



Medienmitteilung

So wird betriebliches Gesundheitsmanagement zielführend kommuniziert und umgesetzt

Bern, 31.08.2022. Die diesjährige Nationale Tagung für betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) zeigte, wie wichtig es für Unternehmen ist, BGM-Kommunikation – von den Kommunikationszielen bis zum Wirkungsmanagement – unter die Lupe zu nehmen. Ein gesundes Unternehmen benötigt gesunde Mitarbeitende – und umgekehrt! Dies erweist sich in der heutigen Arbeitswelt als grosse Herausforderung und erfordert einen Kulturwandel, bei dem die Organisationsentwicklung eine zentrale Rolle spielt. An der nationalen BGM-Tagung 2022 wurde die BGM-Kommunikation aus drei Perspektiven beleuchtet: Kulturwandel, Kommunikationskanäle und Employer Branding.

Wie können Unternehmen die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden fördern, indem sie ihr BGM durch gezielte Kommunikation unterstützen? Diese Frage stand im Zentrum der 18. Nationalen BGM-Tagung unter dem Titel «Hörst du mich oder verstehst du mich schon?», die von Gesundheitsförderung Schweiz und ihren Kooperationspartnern Schweizerische Unfallversicherung Suva und Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) organisiert wurde. Über 600 Fachpersonen nahmen an der Tagung im Kursaal in Bern teil.

Interne BGM-Kommunikation – Trends und Strategien für ein zukunftsfähiges Unternehmen

«Es reicht nicht aus, Gutes zu tun, es ist auch wichtig, darüber zu sprechen und dabei möglichst viele mitzunehmen», so [Prof. Dr. Anabel Ternès](#), Keynote-Speakerin und Expertin für Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Zukunftskompetenzen. Anhand von Best-Practice-Beispielen, die auf aktuellen Fakten aus der Forschung sowie eigenen Umfragen basieren, zeigte Anabel Ternès den Teilnehmenden, wie wichtig ein guter Start in die interne BGM-Kommunikation ist, was alles damit erreicht werden kann und welche Fehler zu vermeiden sind. «Ein guter Start heisst Mitarbeitende mitnehmen, von Beginn an. Das kann eine Umfrage sein, die vorausgeht, dazu die Einrichtung einer Steuergruppe, die alle Abteilungen und Verantwortungsbereiche umfasst. Betriebe sollten definitiv nicht einfach ohne Plan starten. BGM-Kommunikation ist erfolgreich, wenn sie mit ihren Methoden und Formaten langfristig geplant, von allen mitgetragen und strategisch oben in der Geschäftsführung verankert ist», führte Anabel Ternès weiter aus.

Dieser praktische Blick in die Zukunft zeigte den Teilnehmenden schliesslich, wie Unternehmen sich mit interner BGM-Kommunikation erfolgreich für die Zukunft positionieren können.

Lohntransparenz als «Gamechanger» – der visionäre Weg der Familie Wiesner Gastronomie

Über den Lohn soll man nicht sprechen, oder doch? Die Transparenz in Unternehmen ist ein Kennzeichen für eine gesunde Unternehmenskultur, die für zufriedeneren, gesünderen und motivierteren Mitarbeitenden sorgt. Manuel Wiesner ([Familie Wiesner Gastronomie](#)) zeigte auf, warum bei Ihnen volle Lohntransparenz herrscht und welchen Nutzen dies mit sich bringt. Jeder Mitarbeitende hat das Recht, nach dem Lohn einer Kollegin oder eines Kollegen zu fragen, jenem des Chefs inklusive. Selbst die Bewerbenden kennen ihren Lohn, bevor sie ihre Bewerbungen hochladen – dank einem firmeneigenen Lohnrechner im Web. Im Gespräch mit Annina Brühwiler von DoDifferent zeigte Manuel Wiesner den Zusammenhang von Lohntransparenz und BGM auf, welche Unternehmenskultur es braucht sowie inwiefern dieser Ansatz die Mitarbeitenden-Zufriedenheit in seinem Unternehmen steigert.

«Die Lohntransparenz sehen wir als ein Puzzle-Teil. Obwohl es schwierig ist, einen wesentlichen direkten Einfluss auf die Mitarbeitenden-Zufriedenheit und Fluktuationsrate zu erkennen, können wir sagen, dass sich das System sehr gut bewährt hat. Die Gastronomie hat derzeit mit einer sehr schwierigen Personalsituation zu kämpfen. Ich weiss von Mitbewerbern an bester Lage, die tagesweise schliessen müssen, weil sie zu wenig Mitarbeitende haben. Das ist uns noch nie passiert», erläuterte Manuel Wiesner.

Ob jetzt vermehrt über den Lohn gesprochen wird? Die Zukunft wird es zeigen!

Employer Branding als Output interner BGM-Kommunikation

[IBI](#), ein KMU mit rund 55 Mitarbeitenden, versorgt seit 1866 die Region Interlaken innovativ mit Energie. [SCHINDLER](#), ein internationaler Konzern, bewegt seit 1874 Menschen und Waren mit schweizweit 2'800 und weltweit 60'000 Mitarbeitenden. Was haben diese beiden Arbeitgebenden gemeinsam? Sie wurden 2021 für ihre Arbeitsplatzattraktivität ausgezeichnet. Helmut Perreten, CEO bei der IBI AG, und Samuel Bissig-Scheiber, Leiter BGM bei der Schindler Aufzüge AG, zeigten, wie sie es u.a. geschafft haben, dass Employer Branding nicht zu reinem Marketing wird. Vorteile und Herausforderungen, vor allem aber Lösungen wurden aufgezeigt. Im Mittelpunkt des Workshops von Schindler stand ihr Projekt «It's our life!» als Praxis-Beispiel – mit einem Comic-Helden als BGM-Kommunikator und Kulturentwickler.

Polit-Talk

Was braucht es, um im Homeoffice gesund zu bleiben? Dies ist ein brennendes Thema, bereits wurden mehrere Vorstösse im Parlament eingereicht. [Manuela Weichelt](#), Nationalrätin und Mitglied der Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit des Nationalrats und [Michèle Blöchlinger](#), Regierungsrätin, ehemalige Gesundheits- und Sozialdirektorin und heutige Finanzdirektorin des Kantons Nidwalden, diskutierten Vor- und Nachteile von immer mehr Homeoffice. Vieles deutet darauf hin, dass auch nach der Pandemie Homeoffice vermehrt genutzt wird. Denn Homeoffice ermöglicht es den Mitarbeitenden zum Beispiel, ihr Privatleben besser mit dem Berufsleben zu vereinbaren. Aus Unternehmenssicht sind die erhöhte Produktivität, die verbesserte Attraktivität des Arbeitsplatzes und die möglicherweise geringeren Miet- und Nebenkosten gute Argumente für Homeoffice. Während es einfacher ist, Privat- und Berufsleben zu vereinbaren, ist es schwieriger, zwischen beiden zu unterscheiden. *«Homeoffice hat wie alles im Leben seine Vor- und Nachteile, sowohl für die Arbeitnehmenden als auch für die Arbeitgebenden. Die Erhaltung der physischen und psychischen Gesundheit im Homeoffice ist nicht zu unterschätzen,»* erklärte Manuela Weichelt. *«Es ist eine Herausforderung, die Pausen- und Ruhezeiten zu Hause einzuhalten, einen ergonomischen Arbeitsplatz einzurichten und genügend Bewegung zu haben.»* Michèle Blöchlinger ergänzt: *«Die Arbeitszeiten können im Homeoffice flexibler gestaltet werden und unproduktive Arbeitswege fallen weg. Wichtig ist die Erreichbarkeit und ein regelmässiger Austausch mit dem Team und den Vorgesetzten. Vertrauen zwischen Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden ist die Basis für funktionierende Telearbeit.»*

Die 18. Nationale BGM-Tagung war ein voller Erfolg oder wie es Thomas Mattig, Direktor der Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz formulierte: *«Nach zwei Jahren war es wunderbar, alle wieder vor Ort zu sehen und zusammen auf das BGM anzustossen. Die BGM-Tagung ist DER Anlass im Jahr, wo sich die BGM-Community austauschen kann. Inhaltlich haben mir u.a. die Erfahrungsberichte aus der Praxis, beispielsweise jener der Familie Wiesner Gastronomie, gezeigt, wie wichtig es ist, dass Mitarbeitende nicht nur Ziele und Strategien kennen und verstehen, sondern dass auch die Transparenz gerade in Lohnfragen zu einer gesunden Unternehmenskultur und zu motivierteren Mitarbeitenden beitragen kann.»*

Das detaillierte Programm, die Präsentationen und Videos der einzelnen Wortbeiträge sind auf der Website der BGM-Tagung abrufbar: www.bgm-tagung.ch.

Weitere Informationen

Für weitere Auskünfte oder Fragen steht Ihnen die Medienstelle von Gesundheitsförderung Schweiz per E-Mail medien@gesundheitsfoerderung.ch zur Verfügung.

Gesundheitsförderung Schweiz

Gesundheitsförderung Schweiz ist eine Stiftung, die von Kantonen und Versicherern getragen wird. Mit gesetzlichem Auftrag initiiert, koordiniert und evaluiert sie Massnahmen zur Förderung der Gesundheit und zur Verhütung von Krankheiten (Krankenversicherungsgesetz, Art. 19). Die Stiftung unterliegt der Kontrolle des Bundes. Oberstes Entscheidungsorgan ist der Stiftungsrat. Die Geschäftsstelle besteht aus Büros in Bern und Lausanne. Jede Person in der Schweiz leistet einen monatlichen Beitrag von 40 Rappen zugunsten von Gesundheitsförderung Schweiz, der von den Krankenversicherern eingezogen wird.

www.gesundheitsfoerderung.ch