

## Adhärenz im Betrieblichen Gesundheitsmanagement steigern

Beim betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) und der betrieblichen Gesundheitsförderung (BGF) wird oft im „Trüben gefischt“. Ohne fundierte Analyse des Ist-Zustandes und einer klaren Zielformulierung (Festlegung von Sollwerten) werden noch so gut gemeinte gesundheitsfördernde Strategien zum Spielball des Zufalls. Keine guten Voraussetzungen um erfolgreich zu sein!

Kein Unternehmen überlässt das Erreichen seiner geschäftlichen Ziele dem Zufall. Alle Maßnahmen basieren auf Analysen und die Strategien sind eng an diesen Zielen ausgerichtet. Zu festgelegten Zeiten sind Prüfungen vorgesehen, ob die Maßnahmen dem Erreichen der unternehmerischen Ziele dienen. Bei erkannten Abweichungen erfolgt umgehend eine Veränderung der Strategie. Das Prozessmanagement mit Analysen, zielgerichteter Planung, der Umsetzung von Maßnahmen sowie Kontrollen ist stringent strukturiert.

Bei der Implementierung von BGM-Maßnahmen herrscht trotz harter Fakten oftmals ein anderes Denken vor. Fest steht seit Langem:

- Die meisten AU-Tage basieren seit Jahren auf Erkrankungen des Bewegungsapparates.
- Die AU-Tage steigen mit zunehmendem Alter der Mitarbeiter erheblich an (bei 60-jährigen um ca. das 3-fache gegenüber den 30-jährigen).
- Die Anzahl der durch psychische Erkrankungen bedingten AU-Tage hat sich in den letzten 10 Jahren mehr als verdoppelt.

Trotz dieser Erkenntnisse existieren gerade bei kleinen und mittelständigen Unternehmen aus Personalmangel und einer anderen Prioritätensetzung meist keine BGM-Strukturen. Aber auch bei großen Unternehmen beschränken sich die BGF-Maßnahmen häufig ausschließlich auf einen Gesundheitstag pro Jahr. Andere „Klassiker“ sind Kurse zur Rückenfitness oder Steigerung der Entspannungsfähigkeit, die nach dem § 20 des Sozialgesetzbuches oft von Krankenkassen bezuschusst werden und dem Unternehmen selbst nur geringe Kosten verursachen. Es darf begründet bezweifelt werden, dass solche Einzelaktivitäten zu nachhaltigen gesundheitlichen Verhaltensänderungen bei den Mitarbeitern führen oder den Problemen des demografischen Wandels, die auf die Unternehmen in Zukunft verstärkt zukommen werden, damit erfolgreich begegnet werden kann. Es existiert somit kein Erkenntnis-, sondern ausschließlich ein strategisches Umsetzungsproblem in den Unternehmen.

Durch Ausweitung der Management-Strukturen auf den Bereich der Gesundheitsförderung ließe sich relativ einfach die Erfolgswahrscheinlichkeit von BGF-Maßnahmen optimieren. Zumal die Fähigkeiten in den Unternehmen zweifelsfrei vorhanden sind.

Wo steht das Unternehmen aktuell (Ist-Zustand definieren)? Welche konkreten Probleme existieren (z.B. hohe AU-Tage in bestimmten Abteilungen)? Welche Fragen müssen geklärt werden (z.B. Wie erhalte ich die Arbeitsfähigkeit der älteren Mitarbeiter)? Wo soll es hingehen (Soll-Zustand definieren)? Welche Zielgruppen sind besonders betroffen (Administration oder Produktion)? Wie gelingt es, die Mitarbeiter für Maßnahmen zu begeistern und mitzunehmen (Adhärenz, früher Compliance erhöhen)? Das sind die drängenden Fragen, die einer Antwort bedürfen. Von denen sich daraus ableitenden Strukturen und Strategien wird der Erfolg eines unternehmensspezifischen betrieblichen Gesundheitsmanagements abhängen.



**KörperManagement®**  
Ihr Körper. Ihr Kapital.

Der entscheidende Schritt, auf den es gilt besondere Aufmerksamkeit zu lenken, ist die Entscheidung darüber, wie ein hohes Maß an Adhärenz erzeugt werden kann. Darunter ist im Umfeld von BGM und BGF das Ausmaß zu verstehen, wie das Verhalten der Mitarbeiter in Einklang mit dem Erreichen von Zielen der Gesundheitsförderungsstrategien steht. Der Grad der Adhärenz ist letztendlich das Maß für den Erfolg der entwickelten Ideen.

Im Unterschied zu dem früher verwendeten Begriff Compliance, liegt bei der Adhärenz der Fokus mehr auf der gemeinsamen Gestaltung (Miteinander von Geschäftsleitung und Mitarbeitern) von gesundheitsfördernden Strukturen und Maßnahmen im Unternehmen. Der Bedarf der Mitarbeiter und die Entwicklung motivierender Maßnahmen zur Findung einer größtmöglichen Akzeptanz steht im Mittelpunkt des Handelns. Gemeinsames Agieren sowohl zum Wohle des Einzelnen als auch des Unternehmens sind das Maß der Dinge, weil dann von allen Seiten erkannt wird, dass eine derartige betriebliche Gesundheitsförderung nur Gewinner kennt: den gesunden Mitarbeiter und das gesunde Unternehmen.

© Dr. Bernd Gimbel, **KörperManagement®** KG

**KörperManagement®** KG

Geschäftsführer: Alexander Gimbel & Stefan Lang  
Institut • Horexstraße 3 • 61352 Bad Homburg v.d.H.

www.koerpermanagement.com • [info@koerpermanagement.com](mailto:info@koerpermanagement.com) • +49 (0) 6172 9210240