

Liebe Geschäftsfreunde,

mit einem Thema, das alle betrifft und doch kaum jemanden wirklich erreicht, eröffnen wir unsere neue Ausgabe.

In vielen Unternehmen ist das Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) längst etabliert. Es gibt Rückenurse, Stressbewältigungworkshops, Gesundheitstage oder Angebote für Fitness- und Ernährung. Und dennoch: Die Teilnahmequoten sind oft ernüchternd niedrig. Beschäftigte winken ab, wenn Einladungen zu BGM-Maßnahmen kommen, und nicht selten wird das ganze Thema belächelt:

„Wer hat dafür
Schon Zeit?“
„Das bringt
doch eh nichts!“

Doch warum ist das so? Weshalb finden Angebote, die nachweislich Gesundheit, Motivation und Leistungsfähigkeit steigern können, so wenig Resonanz?



übersehene, verborgen bleibende Herausforderungen.
Wer möchte es wissen?

Die **Gründe** dafür liegen tiefer, als es auf den ersten Blick scheint. Sie sind sowohl organisatorischer als auch psychologischer Natur.

Psychologische Abwehrmechanismen

Menschen vermeiden Informationen, die ihr Selbstbild stören könnten. Wenn jemand weiß, dass er zu wenig schläft, sich ungesund ernährt oder unter Dauerstress steht, fühlt sich ein Gesundheitsangebot wie ein stiller Vorwurf an. Die Folge: **Ablehnung oder Ironie**.

Fehlende Sinnhaftigkeit & Identifikation

Beschäftigte sehen im BGM eine „Pflichtübung des Unternehmens“ oder ein „Feigenblattprojekt“. Wenn Angebote unpersönlich, standardisiert oder wenig auf die tatsächlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind, entsteht **Distanz** statt Begeisterung.

Zeitmangel und Arbeitsdruck

Der Satz „Ich habe keine Zeit“ verschleiert oft, dass es sich eigentlich um eine Frage der Prioritäten handelt, bei der Arbeit über Fürsorge gestellt wird. Gesellschaftliche Normen und das Streben nach Leistungsbereitschaft führen dazu, dass Pausen oder Achtsamkeit fälschlich als **Unproduktivität** gelten.

Fehlende Verankerung in der Unternehmenskultur

BGM wird oft als Zusatzangebot verstanden, das erst kommt, wenn die eigentliche Arbeit erledigt ist. Gesundheit wird zur Nebensache. Wenn Gesundheit im Arbeitsalltag keine Rolle spielt, wirkt BGM wie ein isoliertes Projekt. Beschäftigte spüren sehr genau, ob Gesundheit im Unternehmen gelebt oder nur **beworben** wird.

Kommunikation, die nicht ankommt

Zu Gesundheitsangeboten wird informiert, aber von den Beschäftigten kaum verstanden. Die Kommunikation erfolgt oft in der Fachsprache der Gesundheitsprofis statt in einer verständlichen Alltagssprache. „Ergonomische Arbeitsplatzgestaltung“ klingt nach **Bürokratie**, nicht nach Lebensqualität. „Pause für den Rücken“ hingegen spricht emotional an und vermittelt sofort den Nutzen.

Traditionell gibt es im BGM oft Gruppenangebote, die für alle Mitarbeitenden gleichermaßen gelten.

Die **Zeiten**, in denen alle Mitarbeitenden zu denselben Angeboten und Terminen eingeladen werden, gehören der Vergangenheit an.

Die **Lebenswelt** der Beschäftigten heute ist individueller als je zuvor, feste Termine und Gruppenkurse passen oft nicht mehr in den Alltag.

Lebensrealität der Beschäftigten hat sich verändert

- Realität, Zeitknappheit, Care-Arbeit - fixe Termine schwer planbar
- Generation Y/Z sucht Sinn, Flexibilität und Selbstbestimmung
- Einheitsprogramme greifen bei unterschiedlichen Lebensphasen und Bedürfnisse zu kurz

Klassische Gruppenangebote wirken oft wie Zusatzbelastung

- „Ich habe schon keine Zeit – jetzt soll ich auch noch zum Kurs?“
- Gesundheit wird zum Pflichtprogramm statt zur inneren Haltung

Betriebliche Angebote sind oft zu eng gefasst

- Bewegung, Ernährung, Stressmanagement sind wichtig, aber nicht ausreichend
- Vernachlässigt werden: soziale Beziehungen, Kommunikation, Selbstwirksamkeit, Einsamkeit

Ein Unternehmen ist kein Ort, an dem Menschen ihre Realitäten ablegen.

Wenn Lebensbereiche, wie Beziehungen, Sinn, Glück, Soziales oder Engagement beachtet und gefördert werden, steigt die innere Motivation, weil Arbeit dann Teil eines erfüllten Lebens wird.

„Ein Workshop kann Impulse setzen, aber ein Mensch, der jeden Tag kleine Inspirationen z.B. zu Glück, Ernährung, Bewegung oder Kommunikation erhält, verändert langfristig seine Haltung zur eigenen Gesundheit. Und wenn Arbeit dazu beiträgt, erleben Menschen sie als Bereicherung statt Belastung.“

So entwickelt sich das Betriebliche Gesundheitsmanagementweg vom Projektdenken: „Wir machen einmal BGM“ hin zu einer Kultur der Achtsamkeit, Menschlichkeit und Entwicklung. BGM ist kein Luxus, sondern eine **Beschäftigtenfürsorge**.

Mitarbeitende erleben BGM als echtes Angebot für ihre Lebensqualität, nicht nur als Pflichtmaßnahme.

Unser Verständnis von BGM geht über Bewegung und Ernährung hinaus. Wir verstehen Gesundheit als Fähigkeit, das eigene Leben sowohl privat wie beruflich gut zu gestalten. Beschäftigte sollten ihre Themen selbst wählen dürfen: Glück, Ernährung, Bewegung, Kommunikation, Resilienz etc. Das steigert die Selbstwirksamkeit und Gesundheit wird so Teil des täglichen Lebens und ist nicht nur ein einmaliges Seminar

Gesundheit braucht Glaubwürdigkeit, Zeit und Haltung

Das Betriebliche Gesundheitsmanagement ist ein Spiegel der Unternehmenskultur. Wenn es ernst gemeint ist, zeigt sich das nicht in der Anzahl der Angebote, sondern in der gelebten Haltung.

Gesundheit darf kein Projekt mit Start- und Enddatum sein, sondern muss zum selbstverständlichen Teil des Arbeitsalltags werden. Und das sollte von Führung, Kommunikation und echtem Interesse am Menschen getragen werden. Denn nur, wenn Gesundheit nicht als Pflicht, sondern als Chance verstanden wird, kann sie in den Köpfen und Herzen der Beschäftigten wirklich ankommen.

Kontakt

Dr. Hamid Saberi
Geschäftsführer
030 31582 486
h.saberi@uve.de



Anika Klug-Winter
Projektleitung
030 31582 464
a.klug@uve.de



uve GmbH für
Managementberatung
Kalckreuthstraße 4
10777 Berlin
V.i.S.d.P.:
Dr. Hamid Saberi
www.uve-beratung.de