

The logo for MOOVE, featuring the word "MOOVE" in a bold, white, sans-serif font. Below it, the tagline "LIVE + DIGITAL" is written in a smaller, white, sans-serif font. The logo is set against a background of three vertical bars: orange on the left, dark blue in the middle, and light blue on the right.

MOOVE
LIVE + DIGITAL

A photograph of three business professionals in a modern office setting. A woman with short brown hair, wearing a pink and white striped t-shirt and dark green high-waisted pants, stands in the center, smiling and looking down at a laptop. She has her hands on the shoulders of two men seated at a white table. The man on the left is wearing a dark suit jacket over a light blue shirt and is looking towards the woman. The man on the right is wearing a maroon sweater and is also smiling. A white coffee cup and a laptop are on the table in front of them. Large windows in the background show a bright, sunny day with trees outside.

5 Erfolgsfaktoren im BGM für Anfänger und Profis

Benjamin Klenke
Sven Lünzer
Bastian Schmidtbleicher
MOOVE GmbH 2020

Inhalte

Seite 3

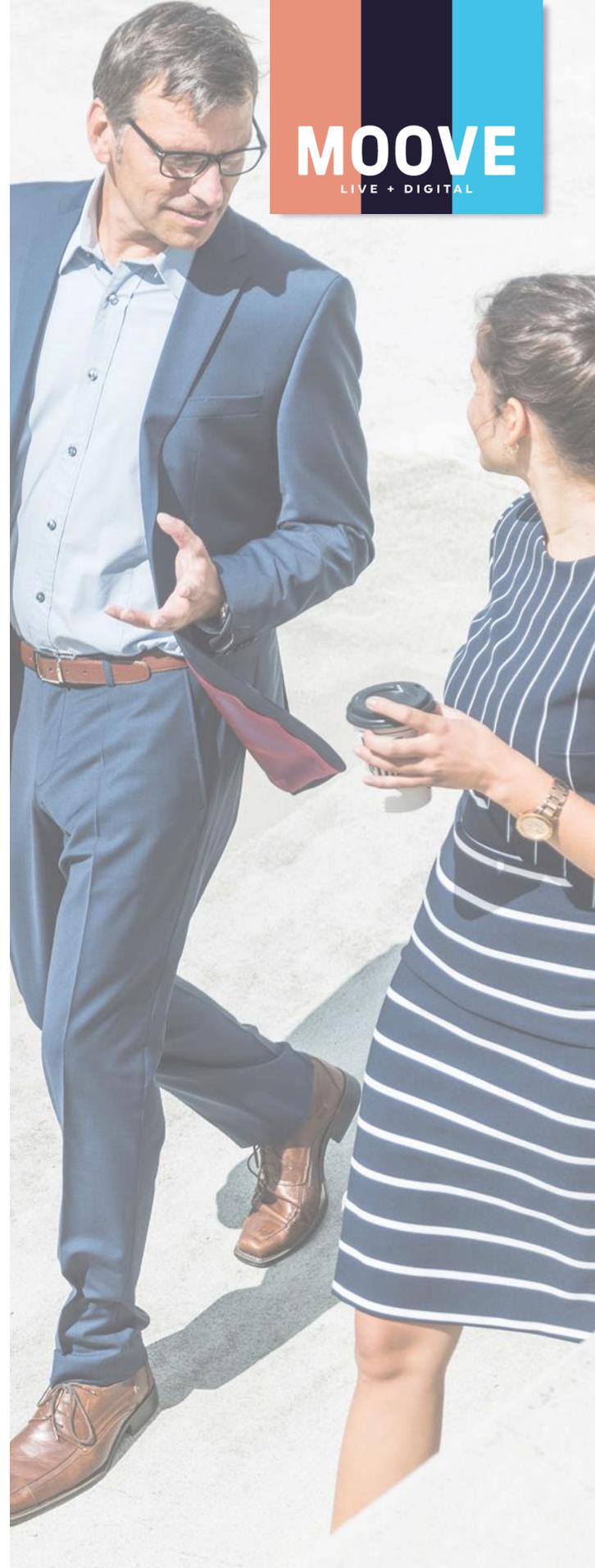
Von den Gründen des Scheiterns zu den Grundherausforderungen im BGM

Seite 6

Die 5 Erfolgsfaktoren im BGM

Seite 8

Loslegen, aber wie...?



Von den Gründen des Scheiterns zu den Grundherausforderungen im BGM

Zahlreiche Studien, aber auch die vielen Artikel und Medieninhalte zur Wirksamkeit von betrieblichem Gesundheitsmanagement belegen den Nutzen des BGM. Diese Studien beziehen sich aber lediglich auf die Wirksamkeit und nur viel seltener auf die Evaluation der Vorgehensweise. Wissenschaftliche Überblicksstudien, beispielsweise zur Effektivität des Vorgehens, fehlen zumeist in Gänze. Dazu kommt, dass nach wie vor nur ein Bruchteil der deutschen Unternehmen angibt ein BGM eingeführt zu haben oder zu betreiben. Beim Blick in die Tiefe fällt weiterhin auf, dass die Inhalte des BGM der bereits aktiven Firmen in vielen Fällen einer Definition von BGM nicht gerecht werden können. Es handelt sich zumeist um Einzelmaßnahmen (bspw. Gesundheitstage) oder Benefit-Maßnahmen für Mitarbeitende, die nur einen teilweisen Bezug zur Gesundheit aufweisen, wie vergünstigte Mitgliedschaften in einem Fitnessstudio. Hinzu kommen die Unternehmen, die noch keine Angebote oder Maßnahmen im BGM ergriffen haben.



Nur wenige Unternehmen betreiben ein nachhaltiges BGM und in der BGF werden nur wenige Mitarbeitende erreicht, noch dazu die Falschen, also die gesunden Mitarbeitenden. Man kann deshalb die betriebliche Gesundheit als gescheitert bezeichnen.



Grundsätzlich sind also zwei Zielgruppen zu unterscheiden. Die Gruppe der aktiven Unternehmen und die Gruppe der inaktiven Unternehmen. Hierzu ergeben sich zwei Fragestellungen:

- 1) Gibt es ausschließlich erfolgreiche Projekte im BGM und der BGF und wenn nein, woran scheitern diese? (Zielgruppe aktive Unternehmen)
- 2) Was hindert ein Unternehmen an der Einführung eines BGM? (Zielgruppe inaktive Unternehmen).

Für die Beantwortung und einen [Lösungsansatz](#) haben wir den Datensatz des marktführenden Dienstleisters für betriebliches Gesundheitsmanagement in Deutschland zu Grunde gelegt und neben Experteninterviews und internen Erhebungen rund 900 BGM-Kundenprojekte analysiert. Die Projekte fanden alle im Zeitraum von 01/2017 bis 03/2019 statt. Bei der Befragung der Experten greifen wir auf Personen zurück, die pro Jahr mehr als 500 Kundenkontakte im beratenden und begleitenden Tätigkeitsfeld mit potenziellen und bestehenden Kundenunternehmen haben.

#1 fehlendes Wissen über best-practice Vorgehensweise
In 74% aller untersuchten Fälle, Mehrfachnennung möglich.

#3 unbekannter Bedarf im Unternehmen
In 53% aller untersuchten Fälle, Mehrfachnennung möglich.

33 %

MOOVE
LIVE + DIGITAL

der Unternehmen bieten keine BGF und kein BGM an ...

Hierbei wurden anhand einer Prioritätenliste die wichtigsten Gründe für eine Absage zu Maßnahmen des BGM oder Maßnahmen der Gesundheitsförderung (BGF) genannt. Es zeigt sich überraschenderweise nicht der oftmals in den Medien zitierte Grund, der fehlenden Budgets bzw. Finanzierungen (erst auf Platz 4), sondern eher fachliche und kapazitative Gründe (Platz 1-3). Eine Finanzierung für den Einstieg ins BGM zu realisieren ist also in den von uns untersuchten Kundendaten unproblematisch. Die Dienstleistung der sinnhaften Verknüpfung von Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung nach §20 SGB V mit unternehmensindividuellen Leistungen durch den Anbieter, scheint hier einen positiven Effekt zu bewirken.

#2 Kapazitätsmangel
In 69% aller untersuchten Fälle, Mehrfachnennung möglich.

#4 keine Finanzierung oder Budgets
In 17% aller untersuchten Fälle, Mehrfachnennung möglich.



Um das Thema des Erfolges von BGM- und BGF-Maßnahmen, und hier spezifisch dem Vorgehen im BGM zu analysieren, wurden aus den 900 Kundenprojekten, diejenigen Projekte gefiltert, die eine Planabweichung von mehr als 10% des im Vorfeld prognostizierten Ergebnisses aufweisen.

“

Es scheint 5 grundlegende Herausforderungen im BGM zu geben, die übertragen in eine Funktionalität, die Quote des Scheiterns von Projekten signifikant erniedrigen könnte!

Benjamin Klenke, MOOVE GmbH

“

Diese 10% wurden einer Feinanalyse unterzogen und die grundsätzlichen Herausforderungen zuerst identifiziert, dann katalogisiert und in eine Systematik übertragen.

Hierbei zeigen sich signifikante Zusammenhänge in verschiedenen Feldern der Herausforderungen. Darüber hinaus ergibt sich ein Muster an Grundanforderungen, unter denen sich die einzelnen Herausforderungen und die Gründe für das Scheitern des jeweiligen Projektes anordnen lassen.

1 Das Projekt hatte keinen Bezug zum eigentlichen Unternehmensziel

3 Die Interventionen und Handlungsableitungen trafen entweder die notwendige Zielgruppe nicht, oder die Zielgruppe war überhaupt nicht bekannt

4 Es war nicht möglich einen betriebswirtschaftlichen Zusammenhang zwischen den Ergebnissen des Projektes und den Kennzahlen des Unternehmens herzustellen

2 Die Planungen waren nicht darauf ausgelegt, dass eine Veränderung und/oder Stärkung der Arbeitsabläufe und -prozesse vorgenommen werden konnte

5 Die eingeführten Maßnahmen und Interventionen wurden durch Veränderungen im Unternehmen (extern und intern) entweder abgeschafft oder nicht weiter beachtet. Grundsätzlich fehlten die Nachhaltigkeit und der systematische Ansatz

Die 5 Erfolgsfaktoren im BGM

...wie man aus Scheitern erst Funktion und dann Erfolg macht!

Die beschriebenen 5 Grundherausforderungen haben wir in eine Funktionalität überführt und damit einen Prozess zum Aufbau, Ausbau und der Überprüfung des eigenen BGM geschaffen. Um den Ansatz im Rahmen der Möglichkeiten zu verifizieren und auf Plausibilität zu prüfen, bedienen wir uns einer Testgruppe (peer group). Diese Testgruppe besteht aus unseren Kundenunternehmen

oder damit assoziierten Beauftragen für Gesundheitsmanagement, denen wir unwillkürlich ausgewählte Projekte aus dem Analysepool vorlegen. Zudem wurde der Testgruppe die Funktionalität der nun entstehenden 5 Erfolgsfaktoren für das BGM und die darauf anzuwendende Systematik erklärt. In der Folge wurde die Testgruppe um eine Vorplanung des Projektes gebeten.



STRATEGIE
Anbindung des BGM an die Unternehmensziele



PROZESS
Integration des BGM in die Unternehmensprozesse und Arbeitsabläufe



ZIELGRUPPE
Identifizieren und Erreichen der relevanten Zielgruppen



KENNZAHLEN
Nachweis des ökonomischen Mehrwerts von BGM durch Wirtschaftskennzahlen



SYSTEM
Aufsetzen eines systematischen & nachhaltigen BGM bei eingeschränkten Ressourcen

Wir erhalten ein für uns sehr überraschendes Ergebnis. In 85% der bearbeiteten Projekte kann der fehlende Bereich, der offenkundig nicht bei den Planungen berücksichtigt wird, im Vorfeld identifiziert und beseitigt werden. Wir haben in der Folge begonnen, unsere BGM Berater in der sich nun ergebenden Systematik fortzubilden und erhalten damit auch in der Herangehensweise an BGM Kundenprojekte völlig neue Einsichten.

Das Vorgehen nach den 5 Erfolgsfaktoren (5 Grundherausforderungen) im BGM ermöglicht es dem Unternehmen sein Vorhaben im BGM oder sein bestehendes BGM transparenter zu analysieren, Schwachstellen und Stärken zu identifizieren und die nächsten Schritte abzuleiten und zu professionalisieren. Hier sehen wir die substanziellsten Erfolge bei den folgenden Kundenzielen:

#1 Verbesserung/Optimierung der Arbeitgeberattraktivität intern und extern

#2 Analyse und damit verbundene Reduktion der Fehlzeiten

Die Verbesserungen entstehen aus unserer Sicht maßgeblich durch die verbesserten Planungsmöglichkeiten, die umfangreichere Eingangsanalyse, vor allen Dingen aber durch das bessere Verständnis des Vorgehens und die dahinterliegenden Gründe.

in 85 %

der Projekte konnte der Grund des Scheiterns im Vorfeld vermieden werden.

Im nächsten Schritt können wir anhand der nun besser systematisierten und umfangreicheren Daten Dienstleistungen entwickeln. Hierfür haben wir Projektschablonen geschaffen, die miteinander kombiniert ein gesamthafes BGM auf der Maßnahmen- bzw. Handlungsebene abbilden. Durch die individuelle Beratungsleistung bei unseren Kunden im Vorfeld, erzeugen wir mit spezifischen Anpassungen ein hoch individuelles und passgenaues Dienstleistungspaket.

Die Projektschablonen und Konzepte sind allesamt durch ihren Aufbau nach §20b ff. SGB V (Präventionsgesetz) zertifizierbar und finanzierungsfähig.

Neben den Projektergebnissen trägt dies dazu bei, dass wir im Durchschnitt eine Rentabilität von 1 : 3,2 aufweisen können. Konkret bedeutet dies, dass jeder eingesetzte Euro eine Rendite von 3,20 € erbringt.



Loslegen, aber wie?

Sich möchten das System genauer kennenlernen?

Wir laden Sie ein ...!

Im Rahmen unseres eigenen Anspruches als Marktführer im betrieblichen Gesundheitsmanagement, gemeinsam mit unseren Kunden und Partnern die Zukunft des BGM zu gestalten, Wegbegleiter zu sein und Ergebnisse für Unternehmen und Mitarbeitende gleichermaßen zu schaffen, bieten wir Ihnen einen leichten aber wirkungsvollen Einstieg.

Daher beraten wir Sie zur Systematik der 5 Erfolgsfaktoren im BGM bezogen auf Ihr Unternehmen **kostenfrei!**

Am liebsten persönlich, aber auch mittels Videokonferenz oder Telefon. Mit unserer bundesweit aufgestellten Organisation sind wir auch in Ihrer Nähe! Nehmen Sie Kontakt zu uns auf!

Wir interessieren uns für Sie - Kontaktieren Sie uns:

 +49 173 88 90 222

 bastian.schmidtbleicher@my-moove.de

 **MOOVE GmbH**
Industriestraße 161 Haus 6
50999 Köln