

BGM heißt Betreuung auf höchstem Niveau

Was können Unternehmen für die Fitness Ihrer Mitarbeiter tun und wie kann sich eine Fitnessanlage als seriöser Partner auf diesem Zweiten Gesundheitsmarkt positionieren?

Zunächst sollte man erstmal kurz mit einem großen Missverständnis bezgl. der verwendeten Begrifflichkeiten aufräumen. Was die Fitnessbranche als Zusatzangebot leisten kann, ist kein BGM (Betriebliches Gesundheitsmanagement)!

Hierzu eine kurze Definition:

Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) ist die Gestaltung, Lenkung und Entwicklung betrieblicher Strukturen und Prozesse, um Arbeit, Organisation und Verhalten am Arbeitsplatz gesundheitsförderlich zu gestalten. Sie sollen den Beschäftigten und dem Unternehmen gleichermaßen zugute kommen¹.

Dies kann ein Fitnessstudio selbstverständlich nicht leisten, dies ist die Aufgabe von Betriebsärzten und speziell geschultem und ausgebildetem Personal. Was die Fitnessbranche allerdings leisten kann ist ein seriöses Firmenfitness- und BGF (Betriebliche Gesundheitsförderung)-Angebot.

Firmenfitnessangebote sind laut Definition des Europäischen Wirtschaftsraums alle gemeinsamen Maßnahmen, die von Arbeitgebern, Arbeitnehmern und der Gesellschaft unternommen werden, um die Gesundheit und die Wellness am Arbeitsplatz zu verbessern.

In den letzten Jahren gibt es eine starke Zunahme an Unternehmen, die ihren Mitarbeitern verschiedenste Angebote im Bereich Firmenfitness und BGF machen und dieser Trend ist noch lange nicht abgeschlossen. Die Unternehmen haben verstanden, wer in das Wohlbefinden und die Fitness der Mitarbeiter investiert, steigert die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter und senkt signifikant Fehltagel.

Man kann grob sagen, dass sich drei Umsetzungsmodelle in den letzten Jahren herauskristallisiert haben:

1. Gesundheitsdienstleister kommen ins Unternehmen und machen einmalige oder regelmäßige Angebote in Form von Gesundheitstagen, spezielle Themenvorträge oder Fitness/Kursangebote.
2. Etablierung eines Inhouse Fitnessstudios im Unternehmen
3. Subventionierte Mitgliedschaften in benachbarten Fitnessanlagen

Alle Modelle haben Ihre Vor- und Nachteile. Die meisten Unternehmen lassen sich professionell beraten, welches Modell am besten zum Unternehmen und zum Budget passt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass einmalige Maßnahmen, wie z. B. Gesundheitstage, inte-

(1) Bernhard Badura, Wolfgang Ritter, Michael Scherf: Betriebliches Gesundheitsmanagement – ein Leitfadens für die Praxis. Ed. Sigma, Berlin 1999, ISBN 3-89404-877-8.



Mit Marketing-Akrobatik und Werbekunststücken ist beim Betrieblichen Gesundheitsmanagement für Fitnessstudios kein Blumentopf zu gewinnen. Hier sind eher seriöse Firmen-Fitness- und BGF-Angebote gefragt.

Foto: Luis Louro, Shutterstock

ressante Impulse geben können, aber sicherlich in der Nachhaltigkeit von kurzer Dauer sind. Alles, was eine gewisse Regelmäßigkeit hat und gut in den Arbeitsalltag integriert werden kann, hat eine vergleichsweise hohe Erfolgsgarantie.

Da aber nicht alle Unternehmen die Möglichkeiten und finanziellen Mittel zur Umsetzung von Inhouse Fitness(-Räumlichkeiten) Maßnahmen haben, oder nicht bereit sind, die Mitarbeiter während der Arbeitszeit trainieren zu lassen, entscheiden sich viele Unternehmen zu Kooperationen mit ortsansässigen Fitnessanlagen.

Dies ist eine große Chance für die Studios, sich als seriöser Partner auf diesem Zweiten Gesundheitsmarkt zu positionieren. Man sollte diese Aufgabe nur nicht unterschätzen, es gibt nämlich einiges zu beachten.

Häufig laufen die Kooperationen so ab, dass die Unternehmen die Kosten für die Mitgliedschaft übernehmen oder subventionieren. Daher haben die Unternehmen ein großes Interesse daran, nicht nur die Beiträge an die Finesseinrichtung zu überweisen, sondern sie wollen natürlich sicherstellen, dass die Mitarbeiter das Bewegungsangebot auch annehmen. Da diese Angebote i.d.R. außerhalb der regulären Arbeitszeit genutzt werden müssen und das Prinzip gilt „was mich nichts kostet tut mir nicht weh und ist nichts wert“, besteht häufig die Gefahr, dass die Mitarbeiter diese Angebote allenfalls bedingt annehmen. Da in den meisten Unternehmen die Effekte der Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung geprüft werden, ist es eine Frage der Zeit, bis die Kooperation vom Unternehmen wieder beendet wird, wenn eben keine messbaren Ergebnisse vorliegen.

Daher ist es also sehr ratsam, sich ein Konzept für die Mitarbeiterbetreuung zu überlegen. Damit ist nicht gemeint, eine einmalige Körperanalyse oder eine HRV-Messung durchzuführen, sondern eine ganzheit-

Let's get FUNCTIONAL

Besuchen Sie
uns auf
www.artzt.eu



Ihr Partner für wissenschaftlich
fundierte Trainingsprogramme
und funktionelle Kleingeräte für
Fitness und Gesundheit

www.artzt.eu

liche Zielvereinbarung zu definieren und die Mitarbeiter regelmäßig zu betreuen und zu überprüfen.

Mit einmaligen Pseudoangeboten bzw. Maßnahmen wird man die unsportlichen Mitarbeiter nicht für Bewegung begeistern oder nachhaltig fitter machen und schon gar nicht den Auftraggeber für eine langfristige Zusammenarbeit gewinnen. Aber genau diese Herausforderung muss man annehmen. Eigentlich ist es nicht anders als bei der „normalen“ Mitgliederbetreuung: Es gilt die unterschiedlichen Typen von Trainierenden per Befragung zu ermitteln und daraus gezielte Angebote zu kreieren. Durch einfache Fragen kann man eine Menge an wichtigen Informationen zur Arbeitsweise, zum Arbeitsplatz, Arbeitszeiten und sonstigen Lebensgewohnheiten erfahren. Nur so ist es möglich an den entscheidenden Hebeln anzusetzen und die richtige Kundenansprache zu finden.

Der zweite Schritt sollte ein genau abgestimmter Checkup sein, hier sollte man die Flexibilität haben, je nach Unternehmen und Belastungen der Mitarbeiter bestimmte Check-Variationen einzubauen.

Zum einen sollten durch den Check-up Messindikatoren gesammelt werden, mit denen man Trainingsfortschritte visualisieren und dem Auftraggeber in anonymisierten Dokumentationen veranschaulichen kann, wie sich z.B. das Durchschnittsgewicht einer Abteilung reduziert hat. Des Weiteren kann nur nach einem seriösen Check-up gezielt auf Stärken und Schwächen der Mitarbeiter eingegangen werden. Auch besondere Risikofaktoren in einzelnen Abteilungen, wie Stress oder gesteigerte körperliche Belastungen, sollten messbar gemacht werden, um Fortschritte durch intensive Betreuung bei Bewegungsangeboten auch darstellen zu können.

Abschließend sollten die Mitarbeiter einen bedarfsorientierten Trainingsplan bekommen. Dabei sollte man sich vielleicht auch von der Vorstellung lösen, dass der Mitarbeiter nur in der Fitnessanlage trainiert. Es macht sicher Sinn, dem Kunden Ideen für Übungen anzubieten, die am Arbeitsplatz oder in der Mittagspause durchgeführt werden können. Dies sollte natürlich immer mit dem Auftraggeber abgestimmt werden.

Des Weiteren ist es empfehlenswert für die Betreuung eine entsprechende Software/App einzusetzen, um die Mitarbeiterbetreuung nachhaltig zu strukturieren. Denn in den meisten Fällen scheitern Maßnahmen an der über die Zeit sinkenden Motivation der Mitarbeiter. Für die intensive Betreuung und Motivation der Mitarbeiter ist der Kommunikationsweg Smartphone ideal, da mittlerweile die meisten

eines besitzen. Mit Hilfe von geeigneten Apps hat der Coach die Möglichkeit, ständig zu Bewegung zu motivieren und dem Mitarbeiter Trainingsfortschritte zu visualisieren.

– Autor



Tino Heidötting,

41 Jahre,
Osteopath und
Gesundheitsexperte.

Seit 16 Jahren

Inhaber und

Geschäftsführer der
Firma medo.check

