.

Um die Belegschaft vom Gesundheitsangeboten zu informieren und zur Teilnahme zu motivieren, setzte die B·A·D GmbH auf eine intelligente Kommunikationsstrategie über die machtfit-Plattform. E-Mails, interne Nachrichten und Print-Kommunikation wurden genutzt, um das Interesse der Mitarbeiter:innen zu wecken.

Die B·A·D GmbH erkannte schnell den Wert der Vielfalt, wenn es um die Angebote geht und bot eine breite Palette an Gesundheitsmaßnahmen an. Von Fitnesskursen über Stressmanagement-Workshops bis hin zu Ernährungsberatung und ergonomischen Schulungen war für jeden etwas dabei. Diese Vielfalt sprach die unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen an. Dank machtfit und des breiten Netzwerkes an Partnern im Gesundheitssektor war eine schnelle Umsetzung dieses vielfältigen Angebotes möglich, sodass Ergebnisse bereits nach kurzer Zeit messbar waren.

Die Ergebnisse sprechen für sich:



der Belegschaft werden mit machtfit erreicht.



der Registrierten sind auch wirklich aktiv auf der Plattform, buchen Präventionskurse, lesen Gesundheitsartikel und lassen sich von Firmenangeboten oder externen Angeboten inspirieren.

Gemeinsam mit machtfiit prüft die B·A·D GmbH regelmäßig den Erfolg ihrer Maßnahmen, um die Wirksamkeit der Angebote zu bewerten und bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen.

[Hier](#) geht es zum vollen Interview mit Lena Adelman.

„Für uns ist es ein großer Erfolg, dass wir mit machtfiit unsere Mitarbeitenden motivieren und unterstützen, aktiv zu sein.“

Lena Adelman

Beraterin Gesundheitsmanagement der B·A·D GmbH

Das Erfolgskonzept in der BGF von der Sparkasse Hildesheim-Goslar-Peine

Die Sparkasse Hildesheim-Goslar-Peine hat erkannt, dass ein ganzheitlicher Ansatz im BGM entscheidend ist. Das Unternehmen legt Wert auf die physische, mentale und soziale Gesundheit der Mitarbeiter:innen und bietet bereits vor der Zusammenarbeit mit machtfiit ein breites Spektrum an Gesundheitsangeboten an.

Da die Sparkasse großen Wert darauf legt, die Mitarbeiter:innen in den Gestaltungsprozess einzubeziehen, werden regelmäßig Mitarbeiterbefragungen durchgeführt, um die Bedürfnisse und Wünsche der Mitarbeiter:innen zu erfahren. Auf dieser Grundlage konnten gemeinsam mit machtfiit passende BGF-Maßnahmen formuliert werden.

Bei der Steigerung der Teilnahme am Gesundheitsangebot spielen die Führungskräfte eine entscheidende Rolle. Sie agieren als Vorbilder und nehmen aktiv an den Gesundheitsangeboten teil. Dadurch motivieren sie ihre Belegschaft, ebenfalls an den Maßnahmen teilzunehmen und eine gesunde Lebensweise zu pflegen. Zusätzlich trägt die breite Palette an Angeboten von machtfiit zur höheren Teilnahme bei. „Das entscheidende von machtfiit ist, dass es sehr breit aufgestellt ist und alle Altersgruppen und Geschlechter anspricht“, betont Heike Möcker, Personalratsmitglied bei der Sparkasse Hildesheim Goslar Peine.

Zudem wird über interne Kommunikationskanäle aktiv über die Gesundheitsangebote informiert. Ein Beispiel dafür, ist der regelmäßige Newsletter zum Thema Gesundheit, der an alle Mitarbeiter:innen versendet wird.

Durch ein ganzheitliches Gesundheitskonzept, die Einbindung der Mitarbeiter:innen, die Vorbildfunktion der Führungskräfte sowie die regelmäßige Kommunikation konnte das Unternehmen eine gesunde und motivierte Arbeitskultur schaffen. Die Erreichbarkeit der Mitarbeiter:innen konnte mit den Maßnahmen von machtfit vervielfacht werden und erste Erfolge zeigen sich bereits innerhalb der ersten 6 Monate: 40 % der gesamten Belegschaft haben sich bereits registriert.

[Hier](#) geht's zum Interview mit Heike Möcker.

Fazit

Auch wenn die Herausforderungen in der betrieblichen Gesundheitsförderung oft schwer zu lösen scheinen, existieren wirkungsvolle Strategien in der Kommunikation, Automatisierung und Performance-Monitoring, um eine ganzheitliche BGF-Strategie zielgerichtet aufzusetzen. Ganz gleich, ob du gerade erst mit Gesundheitsangeboten beginnst oder bereits ein etabliertes Programm im Unternehmen hast, es gibt immer noch Möglichkeiten, mehr aus deinen Gesundheitsmaßnahmen herauszuholen und das volle Potenzial auszuschöpfen. Diese Herausforderungen aus unserer Studie können schnell zu Chancen umformuliert werden, um die Belegschaft langfristig bei einem gesunden Lebensstil zu unterstützen, motivations- und krankheitsbedingte Fehlzeiten zu reduzieren und deine Mitarbeiter:innen langfristig an das Unternehmen zu binden.



machtfit

machtfit.de