

Gympass

Case Study

Gympass die umfassende und flexible Lösung im BGM

Kunde:
Multinationales Unternehmen
Pharmabranche



Unternehmensprofil

Der Kunde ist ein multinationales Unternehmen, das mit über 100 000 Mitarbeitenden zu den größten Pharmakonzernen der Welt gehört. Allein in Deutschland hat das Unternehmen Standorte in sechs verschiedenen Bundesländern. Darunter urbane Standorte wie Berlin oder München aber auch Niederlassungen in ländlichen Gebieten.

Ausgangssituation und Herausforderung

In einer Zeit der Digitalisierung, die immer schneller, agiler und flexibler wird, nehmen die psychischen Belastungen für Mitarbeitende stetig zu. Gleichzeitig arbeiten immer mehr Menschen im Homeoffice und bewegen sich dadurch noch weniger als zuvor. Unternehmen suchen daher ständig nach neuen Möglichkeiten, ihre Mitarbeitenden im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung zu unterstützen. Klassische Maßnahmen stoßen jedoch schnell an ihre Grenzen, insbesondere bei einer dezentralen Unternehmensstruktur wie der des Kunden. Vor-Ort-Initiativen an den Hauptstandorten schließen Mitarbeitende aus anderen Niederlassungen sowie insbesondere den Außendienst aus und benachteiligen sie. Zudem decken gesundheitsfördernde Maßnahmen wie ein Fitnessbereich im Büro nicht alle Präferenzen der verschiedenen Mitarbeitergruppen ab. Gerade im Hinblick auf die Motivation und Ausdauer spielen die Auswahl der Angebote sowie die räumliche und zeitliche Flexibilität eine große Rolle.

Die Lösung: Gympass-Partnerschaft

Um den unterschiedlichen Vorlieben und Wünschen gerecht zu werden und seinen Mitarbeitenden an allen Standorten ein breites Spektrum an Aktivitäten zu bieten, entschied sich der Kunde für die Zusammenarbeit mit Gympass. Gympass bietet seinen Nutzern Zugang zu einem weltweiten Netzwerk von Sport-, Fitness- und Wellnesseinrichtungen sowie online Personal Training und weitere digitale Angebote. Je nach individuellem Bedarf können die Nutzer zwischen verschiedenen Paketen mit unterschiedlichen Preisniveaus wählen. So wird sichergestellt, dass möglichst viele Mitarbeitende das Angebot nutzen können, ganz unabhängig davon, wo sie sich befinden oder über welches Budget sie verfügen.

Auswirkungen der Partnerschaft

Die gemeinsam erzielten Ergebnisse sind bemerkenswert. Die Zahl der Mitarbeitenden mit einer aktiven Gympass-Mitgliedschaft hat sich zwischen April 2021 und April 2022 vervierfacht, sie nutzen das Angebot im Durchschnitt einmal pro Woche.

Ein Beweis dafür, dass das Gympass-Konzept dezentrale Geschäftsmodelle unterstützt, ist die Anzahl der besuchten Fitnessstudios: 100 Fitnessstudios in 40 verschiedenen Städten. Hinzu kommt die Nutzung der digitalen Gympass-Plattform, die etwa 10 % der Check-ins ausmacht.

X4 100 40 90%

**Aktive Gympass
Mitgliedschaften**

(April 21 - April 22)

Studios

(April 2022)

Städte

(April 22)

Vor Ort Check-Ins

(April 22)

**Möchten Sie mehr erfahren?
Besuchen Sie unsere Website: [gympass.de](https://www.gympass.de)**