



BGM ist ein Trumpf, den es sich lohnt, auszuspielen

Interview mit Thomas Schneberger,
Geschäftsführer, ias Unternehmensberatung GmbH

©Florian Liedel

Sich zunächst einmal der Verantwortung stellen, um als Resultat die Früchte einer gesunden Unternehmenskultur zu ernten: Thomas Schneberger von der ias-Gruppe über BGM als strategisches Instrument, die Kommunikation mit den eigenen Mitarbeitern und „dicke Bretter“, die es ohne Scheu vor Herausforderungen zu bohren gilt.

EuPD Research Sustainable Management

Aufrufe zu mehr Bewegung. Eine ausgezeichnete Kantine. Ein Steuerungskreis. Jedes Jahr Gesundheitstage, passgenaue Incentives und zudem ausgebildete Gesundheitslotsen. Das Angebot im BGM und vor allem der BGF ist vielfältig gestaltbar – und doch werden längst nicht alle Mitarbeiter erreicht. Was glauben Sie: gibt es die, die nahezu „immun“ sind gegen einen gesunden Lebensstil?

Thomas Schneberger

Ja natürlich – es wird immer Menschen geben, die nicht beratbar sind. Ihr Anteil ist jedoch äußerst gering. Der Eindruck, „meine Mitarbeiter sind beratungsresistent“ trägt in den allermeisten Fällen und entsteht durch fehlende Kommunikation mit den Beschäftigten. Das führt in den Unternehmen zu Maßnahmenpaketen nach dem Motto „Viel hilft viel“, was sich jedoch ins Gegenteil kehrt: Wer nach dem Gießkannenprinzip ohne Bezug zu den realen Bedürfnissen und Arbeitsbedingungen seiner Beschäftigten wahllos ein Potpourri an Einzelaktionen anbietet, wird feststellen, dass sein Engagement für die Gesundheit und Leistungsfähigkeit seiner Mitarbeiter buchstäblich ins Leere läuft.

EuPD Research Sustainable Management

Als Dienstleister sind Sie täglich mit Unternehmen konfrontiert, die nach Kräften daran arbeiten, bestmögliche Arbeitsbedingungen für ihre Mitarbeiter zu schaffen. Hat Ihrer Ansicht nach die allgemeine Auffassung überhandgenommen, ein gesunder Lebensstil müsse vor allem vom Arbeitgeber gefördert werden? Wo bleibt da die Verantwortung des Einzelnen?

Thomas Schneberger

Zunächst einmal: Die meisten Beschäftigten sind sich der Selbstverantwortung für ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden durchaus bewusst. Die Mitarbeiter setzen aber selbstverständlich voraus, dass der

Arbeitgeber Gesundheitsrisiken minimiert und gute Arbeitsbedingungen schafft. Darüber hinaus erwarten sie, dass er ihnen jenseits der bloßen Risikovermeidung gesundheitsorientiert sinnvolle Angebote macht, um Arbeit und Gesundheitsvorsorge unter einen Hut bringen zu können. Für den Arbeitgeber ergibt sich dadurch sogar zusätzlich eine gute Möglichkeit, im „War for talents“ etwas für Mitarbeiterbindung und -gewinnung zu tun, denn „Gesundheit“ zählt mindestens zu den Top-3-Werten der erwerbstätigen Bevölkerung, weit vor dem Wunsch, ganz oben auf einer Karriereleiter zu stehen. Damit wird BGM zu einem Trumpf, den es sich lohnt auszuspielen.

EuPD Research Sustainable Management

Die ias wurde 2016 im Rahmen von „Top 100“ in der Kategorie „Innovationserfolg“ ausgezeichnet. Wir sind neugierig, was ihren Ansatz im Leistungsfähigkeitsmanagement so besonders macht.

Thomas Schneberger

Unser Ansatz zum Leistungsfähigkeitsmanagement (LFM) zeichnet sich dadurch aus, dass es eben nicht darum geht, einen Einzelaspekt, z.B. „Gesundheit“, hervorzuheben und nur diesen mit Maßnahmen zu befördern. Der LFM-Ansatz umfasst vielmehr alle acht Elementarfaktoren organisationaler und individueller Leistungsfähigkeit: Orientierung, Kompetenzen, Gratifikation, Gesundheit, Organisation, Führung, Kommunikation, Kultur.

Diese werden zunächst systematisch analysiert und schließlich anhand der individuell im Unternehmen bestehenden Rahmenbedingungen und Ziele optimiert. Das heißt: Wir orientieren uns an den tatsächlichen Bedingungen im Kundenunternehmen. Nur so gelingt es, nachhaltig wirkungsvolle Maßnahmen zu entwickeln, die sich messbar positiv auf die Leistungsfähigkeit der Belegschaft und der Organisation auswirken.

EuPD Research Sustainable Management

Als Initiator begleitet die ias den Corporate Health Award nun bereits im 3. Jahr. Mit dem Quick-Check Tool wurde der Einstieg in das Bewerbungsverfahren und die Systematik nun noch niedrigschwelliger gestaltet. Was sind Ihrer Erfahrung nach Herausforderungen, die dazu führen, dass ein großer Anteil der Unternehmen den Weg nicht einmal antritt – geschweige denn weitergeht?

Thomas Schneberger

Die Herausforderungen für die Unternehmen sind mannigfaltig. Digitalisierung, demografischer Wandel, Globalisierung – um nur einige Schlagworte zu nennen. Dass BGM ein wichtiger Teil der Antwort auf diese Herausforderungen sein kann, ist vielen Unternehmen noch nicht bewusst. Vielmehr wird BGM zum Teil noch als On Top-Belastung der operativen Kräfte angesehen und nicht als das, was es ist bzw. sein sollte: ein integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie für gesunde Mitarbeiter, erfolgreiche Change-Projekte und Leistungsoptimierung im Unternehmen. In kleinen und mittleren Betrieben steht und fällt ein BGM zudem vor allem mit der Beantwortung der Ressourcenfrage. Das Tagesgeschäft und die Existenzsicherung stehen gerade in inhabergeführten Betrieben an erster Stelle. Dort wird ein BGM immer noch häufig als zusätzlicher Aufwand mit unklarem Nutzen betrachtet. Und dann „auch noch“ an einem Wettbewerb teilnehmen? Wie wirkungsvoll sich hier Aufklärungsarbeit und insbesondere Erfolgsgeschichten anderer Unternehmen auswirken, zeigen unsere gegenwärtigen Beobachtungen: Gerade auch vor dem Hintergrund der zu Beginn genannten Herausforderungen erleben wir inzwischen einen deutlichen Erkenntnisgewinn in den Unternehmen. Es lohnt sich also, hier weiter „dicke Bretter“ zu bohren.

EuPD Research Sustainable Management

Die ias veranstaltet regelmäßig Austausch-Veranstaltungen und vernetzt Unternehmen mit Experten der Branche. Wo sehen Sie Informationsbedarf und Interessensschwerpunkte bei den Teilnehmern? Und wie sieht die Antwort der ias auf diesen Bedarf aus?

Thomas Schneberger

Alles ist im Wandel. Die Digitalisierung der Arbeitswelt, der demografische Wandel, die Fachkräfteverknappung,... ziehen tiefgreifende Entwicklungs- und Veränderungsbedarfe nach sich. In diesem Kontext geht es vor allem um die Frage, was kann BGM dazu beitragen, diesen Herausforderungen auch in Zukunft erfolgreich begegnen zu können. Und was muss sich im BGM selbst – Stichwort Digitales BGM, Big Data, u.a. – verändern? Zentrale Interessensschwerpunkte bilden zudem die Fragestellungen, wie Nachhaltigkeit im BGM sichergestellt und ein Return on Invest gemessen werden kann.

Kontakt Daten

Thomas Schneberger
Geschäftsführer
ias Unternehmensberatung GmbH
thomas.schneberger@ias-gruppe.de

www.ias-gruppe.de