Das Beste aus **zwei Welten**

Arbeitet die Belegschaft hybrid, muss sich auch das BGM an diese Arbeitsstruktur anpassen. Wie der Zeppelin Konzern seine Gesundheitsförderung als Kombination aus Präsenzveranstaltungen und digitalen Angeboten gestaltet, verrät Arbeitsdirektorin Alexandra Mebus.

INTERVIEW: ANNETTE NEUMANN

▸ **Personalwirtschaft: Frau Mebus, warum braucht Zeppelin ein hybrides Betriebliches Gesundheitsmanagement?**
Alexandra Mebus: Wir wollen unseren Mitarbeitenden ermöglichen, so flexibel wie möglich arbeiten zu können. Abhängig von der Position, der Rolle und den Anforderungen an den jeweiligen Job liegt der Anteil der mobil Arbeitenden je nach Bereich zwischen 20 und 70 Prozent. Während die gewerblichen Mitarbeitenden, die im Vertrieb oder Service von Baumaschinen arbeiten und entsprechend häufig vor Ort beim Kunden sein müssen, wenig bis gar nicht von zu Hause aus arbeiten können, gibt es einen hohen Anteil an Mitarbeitenden aus klassischen Funktionsbereichen wie zum Beispiel HR, Controlling, Verwaltung, die unser Homeoffice-Angebot nutzen. Um allen Mitarbeitenden gerecht werden zu können, haben wir ein hybrides BGM mit entsprechenden Angeboten entwickelt.

Was sind die Chancen eines hybriden BGMs, und wie wird es in Ihrem Unternehmen gestaltet?
Die Pandemie hat uns gelehrt, dass Onlineangebote, zum Beispiel die „Bewegte Pause" im virtuellen Trainingsraum mit Ausgleichsübungen für den Alltag oder Vorträge zum Thema Stressmanagement, sehr gut funktionieren. Der Vorteil ist, dass wir weniger Ressourcen benötigen und gleichzeitig eine größere Reichweite erzielen. So können alle Mitarbeitenden, auch die Teilzeitkraft oder der Vater in Elternzeit beispielsweise, erreicht werden. Keiner fühlt sich ausgeschlossen. Die Onlineangebote können auch an Präsenzveranstaltungen anknüpfen.

Wie genau?
Beim Gesundheitstag vor Ort können wir beispielsweise einen Vortrag zur gesunden Ernährung aufzeichnen und das Video im Intranet hochladen, sodass alle Mitarbeitenden Zugriff darauf haben und das BGM-Angebot in Anspruch nehmen können, wann es ihnen passt. Auch nehmen wir für die Produktionsmitarbeitenden Informationsvideos zum Heben schwerer Baumaschinenteile auf, die an alle Standorte übertragen werden. Als Ergänzungen werden Ergonomieberatungen und Schulungen an den jeweiligen Standorten vor Ort angeboten.

Welche Risiken birgt das hybride Konzept?
In der Anfangszeit gab es Mitarbeitende, die mit der Technik noch nicht so sicher umgehen konnten. Mittlerweile hat es sich gut eingespielt, und durch die Investition in unsere IT-Sicherheit ist auch der Datenschutz sichergestellt, der bei hybriden Angeboten mitgedacht werden muss. Wichtig ist es, den Anteil an digitalen, Vor-Ort- und hybriden Angeboten gut zu bedenken.

Foto: Zeppelin GmbH

Alexandra Mebus ist Arbeitsdirektorin bei der Zeppelin GmbH und davon überzeugt: Mit einem hybriden BGM errreicht man Mitarbeitende besser.

DAS UNTERNEHMEN

Beim Zeppelin Konzern, einer Vertriebs- und Serviceorganisation für Baumaschinen und Industrieanlagen, arbeiten weltweit über 10 000 Mitarbeitende, davon mehr als die Hälfte an mehr als hundert Standorten in Deutschland. Die heterogene Struktur der Belegschaft mit gewerblichen und Office-Mitarbeitenden erfordert ein hybrides BGM. Worauf es dabei ankommt, erläutert die Arbeitsdirektorin Alexandra Mebus im Interview.

Warum?
Jedes Format hat seine Vor- und Nachteile. Wir haben uns dazu entschieden, rund 70 Prozent unserer BGM-Angebote digital bereitzustellen, aber wir setzen nach wie vor auch auf Präsenzveranstaltungen. Denn dadurch wird der individuelle Austausch gefördert und die Mitarbeiterbindung gestärkt. Dennoch ist nicht zu unterschätzen, dass wir durch ein digitales Angebot auch die erreichen können, die analoge Veranstaltungen eher nicht nutzen würden.

Welche Mitarbeitenden sind das?
Die Teilnehmerquoten zeigen, dass sich zum Beispiel Führungskräfte eher Zeit für Kurse am Abend nehmen – zu Zeiten, zu denen die Präsenzveranstaltungen meist nicht stattfinden. Auch nutzen diejenigen Vor-Ort-Veranstaltungen seltener, die etwas weiter entfernt vom entsprechenden Betrieb wohnen.

Machen Sie darüber hinaus spezielle Gesundheitsangebote für einzelne Zielgruppen, mit denen man ihnen jeweils gerechter werden kann?
Wir setzen auf eine Mischung mit Angeboten für alle, wie Gesundheits-Check-ups, die Nutzung eines Firmenrads oder die Ernährungsberatung, und Angeboten für spezielle Zielgruppen: Bei Produktionsmitarbeitenden liegt ein Schwerpunkt auf der Ergonomie und der Rückengesundheit mit Schulungen, zum Beispiel direkt an der Maschine. Für Führungskräfte führen wir eine Workshopreihe zum Thema „Gesund führen“ durch. Mit dieser Trennung wollen wir gezielt auf die Bedürfnisse und auf mögliche Gesundheitsrisiken eingehen.

Welche Rolle spielen lebensphasenorientierte Angebote?
Eine wichtige Rolle, denn die Belastungen sind unterschiedlich. Während sich Eltern eher eine zeitliche Flexibilität durch Gleitzeitmodelle oder Seminare zur besseren Vereinbarkeit wünschen, bieten wir zum Beispiel für ältere Mitarbeitende Beratungen in Kooperation mit dem Sozialunternehmen famPLUS zum Thema Pflege und spezifische Vorträge zur Prävention oder zum Umgang mit psychischen Belastungen an. Darüber hinaus setzen wir mit unserem Gesundheitsprogramm Z Fit, das wir 2017 ins Leben gerufen haben und das sich an einem Jahreskalender orientiert, unterschiedliche Schwerpunkte: So veranstalten wir zum Beispiel eine Zuckerchallenge und einen Rezeptewettbewerb zum Schwerpunkt Ernährung im Frühjahr und einen Bewegungsschwerpunkt mit Firmenlauf und Ergonomie-Angeboten im Sommer.

Welche Arbeitsbedingungen tragen Ihrer Meinung nach maßgeblich zur Gesundheitsförderung bei?
Ob Mitarbeitende physisch und psychisch langfristig gesund und leistungsfähig bleiben, hängt in Bezug auf die Arbeit maßgeblich von der Unternehmenskultur und den Führungskräften ab, die eine Fürsorgepflicht haben. Wir sensibilisieren unsere Führungskräfte dafür, die Arbeitsumgebung so zu gestalten, dass jeder motiviert und angstfrei zur Arbeit kommt. Dabei spielen der achtsame und wertschätzende Umgang mit dem Einzelnen eine ebenso große Rolle wie die Fehlerkultur. Und unser betriebliches Gesundheitsmanagement hat unter anderem dafür Sorge zu tragen, dass die Arbeitsplätze ergonomisch ausgestattet sind, Gesundheitschecks angenommen werden und, wo möglich, ein gesundes Essen angeboten wird.

Was erfordert darüber hinaus eine nachhaltige Hybridlösung?
Es gilt immer wieder zu hinterfragen, ob die hybriden BGM-Angebote ausreichend sind oder ob das Portfolio noch ergänzt werden sollte, um dem hybriden Arbeiten noch besser Rechnung zu tragen. Wichtig ist, dass unsere Mitarbeitenden jederzeit durch Flyer, Aushänge oder digitalem Infoboard beispielsweise über neue Angebote informiert werden. Wir verpflichten nicht zur Teilnahme, sondern setzen auf Reflexion und positive Verstärkung des eigenen Gesundheitsverhaltens. Indem wir den Mitarbeitenden interessante Angebote machen, motivieren wir sie zum Mitmachen. Hilfreich ist, wenn das hybride BGM auch spielerische Elemente wie zum Beispiel Schrittwettbewerbe enthält, die den Einzelnen und das Team zum Mitmachen anregen. Diese wirken als Motivationskicks für jüngere und ältere Mitarbeitende. ■