

„Richtige“ Kommunikation entscheidet



Männlich, weiblich, Führungskraft, im Teilzeit- oder Vollzeit-arbeitsverhältnis, Lehre oder Verwaltung – eine derart heterogene Zielgruppe stellt eine große Herausforderung für das betriebliche Gesundheitsmanagement dar.

Die von Agilität und Flexibilität geprägte Arbeitswelt 4.0 macht es für die Mitarbeiterkommunikation nicht immer einfach. Alle sollen den gleichen Informationsstand und damit Zugang zu den Angeboten der betrieblichen Gesundheitsförderung (BGF) erhalten und die Rahmenbedingungen von Angeboten sind so zu gestalten, dass sie für alle gleichermaßen erreichbar und nutzbar sind. „Das gilt nicht nur für Bewegungskurse oder andere Präsenzangebote, sondern vor allem auch für die Kommuni-

kation der Maßnahmen. Schließlich wollen wir mit unseren Angeboten sehr viele Mitarbeitende erreichen und das erfordert neue Wege,“ erklärt Julia Unger, MSc, BGF-Projektleiterin der FH JOANNEUM.

Personas im Einsatz

An den drei Standorten sind Lösungen für 726 Beschäftigte und 1.021 Lehrebeauftragte gefragt. Als Hauptzielgruppen haben sich Frauen mit und ohne Kinder in Teilzeitarbeitsverhältnissen, eine Gruppe von aktiven

Konsumenten von BGF-Angeboten und männliche Führungskräfte herausgestellt. Für jede dieser Gruppen wurden sogenannte „Personas“ erstellt, das sind Prototypen, die als Stellvertreter dieser Nutzergruppen fungieren. Anhand dieser Vertreter werden für jede Gruppe maßgeschneiderte Angebote und Kommunikationswege erarbeitet. Für Frauen in Teilzeitarbeitsverhältnissen sind das zum Beispiel,

Personas haben sich für eine attraktive, ansprechende Kommunikation von betrieblichem Gesundheitsmanagement als ein hilfreiches Instrument herausgestellt.

wohnortnahe Sportangebote. „Ein wesentliches Ergebnis war, dass die Kommunikation über BGF-Maßnahmen entscheidend ist. Sie muss so ansprechend sein, dass sie motivierend wirkt und die Belegschaft überzeugt, die Angebote auch wahrzunehmen,“ sagt Unger und erklärt weiter: „Zielgruppengerecht zu kommunizieren klingt einfach, erfordert in der Umsetzung viel Detailwissen, um auch erfolgreich zu sein“, resümiert Unger. Künftig werden Angebote erforderlich sein, die flexibel auf die unterschiedlichen Arbeitswelten der Belegschaft eingehen müssen – direkt am Arbeitsplatz, in der Umgebung der Standorte oder wohnortnah. ■

© FAWP/PELJ/ISTOCK

FGÖ-Förderschwerpunkte „BGF in der Arbeitswelt 4.0“

Antragssteller/in	Unternehmen (gewinnorientiert oder gemeinnützig) österreichweit
Branche	branchenübergreifend
Betriebsgröße	Klein-, Mittel- oder Großbetrieb
Setting	Betrieb mit BGF in der Nachhaltigkeit
Projektlaufzeit	Zwischen 12 und 24 Monate
Einreichung	jederzeit laufend möglich über FGÖ-Projektguide
Inhaltlicher Fokus	Zeitgemäße BGF-Ansätze in der Arbeitswelt 4.0 unter Aspekten der Digitalisierung, fairer Gesundheitschancen sowie Gesundheitskompetenz
Methodischer Fokus	Nach den Prinzipien der Luxemburger Deklaration und den Qualitätskriterien des Österreichischen Netzwerks BGF
Fördermöglichkeit	Max. EUR 25.000,- pro antragstellendem Betrieb
Link für weitere Informationen	https://fgoe.org/nachhaltigkeitsprojekte_bgf