

TRENDS

Die Firma hält fit

Mit dem Auto ins Büro, lange und oft ohne Pause sitzen, mit dem Aufzug von Etage zu Etage – für viele ist das Alltag. Bewegung? Fehlanzeige ... Betriebliches Gesundheitsmanagement will mit einer breiten Angebotspalette dagegenhalten.

➔ Jeder dritte Deutsche vermeidet das Treppensteigen und nutzt ausschließlich den Fahrstuhl. Fast drei Viertel sitzen jeden Tag mindestens fünf Stunden, 27 Prozent sogar mehr als neun Stunden am Schreibtisch. Zu diesen Erkenntnissen kam die aktuelle Studie der Techniker Krankenkasse „Beweg Dich, Deutschland!“, die das Bewegungsverhalten der Deutschen unter die Lupe nahm. Sportmuffel und Antisportler machen mit 52 Prozent mittlerweile die Mehrheit in der Bevölkerung aus. Dabei sind die Sportvermeider gleichzeitig der Meinung, dass Bewegung gut für ihre Gesundheit wäre.

Ungesunde Ernährung, Stress, schlechtes Betriebsklima und mangelnde Motivation sind weitere Faktoren, die die Leistungsfähigkeit mindern und zu häufigen Arbeitsausfällen führen. Das lässt sich in vielen Unternehmen, wo die Personaldecke dünn ist, nur schwer abfangen. Daher gehen immer mehr Firmen dazu über, Gesundheitsprogramme anzubieten und sich um das Wohl ihrer Mitarbeiter zu kümmern.

Radler-Parkplätze und Duschen

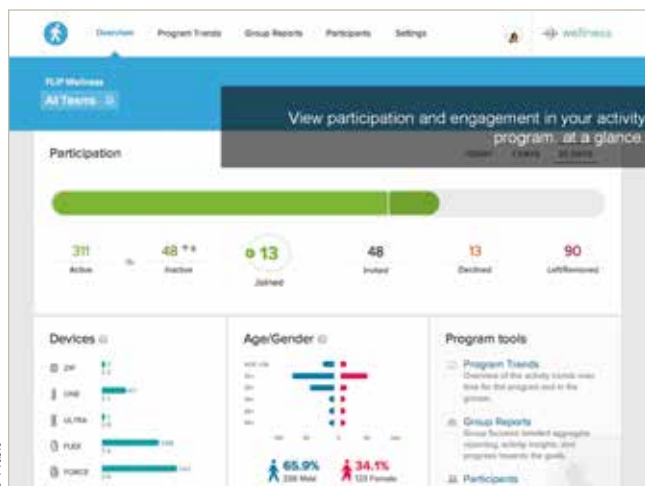
Über Corporate Wellness können sich Firmen zudem am Arbeitsmarkt positionieren – insbesondere, wenn die finanziellen Anreizmöglichkeiten eingeschränkt oder ausgereizt sind. Schon einfache Maßnahmen wie ein überdachter Radl-Parkplatz

und Duschköglichkeiten für Mitarbeiter, eine Fitnesswoche mit speziellen Angeboten in der Kantine, ein Fitnesstag mit Gesundheits-Vorträgen und Fitness-Workshops oder eine „Grüne Woche“, bei der die Mitarbeiter „Radl-Kilometer“ sammeln können, ließen sich ohne hohe Kosten umsetzen, sagt Uwe Conell, Diplom-Sportlehrer und Personal Trainer, unter anderem für Microsoft Deutschland und den Versicherungskonzern Allianz. Das erfüllt den Wunsch jener Berufstätigen, die bereits den Weg zur Arbeit als Sportmöglichkeit nutzen wollen. Auch in der Mittagspause steckt sportliches Potenzial. Ein Fitnesstrainer könnte kleine Übungen zeigen, die sich zum Beispiel in einen Spaziergang einbauen lassen, wie Gleichgewichts-, Konzentrations- oder Kräftigungs- und Mobilisationsübungen.

Fitness-Apps für alle Mitarbeiter

NTT Docomo, die japanische Telekom, hat im Dezember 2014 ein Firmen-Fitnessprogramm in Kooperation mit dem Fitness-App-Anbieter Runtastic gestartet. NTT Docomo stellt seinen Mitarbeitern sechs Fitness-Apps von Runtastic und viele Trainingspläne zur Verfügung. Die Nutzer sollen individuell und ohne Gruppenzwang ihrem Leistungsniveau entsprechend trainieren können. Docomo-Mitarbeiter, die mit der Runtastic-App trainieren, sammeln Punkte, die sie in „Docomo-Produkte“ umsetzen können.

Der Anbieter Fitbit geht ein Stück weiter und integriert „Challenges“ als Motivationselement. Das Firmenprogramm von Fitbit setzt sich aus einem Fitness Tracker und einem Online-Portal zusammen. Als Administrator hat die Firma die Möglichkeit, Fitnessziele für ihre Mitarbeiter festzulegen und



Das Firmenprogramm von Fitbit setzt sich aus einem Fitness Tracker und einem Online-Portal zusammen. Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern einen Fitness Tracker seiner Wahl als Anreiz, sich mehr zu bewegen. Als Administrator hat die Firma die Möglichkeit, Fitnessziele für ihre Mitarbeiter festzulegen und sich kleine Herausforderungen auszudenken und zu belohnen. Eine typische Zielsetzung könnten 5 000 oder 10 000 Schritte am Tag sein, oder etwa die Strecke vom Standort in München zur Zentrale in Berlin in möglichst kurzer Zeit zu Fuß zurückzulegen. Dabei können Abteilungen gegeneinander antreten und sehen, welche als erste Berlin „erreicht“.

Immer mehr Firmen gehen dazu über, Gesundheitsprogramme anzubieten und sich um das Wohl ihrer Mitarbeiter zu kümmern. Schon einfache Maßnahmen wie ein überdachter Fahrradparkplatz und Duschköglichkeiten für Mitarbeiter, die mit dem Fahrrad zur Arbeit kommen wollen, eine Fitnesswoche mit speziellen Angeboten in der Kantine, ein Fitnesstag mit Gesundheits-Vorträgen und Fitness-Workshops oder eine „Grüne Woche“, bei der die Mitarbeiter „Radl-Kilometer“ sammeln können, lassen sich ohne hohe Kosten umsetzen.



sich kleine Herausforderungen auszudenken und zu belohnen. Eine typische Zielsetzung könnten 5 000 oder 10 000 Schritte am Tag sein oder aber die Strecke vom Standort München bis zum Standort Berlin zu Fuß am schnellsten zu erlaufen. Eine Belohnung könnte darin bestehen, neu entwickelte Produkte der Firma als Erster sehen, nutzen oder kaufen zu dürfen oder Punkte zu sammeln. Der Wettkampf soll Gesprächsstoff unter den Mitarbeitern bieten und die Firmenbindung stärken. Mitarbeiter berichten, dass sie seit der Challenge tatsächlich mehr gehen, zum Beispiel, wenn das tägliche Schrittpensum noch nicht erreicht ist, und auch von Gewichtsabnahme wird berichtet. Kürzere Herausforderungen, die auf ein bis zwei Monate Dauer angelegt sind, erzielt in der Regel die besten Ergebnisse, weil sie dafür sorgen, dass die Mitarbeiter am Ball bleiben, das Ziel aber nicht aus den Augen verlieren, erläutert Aileen O'Colmain, Director Corporate Wellness EMEA bei Fitbit.

Die richtige Challenge für jeden Mitarbeiter

Jeder Mitarbeiter hat einen eigenen Online-Zugang und kann darüber seine Schritte und Ziele verfolgen. Das Anlegen eines Accounts ist freiwillig. Zudem kann der Mitarbeiter festlegen, welche Daten er für seine Kollegen und seinen Chef freigeben will. Der Fitness-Admin der Firma bekommt vielleicht nur die aggregierten Daten der ganzen Abteilung zu sehen. Ausnahme: Bezahlte das Unternehmen den Fitnessstracker komplett, kann es den Mitarbeiter einen Vertrag unterschreiben lassen, in dem dieser zustimmt, seine Daten der Firma zugänglich zu machen. Doch auch wenn kein solcher Vertrag vorliegt, kann der Fitness-Admin verschiedene Analysen fahren und zum Beispiel nach Alter oder nach Geschlecht überprüfen, wie gut das Firmen-Fitnessprogramm ankommt.

Nicht ohne den Betriebsrat

Oberstes Ziel muss es sein, alle Mitarbeiter einzubinden, unabhängig von ihrem sportlichen Leistungsniveau. Es darf also

niemand mit den Herausforderungen überfordert werden, die Ziele dürfen aber auch nicht zu langweilig und damit zu wenig motivierend sein. Einige Unternehmen starten das Programm mit einer einzigen Herausforderung und überlassen es dann den Mitarbeitern, sich untereinander zu motivieren. Erfolgreicher sind jedoch die Betriebe, die eine Art laufenden Kalender mit jahreszeitlichen Herausforderungen definieren, um ihre Mitarbeiter immer wieder aufs Neue zu mehr Bewegung anzutreiben. Um ein geeignetes Programm zu etablieren, das auch zur Firmenkultur passt, sollte im Vorfeld der Betriebsrat mit eingebunden werden, rät Aileen O'Colmain. Am besten setzt man gemeinsam ein Pilotprojekt auf.

Um die Wette laufen

Der Autohersteller Opel hat im Rahmen seiner Initiative „Opel – Gesund und Fit“ und in Kooperation mit dem Navigationsgeräte-Anbieter Garmin das Pilotprojekt „Challenge your Boss“ gestartet: Opel-Mitarbeiter treten in den Wettbewerb mit der Führungsriege. Kernelement der Opel-Challenge ist das Fitnessarmband Garmin vívofit. Es registriert die Bewegung sei-

So wird ein Corporate-Fitnessprogramm zum Erfolg

- Die Führungsebene muss es vorleben. Die Abteilungsleiter sollten daher in den Wettbewerb einsteigen und ihren Mitarbeitern ihre Leistungsdaten zugänglich machen.
- Meinungsmacher im Unternehmen sollten als Fürsprecher für die Challenge-Programme gewonnen werden.
- Jeder Mitarbeiter muss sich eingebunden fühlen. Zu hohe oder zu geringe Herausforderungen lassen Mitarbeiter wieder abspringen.
- Spielerische Elemente und Wettbewerbe heben die Motivation und schweißen die Teams enger zusammen.

nes Trägers, lernt, wie aktiv er ist, und setzt ihm abhängig davon jeden Tag ein neues, erreichbares Bewegungsziel. Eigene Fortschritte kann der Nutzer in der kostenlosen Online-Fitness-Community Garmin Connect verfolgen und dabei virtuelle Auszeichnungen erhalten. Damit sich die Mitarbeiter mit ihren Chefs messen können, präsentiert der Vorstand seine Leistungsdaten öffentlich auf der Opel-Plattform. Gleichzeitig wird für einen guten Zweck gelaufen: Wird von allen teilnehmenden Mitarbeitern in den kommenden Monaten eine gewisse Anzahl von Schritten gemeinsam erreicht, profitiert auch die José Carreras Leukämie-Stiftung. „Das alles ist selbstverständlich freiwillig, so wie das Garmin-Connect-Benutzerkonto ausschließlich für den entsprechenden Opel-Mitarbeiter zugänglich ist“, sagt Rolf Hartl, Projektleiter bei Garmin.

Entspannung für mehr Achtsamkeit

Mehr Kondition durch mehr Bewegung ist nur eine Säule des Gesundheitsmanagements. Ein weiterer großer Trend im Fitnessmarkt lautet „Achtsamkeit“. Achtsamkeitstechniken helfen zum Beispiel dabei, besser zu präsentieren, sagt Uwe Conell. Dabei bieten physische Parameter wie Haltung und Atmung die Grundlage für erfolgreiches Präsentieren. Um Mitarbeiter erfolgreich zu schulen, greift Conell in seinen Firmenseminaren gern auf den Profi-Sport zurück, zum Beispiel auf Biathlon:

Hits und Herzfrequenz: Jabra Sport Pulse



© Jabra

Viele Läuferinnen und Läufer trainieren gern mit Musik im Ohr. Es gibt Kopfhörer, die für Sportler noch mehr bieten als nur gute Musik. Die Kopfhörer Jabra Sport Pulse werden tief ins Ohr gesteckt, ein integrierter Herzfrequenzmesser zeichnet die Herzfrequenz auf. Zur Anpassung an die Ohren sind drei verschiedene Ohrmuschel-Klemmen und unterschiedlich große Ohrstopfen dabei. Bis die Ohrstöpsel perfekt sitzen, ist etwas Experimentieren angesagt. Doch wenn sie sitzen, ist das Training ein Genuss. Die Messung des Herzschlags erfolgt über einen Mini-Infrarotsensor, der

in das Ohrgewebe strahlt und anhand der zurückkommenden Lichtstreuung den Puls bestimmt. Per Knopfdruck erfährt man, wie lange man schon läuft und wie schnell das Herz schlägt. Die Messung liefert ähnliche Werte wie ein klassischer Brustgurt. Die App Jabra Sport zeigt die Laufroute an und gibt eine Übersicht über die zurückgelegten Kilometer, den durchschnittlichen Puls und die verbrauchten Kalorien. Für die Musik zum Training braucht man eine zweite App, Jabra Sound. Die Sound-App kann sowohl Musik auf dem Smartphone als auch Spotify- oder Youtube-Playlists importieren. Die Klangqualität ist ausgezeichnet, die Umwelt lässt sich komplett ausblenden. Im Straßenverkehr ist das allerdings nicht ganz ungefährlich, deshalb sollte man die Kopfhörer-Nutzung immer dem jeweiligen Umfeld anpassen.

Programme, die zur Firmenkultur passen

„Wir bieten Firmenprogramme an, die speziell für jedes Unternehmen entwickelt werden. Dazu führen unsere Key-Account-Manager eine Bedarfsanalyse durch. Es wird eruiert, was das Unternehmen bereits anbietet und welche Tätigkeiten die Mitarbeiter ausführen. Darauf basierend wird zusammen mit dem Unternehmen ein Programm erarbeitet. In vielen Firmen arbeiten wir eng mit der Firmen-Krankenkasse zusammen, zum Beispiel werden Kurse subventioniert. Fitness First führt auch Gesundheitstage in den Unternehmen durch.“

Isabelle Kopa, National Corporate Manager bei der Fitnessstudio-Kette Fitness First



© Fitness First

„Die große Herausforderung beim Biathlon wie beim Präsentieren besteht darin, die Atmung ruhig zu halten und den Puls zu kontrollieren.“ Conell empfiehlt in seinen Firmen-Workshops eine einfache Technik, bei der sich die Mitarbeiter auf das Ausatmen konzentrieren sollen. Das bringt den Puls binnen 30 Sekunden spürbar nach unten. Per Herzfrequenzmesser können die Mitarbeiter in einem Workshop diesen Effekt sofort überprüfen und die Technik später auch im Alltag immer wieder anwenden. Auch Entspannungs- und Konzentrationsübungen würden in Firmen-Fitnessprogramme gern eingebaut, erläutert Conell. So sollen Mobilisationsübungen Rückenproblemen sowie Schulter- und Nackenschmerzen vorbeugen.

Übungen am Arbeitsplatz ganz ohne Fitness-Trainer bietet Fitness First. Die Fitnessstudio-Kette hat im vergangenen November das Online-Studio NewMoove gekauft. „Unser Ziel ist eine NewMoove-Umsetzung speziell für das Firmenkundengeschäft. Ziel sind Übungen, die für die Nutzung am Arbeitsplatz konzipiert werden. Die Kurslänge wird variieren, von fünf bis 30 Minuten ist alles dabei. Hier stehen wir allerdings ganz am Anfang in der Konzeption“, erläutert Isabelle Kopa, die als National Corporate Manager strategische Firmenkooperationen bei Fitness First betreut.

Mitarbeiter sind für ihre Gesundheit selbst verantwortlich. Firmen können jedoch das Bewusstsein für Körper und Fitness stärken, Anreize setzen und den Mitarbeitern Methoden und vielleicht auch Tools wie Schrittzähler oder Herzfrequenzmesser an die Hand geben. Firmen, die in Corporate Fitness und Wellness investieren, können von diesem Engagement profitieren, zum Beispiel mit einem geringeren Krankenstand und mit leistungsfähigeren, motivierteren Mitarbeitern. ◀

Yvonne Göpfert, freie Journalistin