**Leitfaden**

**Einführung eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM)**

© bgm21® Beate Noeke, 2020

**So verwenden Sie diese Vorlage**

Vielen Dank für Ihr Interesse an unserer Vorlage zur Erstellung eines Plans zur BGM-Einführung in Ihrem Unternehmen.

bgm21® hat diese Vorlage für Sie erstellt, um Ihnen dabei zu helfen, eine erste Übersicht zu erhalten zum Status quo der Gesundheit in Ihrem Unternehmen.

Zugleich zeigt die Vorlage die verschiedenen Aspekte auf, die bei der Einführung eines ganzheitlichen und nachhaltigen BGM zu berücksichtigen sind.

Hier können Sie den Gesundheitsstatus im Unternehmen sowie Ihre ersten Planungen zu Papier bringen, um dies den Führungskräften, Ihrer Geschäftsführung und weiteren relevanten Personen vorlegen zu können.

Die Vorlage ist in verschiedene Abschnitte gegliedert, die alle gängigen Maßnahmen einer BGM-Strategie abdecken. Dabei enthält jeder Abschnitt präzise Angaben dazu, welche Informationen jeweils zu ergänzen sind.

Befolgen Sie die schräg gedruckten Anweisungen und ersetzen Sie diese sowie den Text in Klammern durch Ihre unternehmensspezifischen Informationen.

Die für Sie irrelevante Passagen können Sie löschen bzw. zusätzliche Abschnitte hinzufügen.

[Sie benötigen Unterstützung? Klicken Sie hier, um ein kostenloses Erstgespräch mit bgm21® zu führen.](https://bgm21.de/kontaktseite/)

*[Unternehmenslogo]*

*[Name des Unternehmens]*

*BGM-Einführungsplan: [QX JJJJ, GJ JJJJ]*

*Verfasst von: [Name]*

*[E-Mail-Adresse des Verfassers]*

Inhalt

[Unternehmensleitbild 4](#_Toc45809352)

[BGM-Positionierung 4](#_Toc45809353)

[BGM-Verantwortliche / Steuerungskreis 5](#_Toc45809354)

[Kooperationspartner außerhalb des Unternehmens 5](#_Toc45809355)

[Bedarf klären 5](#_Toc45809356)

[Zielgruppenspezifisches BGM entwickeln 6](#_Toc45809357)

[Maßnahmen ausarbeiten 6](#_Toc45809358)

[Fördermöglichkeiten prüfen 7](#_Toc45809359)

[Maßnahmen auswerten 7](#_Toc45809360)

[Kontinuierliche Verbesserung 7](#_Toc45809361)

[E-Mail-Marketing 8](#_Toc45809362)

[Blogging- und Content-Marketing-Strategien für das Intranet 8](#_Toc45809363)

[Videomarketing 8](#_Toc45809364)

[Eventmarketing (z.B. für Gesundheitstag) 9](#_Toc45809365)

# Unternehmensleitbild

*[Beschreiben Sie Ihr Unternehmensleitbild. Ist Gesundheit ein Teil Ihrer Unternehmensphilosophie bzw. gibt es schon eine Unternehmensleitlinie hierzu? Falls es noch keine Leitlinie zum BGM gibt, beschreiben Sie, ob die Erstellung beabsichtigt ist, wer dies erstellt und wann dies erfolgt.]*

# BGM-Positionierung

*[Definieren Sie in diesem Abschnitt den aktuellen BGM-Status in Ihrem Unternehmen. Dies beinhaltet unter anderem das BGM- Leistungsversprechen sowie die Vorteile für die Mitarbeiter, das Unternehmen und die Kunden.*

*Welchen Mehrwert können Ihre BGM-Angebote bieten? Welchen Zweck erfüllen sie, sprich welches Problem können Ihre Mitarbeiter damit lösen?*

*Stellen Sie die Attraktivität Ihres Unternehmens heraus, die auch durch das BGM erzielt wird: Worin hebt sich Ihr BGM-Angebot von dem der Konkurrenz ab? In welchen Punkten können Sie Ihren Mitarbeitern einen größeren Mehrwert / bessere Benefits bieten als Ihre Wettbewerber – und warum?]*

*Wen von der Geschäftsführung und von den Abteilungsleitern können Sie als Unterstützer gewinnen?*

*Wen können Sie auf Seiten der Arbeitnehmer als Multiplikatoren gewinnen (aus diversen Bereichen, Betriebsrat, Ausbilder)?*

*Welche Ergebnisse sollen mit dem BGM erreicht werden? Welche Ziele werden damit verfolgt?*

*Was ist Ihr Unternehmen bereit, dafür zu tun (personell, finanziell etc.? Führen Sie hier alle Ressourcen auf, die Sie für das BGM benötigen bzw. die Ihnen für das BGM aktuell zur Verfügung stehen (Personal, Zeit, Budget, Software, Räume für Meetings und Sportangebote).*

*BGM lebt von der Beteiligung der gesamten Belegschaft. Informieren Sie alle Mitarbeiter über die geplanten Maßnahmen und binden Sie die Mitarbeiter \*innen aller Ebenen in Planung und Umsetzung mit ein.]*

*Halten Sie fest, welche konkreten Maßnahmen von Ihnen / Ihrem BGM-Team zu ergreifen sind, um sicherzustellen, dass Sie die BGM-Ziele erreichen.*

# BGM-Verantwortliche / Steuerungskreis

*[Gibt es einen* *festen Ansprechpartner für das BGM?*

*Stellen Sie sich bzw. Ihre Kollegen vor: Welche BGM- Kompetenzen werden jeweils eingebracht? Was ist die zentrale Aufgabe eines jeden?*

*Wer übernimmt die Leitung (bitte mit Jobtitel angeben)?*

*Falls Ihnen ein Organigramm Ihres Unternehmens vorliegt, fügen Sie es hier ein.*

*Gibt es bereits oder planen Sie die Gründung einer BGM- Steuerungsgruppe?*

*Erläutern Sie, ob und in welcher Weise ein regelmäßiger Austausch zur Gesundheit stattfindet, wer dies organisiert und wer teilnimmt.]*

# Kooperationspartner außerhalb des Unternehmens

*[Arbeiten Sie bereits mit den Sozialversicherungsträgern (Krankenkassen, Berufsgenossenschaften) zusammen?*

*Nutzen Sie Dienstleister (Arbeitsschutz, Betriebsmedizin, Beratung, Workshops, Vorträge, Präventionskurse) sowie digitale BGM-Produkte?*

*Gibt es in Ihrer Nähe BGM-Betriebsnachbarschaften bzw. überlegen Sie selbst eine zu gründen?]*

# Bedarf klären

*[Mit der Durchführung einer Mitarbeiterbefragung erhalten Sie sehr umfangreiche Informationen und können maßgeschneiderte, zielgruppenspezifische Konzepte entwickeln.*

*Ist bereits eine Analyse zur Gesundheit im Unternehmen gemacht worden? Werden bereits Kennzahlen ausgewertet, beispielsweise in der Personalabteilung?*

*Falls nein, führen Sie eine Ist-Analyse durch, analysieren Sie diese und leiten daraus konkrete Handlungsbedarfe ab.*

*Definieren Sie die unterschiedlichen gesundheitlichen Beanspruchungen in Ihrem Unternehmen, z.B. nach den Aufgaben / Abteilungen / Homeoffice und beantworten Sie dazu folgende Fragen:*

*Wo ist der größte Handlungsbedarf mit der größten Hebelwirkung? Wo können Sie gerade in der Einführungsphase des BGM wirksam und zeitnah die ersten Erfolge erzielen?*

*Welche gesundheitlichen Risiken möchten Sie als erstes mit gesundheitsförderlichen Angeboten angehen (z.B. hohe Fehlzeiten, geringe Mitarbeiterbindung, Fachkräftemangel)?*

*Welche gesundheitlichen Potentiale möchten Sie als erstes erschließen, um die Leistungsfähigkeit zu verbessern (Demografie-gerechte Gestaltung der Arbeit, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Ergonomie verbessern, psychische Belastungen reduzieren)?]*

# Zielgruppenspezifisches BGM entwickeln

*An wen richten sich Ihre BGM-Angebote in der Einführungsphase? Welche Prioritäten setzen Sie? Begründen Sie Ihre Einführungsstrategie.*

*Wie stellen Sie sicher, dass Sie auch Remote-Mitarbeiter (z.B. im Homeoffice) erreichen?*

*Wie lauten die wichtigsten Arbeitsbedingungen und Eigenschaften der Mitarbeiter, die Sie mit den BGM-Angeboten (als erstes) erreichen wollen?*

*Nutzen Sie die Personaldaten Ihrer Mitarbeiter für die Entwicklung Ihrer effektiven BGM-Strategie und einer maßgeschneiderten BGM-Kommunikation:*

* *Demografische Merkmale*
* *Zuständigkeiten*
* *Vorgesetzter*
* *Arbeitszeiten*
* *Fehlzeiten:*
* *(digitale) Tools, die für die Arbeit erforderlich sind*
* *Maßstäbe für die Leistung*
* *Ziele*
* *Größte Herausforderungen*

# Maßnahmen ausarbeiten

*[Welches Ziel soll mit Ihren BGM-Maßnahmen erreicht werden?*

*Welche Maßnahmen können Sie niedrigschwellig anbieten und ggf. selbst umsetzen?*

*Können Sie die Führungsebene als Vorbilder für das BGM gewinnen?*

*Gibt es bereits Gesundheitsangebote (Betriebssport, Gesundheitschecks etc.)?*

*Können die Angebote während der Arbeitszeit genutzt werden?*

*Gibt es bereits bzw. planen Sie BGM-Maßnahmen, wie beispielsweise*

* *Medizinische Vorsorge im Betrieb*
* *Betriebliche Krankenversicherung*
* *Vereinbarkeit von Familie und Beruf*
* *Gesundheitsgerechte Ausstattung am Arbeitsplatz*
* *Sport und Bewegung*
* *Gesunde Ernährung*
* *Umgang mit Sucht*
* *Stressbewältigung und psychische Gesundheit*
* *Gesundheitstag*
* *Betriebliches Eingliederungsmanagement]*

# Fördermöglichkeiten prüfen

*[Sind mögliche Förderungen durch die Krankenkassen sowie die Nutzung des Steuerfreibetrags für die betriebliche Gesundheitsförderung bekannt und werden diese bereits genutzt? Was wird aktuell beansprucht?*

*Haben Sie staatliche Förderinstrumente in Betracht gezogen für Ihr BGM?]*

# Maßnahmen auswerten

*[Mit welchen Instrumenten werden Sie die Wirkung der BGM-Maßnahmen erfassen (quantitativ, qualitativ)?]*

# Kontinuierliche Verbesserung

*[BGM-Maßnahmen müssen stetig weiterentwickelt werden, damit sie den aktuellen Bedürfnissen der Mitarbeiter gerecht werden. Wie können Sie dies sicherstellen (personell, finanziell, mit Softwaretools)?]*

BGM – Marketing / Kommunikation

*[Erläutern Sie, ob und in welcher Weise ein regelmäßiger Austausch zur Gesundheit stattfindet, wer dies organisiert und wer teilnimmt.*

*Planen Sie eine regelmäßige interne Kommunikation zu den angebotenen Maßnahmen ein.*

*Machen Sie Ihre BGM-Angebote und die erzielten Wirkungen sichtbar. Geben Sie hier sämtliche Marketingmaterialien und Ressourcen an, die Sie für das BGM zur Verfügung stellen möchten – von Fallstudien über Leitlinien bis hin zu Broschüren, Flyern, Postern, Mitarbeiterzeitschrift, Intranet, Videos, Podcasts. Kurz gesagt: Listen Sie sämtliche Ressourcen und Tools auf, die in den Bereich der internen Kommunikation fallen.*

*Konzentrieren Sie sich auf die Strategien, die Sie anwenden, um die BGM-Bekanntheit im Unternehmen zu steigern und die Mitarbeiter zu Teilnehmern Ihrer BGM-Maßnahmen zu machen.*

*Nachstehend werden einige Marketingaktivitäten erläutert. Selbstverständlich können Sie für Sie irrelevante Aktivitäten löschen bzw. zusätzliche hinzufügen.*

### E-Mail-Marketing

*[Erläutern Sie kurz Ihre Strategie für das E-Mail-Marketing und geben Sie den/die betreffenden Ansprechpartner an.]*

### Blogging- und Content-Marketing-Strategien für das Intranet

*[Beschreiben Sie kurz Ihre Strategien für das Bloggen und Content-Marketing und geben Sie den/die betreffenden Ansprechpartner an.]*

### Videomarketing

*[Beschreiben Sie hier Ihre Strategie für das Videomarketing und geben Sie den/die betreffenden Ansprechpartner an.]*

### Eventmarketing (z.B. für Gesundheitstag)

*[Beschreiben Sie hier Ihre Strategie für das Eventmarketing und geben Sie den/die betreffenden Ansprechpartner an.]*

Sonstiges