



Gesundheit vermarkten

TIPP-Ecke für BGMIer: Etwas Gesundes "hinstellen" - und darauf aufmerksam machen!

Die Zeit rund um den Jahreswechsel eignet sich gut zum Bilanzziehen, auch für das Betriebliche Gesundheitsmanagement und seine Akteure.

Ich weiß noch gut, wie beeindruckt ich war, als am Ende eines Kennenlerngesprächs die Sozialberaterin eines Verkehrsunternehmens mir ihren Jahresbericht in die Hand drückte. Zwar war ich vorher schon ein Fan dieser einfühlsamen und zugleich höchst pragmatischen Frau, aber nach der Lektüre des Jahresberichts war ich erst recht hin und weg.

Trotzdem fragte ich die Sozialberaterin, wer denn der Adressat dieses Berichts wäre. Ihre Antwort: „Erstens: Der Vorstand! Damit der sieht, wo das Geld hingehet und dass es hier sinnvoll investiert ist. Denn wenn die Mitarbeiter nicht mich als Ansprechpartnerin hätten, würden viele krankheitsbedingt ausfallen. Das muss der Vorstand wissen.

Und zweitens: Ich selbst! Mir tut das auch gut zu sehen, was ich in diesem Jahr geleistet habe!

Und drittens: Die Kollegen! Wenn die Leute sehen, was das Unternehmen ihnen bietet, stärkt das deren Zugehörigkeitsgefühl. Sie bekommen das Signal: ‚Ihr seid uns nicht egal!‘ Das tut denen gut.

Und die wissen: Im Notfall können sie das Angebot selber in Anspruch nehmen. Der Bekanntheitsgrad hausintern wächst. Das ist auch wieder gut für mich.“

Bilanzziehen in Form eines Jahresberichts: Das empfiehlt sich nicht nur für Betriebliche Gesundheitsmanager und andere „offiziell bestellte“ Menschen (die sehen die hausinterne Vermarktung ihrer Leistung häufig ohnehin als Teil ihrer Arbeit an), sondern auch für jeden selbständigen Berater zum Thema Gesundheitsmanagement, für jeden „kleinen“ Freiberufler. Für Sozialberater, Betriebsrat, Werksarzt, Personalentwickler etc. sowieso. Die Zeit sollte man sich nehmen.

Sich selbst und anderen deutlich vor Augen führen, welche Erfolge man in dem Jahr, das jetzt zur Neige geht, gehabt hat – das hat gleich mehrere Effekte auf einen Schlag:

1. Existenzberechtigungsnachweis gegenüber dem Vorstand oder (bei Externen) gegenüber den Kunden. Man zeigt, welchen Wert man für das Unternehmen erwirtschaftet hat.
2. Stärkung des Selbstwertgefühls: Man sieht Schwarz auf Weiß, worauf man stolz sein kann. Und es macht Spaß ...
3. Entstressung der Beschäftigten: Gerade in der stressigen Vorweihnachtszeit erhalten sie das Signal, dass man sich um sie kümmert. Allein das Wissen darum kann bereits ein bisschen Belastungsdruck mindern.
4. Information zu allen Seiten: Der Bekanntheitsgrad wächst. Unterstützungsangebote kommen aus der Tabuzone.

Gerade in der stressigen Vorweihnachtszeit lohnt es sich für alle „Betriebs-gesundheits-Aktiven“ in einem (optisch ansprechenden) Jahresbericht aufzeigen, was sie in dem Jahr geleistet haben.

Vielleicht haben Sie Lust, Ihren Jahresbericht („Das haben wir für Sie getan“) auf einem Stehtisch neben einem Korb mit Äpfeln und Mandarinen zu präsentieren und die Kolleginnen und Kollegen damit zu einer gesunden Pause einzuladen? Oder ihn auf der Personalversammlung vorzustellen? Oder ihn einfach ins Intranet zu stellen? Sie dürfen stolz auf sich sein, so oder so.