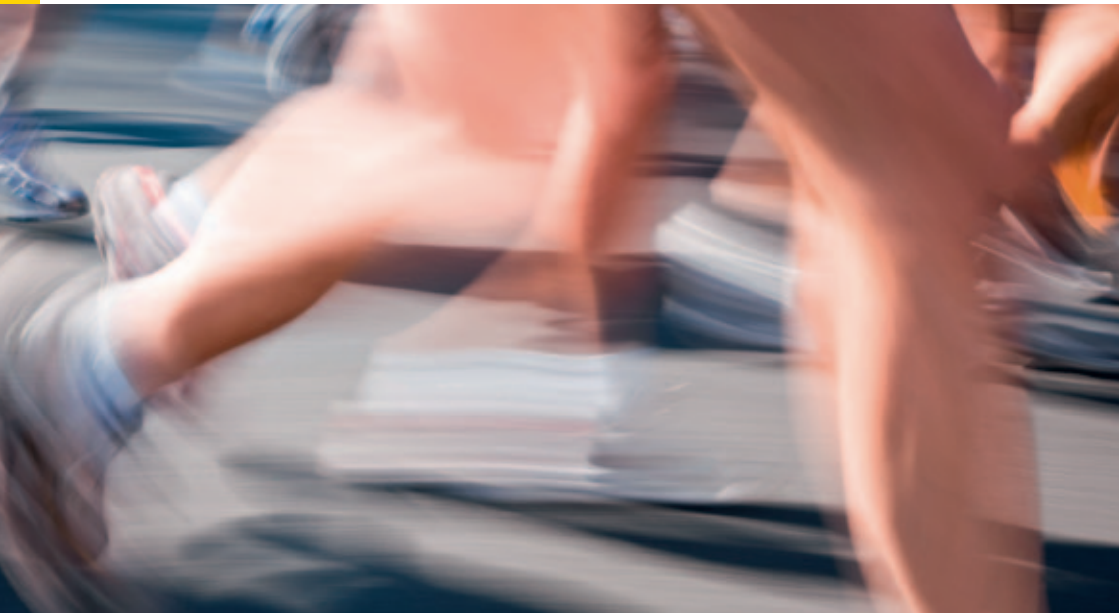


Betriebssport in kleinen und mittleren Unternehmen ein-, durch- und weiterführen

**Praxiserfahrungen aus einem iga-Modellprojekt
und Checklisten für Betriebe**



Mark Raebrecht, Bettina Wollesen, Klaus Mattes

**Betriebssport in kleinen und mittleren
Unternehmen ein-, durch- und weiterführen**
Praxiserfahrungen aus einem iga-Modellprojekt
und Checklisten für Betriebe

Mark Raebricht, Bettina Wollesen, Klaus Mattes

Inhaltsverzeichnis

Zum Handlungsleitfaden	5
Der Hintergrund	5
Betriebssport für Ihr Unternehmen: Darum lohnt es sich.	6
So können Sie ein Betriebssportprogramm in Ihrem Unternehmen organisieren.	8
Bewegungsscout	8
Eckdaten des Angebots und der Finanzierung	8
Zusammenarbeit mit einem externen Anbieter	9
Durchführung mit eigenen Mitarbeitern	9
Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen	10
Analyse des Bedarfs und der Wünsche	11
Planung der konkreten Aktivitäten	11
Kommunikation und Marketing	12
Realistische Ziele setzen und bei der Durchführung „dran bleiben“	13
Erfolgskontrolle und Nachhaltigkeit	13
Erfolgreiche Praxisbeispiele für die Bewerbung	14
Informations- und Motivationsveranstaltung im Betrieb	14
Gesundheitstag im Betrieb	14
Kombination von Arbeitsschutz, Gesundheitsförderung und Betriebssport	16
Versicherungsschutz beim Betriebssport	17
Checkliste zur Einführung von Betriebssport	19

Zum Handlungsleitfaden

Dieser Handlungsleitfaden richtet sich an alle Unternehmen, die Betriebssport anbieten möchten. Vielleicht beginnen Sie gerade mit Ihrem Projektvorhaben? Oder Sie haben bereits erste Schritte zur Einführung von Betriebssport in Ihrem Unternehmen unternommen? In welcher Phase der Umsetzung Sie sich auch befinden, der Handlungsleitfaden gibt Ihnen eine Orientierung bei der Etablierung von Betriebssportangeboten in Ihrem Betrieb und unterstützt die notwendigen Schritte mit Checklisten.

Auf den folgenden Seiten erläutern wir, welche Teilschritte wichtig sind, um ein Betriebssportprogramm nachhaltig zu implementieren. Wir machen deutlich, warum es sinnvoll ist, ein Betriebssportprogramm anzubieten, was getan werden muss, aber auch welche Herausforderungen und Schwierigkeiten die Einführung von Betriebssport in kleinen und mittleren Unternehmen birgt.

Berücksichtigt werden in diesem Leitfaden unter anderem Erkenntnisse aus einem iga-Projekt, in dem modellhaft erprobt wurde, wie ein unternehmensübergreifendes Betriebssportangebot geschaffen werden kann. Im Fokus dieses Teils der Broschüre stehen dabei die speziellen Anforderungen und Bedürfnisse kleiner und mittlerer Unternehmen.

Der Hintergrund

Das iga-Projekt „Modellversuch Betriebssport für kleine und mittlere Unternehmen“ konnte zeigen, dass bei Arbeitnehmern grundsätzlich ein großes Interesse für betriebssportliche Aktivitäten besteht. Dies ergab eine Befragung von über 600 Mitarbeitern in 24 Betrieben. Die Befragung erfolgte während der Arbeitszeit und wurde von den Unternehmensführungen durchweg unterstützt. Etwa drei Viertel der Befragten äußerten Interesse, an einem nach ihren Wünschen konzipierten Betriebssportprogramm teilzunehmen.

Wegen der überaus positiven Resonanz und der Ergebnisse dieser Bedarfsbestimmung gab es wenig Grund, an den hohen erwarteten Teilnehmerzahlen der Betriebssportangebote zu zweifeln. Das extra erstellte Angebot umfasste ca. 80 Kurse von zwölf Anbietern der Modellregion und wurde zudem nach den Bedürfnissen der Befragten (Ort, Zeit und Inhalte der Programme) konzipiert. Dennoch war die letztendliche Teilnehmerzahl wenig zufriedenstellend.

Als Reaktion hierauf wurden drei verschiedene Zugangswege entwickelt, die einen größeren Teil der Beschäftigten motivieren konnten. Zudem wurden viele Erfahrungen gewonnen, welche Ansätze in kleinen und mittleren Unternehmen funktionieren und welche Voraussetzungen für das erfolgreiche Gewinnen von Mitarbeitern für den Betriebssport gegeben sein müssen. Diese wollen wir Ihnen mit diesem Leitfaden näher bringen.

Betriebssport für Ihr Unternehmen: Darum lohnt es sich.

Den Anforderungen des heutigen Arbeitslebens bis zur Rente gerecht zu werden – das funktioniert in der Regel nur, wenn die Arbeit gut gestaltet ist und die Beschäftigten ihrerseits ihre Leistungsfähigkeit zum Beispiel durch Bewegung und gesunde Ernährung erhalten. Das Unternehmen ist dabei ein guter Ort, um Arbeitnehmer mit Sportangeboten zu erreichen. So kann für diese ein zusätzlicher Weg zum Sportverein oder Fitnessstudio entfallen. Sportliche Mitarbeiter können eine Motivation zur Teilnahme für andere sein, die sich bislang in ihrer Freizeit wenig bewegen. Und neben der körperlichen und seelischen Fitness der Mitarbeiter wird das Betriebsklima positiv beeinflusst. Denn ein Miteinander beim Sport führt häufig zu einem Gefühl der Gemeinsamkeit und einer höheren Identifikation der

Ihre Vorteile durch Betriebssport:

- Steigerung von Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter
- positive Beeinflussung von Muskel-Skelett- und Herz-Kreislauf-System sowie psychischer Gesundheit
- langfristiger Erhalt der Leistungsfähigkeit der Belegschaft
- besseres Betriebsklima und stärkere Identifikation mit dem Unternehmen
- Positionierung als attraktiver Arbeitgeber



Mitarbeiter mit dem Unternehmen. Nicht umsonst binden viele Großunternehmen ihre Betriebssportangebote unter dem Namen „Corporate Activity“ in Corporate-Identity-Strategien mit ein.

Ein wichtiges Element von Betriebssportangeboten ist Bewegung, deren Wirksamkeit sich laut einer Zusammenstellung von Übersichtsstudien (siehe iga-Report 13) zeigt. Sie steigert die allgemeine Gesundheit und das Wohlbefinden, lässt die Anzahl der Muskel-Skelett- und Herz-Kreislauf-Erkrankungen sinken und stärkt auch die psychische Gesundheit.

Mit dem Angebot von Betriebssport (möglichst in Kombination mit Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung) fördern Sie die Arbeitsfähigkeit Ihrer Mitarbeiter. Dies ist auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und den damit verbundenen alternden Belegschaften sowie dem Fachkräftemangel wichtig. Betriebssport ist darüber hinaus ein positives Aushängeschild für Ihr Unternehmen und zeigt, dass Sie als Arbeitgeber an der Gesundheit Ihrer Mitarbeiter interessiert sind. Das steigert die Attraktivität Ihres Unternehmens für neue Mitarbeiter.

Aus dem iga-Report 13:

„Für Programme zur Steigerung der physischen Belastbarkeit, Verbesserung der Beweglichkeit und Erhöhung der Fitness von Beschäftigten liegen von allen in den gesichteten Arbeiten evaluierten Interventionsformen die deutlichsten Wirksamkeitsnachweise vor. Wie aus den Reviews hervorgeht, lassen sich mit Hilfe von Bewegung sowohl Fehlzeiten infolge von Muskel-Skelett-Erkrankungen reduzieren als auch deren Inzidenz [Anzahl der Neuerkrankungen] und Prävalenz [Anzahl der Erkrankungen in einer Gruppe] senken.“

So können Sie ein Betriebssportprogramm in Ihrem Unternehmen organisieren.

Bevor es losgeht, müssen Sie sich sicher sein, dass Sie Betriebssport anbieten wollen. Der Wille muss da sein, Ihre Mitarbeiter – langfristig – in Bewegung zu bringen. Dabei dürfen Sie nicht aus den Augen verlieren, dass Sie nicht das ganze Unternehmen mit Betriebssportangeboten erreichen werden. Manche stehen dem Sport so fern, dass sie nie damit anfangen oder erst über lange Zeit motiviert werden müssen, andere möchten ihren Sport lieber außerhalb des Betriebs ausüben. Die Teilnahme an den Betriebssportangeboten kann nur auf freiwilliger Basis erfolgen. Außerdem sollten Sie und/oder Ihre Führungskräfte mit gutem Beispiel vorangehen, da dies Ihre Mitarbeiter bei der Teilnahme bestärkt. Denn die dauerhafte Motivierung möglichst vieler Ihrer Mitarbeiter stellt eine der größten Herausforderungen für ein erfolgreiches Betriebssportangebot dar.

Bewegungsscout

Benennen Sie einen „Bewegungsscout“, das heißt einen Verantwortlichen, der das Angebot im Unternehmen koordiniert, bewirbt und weiterentwickelt – auch über einen längeren Zeitraum hinweg. Der Bewegungsscout sollte innerhalb der Belegschaft gut integriert sein. Er muss hinter dem Betriebssportangebot stehen, bei der Umsetzung mit gutem Beispiel vorangehen und auch Kollegen persönlich ansprechen. Der Bewegungsscout sollte immer selbst aktiv sein und diese Aufgabe freiwillig übernehmen. Der Arbeitsumfang wird je nach Größe des Unternehmens und dem geplanten Programm sehr unterschiedlich sein. Je nach-

dem muss ein bestimmter Teil der Arbeitszeit beim Bewegungsscout für diese Aufgabe eingeplant werden.

Eckdaten des Angebots und der Finanzierung

Die Eckdaten des Angebots und der finanzielle Rahmen sollten gemeinsam von Unternehmensleitung und Bewegungsscout festgelegt werden. Dabei gilt es zu berücksichtigen, wie viele Mitarbeiter das Unternehmen hat, in welchem Umfang Betriebssport angeboten werden soll und wie das Angebot erfolgen soll: durch einen externen Anbieter, durch eigene Mitarbeiter in eigenen Räumlichkeiten oder in der Nähe und/oder gemeinsam mit anderen Unternehmen aus der Umgebung.

Zudem sollte vorab bestimmt werden, wie die Finanzierung der Angebote erfolgen soll. Werden die Kosten durch die Mitarbeiter allein getragen oder gibt es Anreize oder Zuzahlungen durch den Betrieb? Hilfreich ist es, wenn Sie Anreize schaffen, indem Sie einen Teil der Kosten übernehmen. Um dem Eindruck entgegenzuwirken, dass etwas nichts wert ist, was nichts kostet, sollten Ihre Mitarbeiter jedoch einen kleinen Anteil als Eigenleistung erbringen. Dabei kann es sinnvoll sein, Ihrerseits den Zuschuss nur bei regelmäßiger Teilnahme zu gewähren.

Wenn Sie die Kosten für Betriebssportangebote für Ihre Mitarbeiter ganz oder teilweise übernehmen, werden diese Leistungen in der Regel als Arbeitslohn eingeordnet und stellen grund-

sätzlich einen geldwerten Vorteil für Ihre Mitarbeiter dar. Es gibt jedoch Ausnahmen. Erkundigen Sie sich bei Ihrem Steuerberater, wie die konkreten Angebote eingeschätzt werden und ob gegebenenfalls die Möglichkeit der Nutzung der monatlichen 44-Euro-Freigrenze bei Sachbezügen besteht.

Einige Unternehmen verlängern die Mittagspause um eine viertel oder halbe Stunde, um Betriebssportangebote in dieser Zeit zu ermöglichen. Auf diese Weise wird die Maßnahme durch das Unternehmen finanziell unterstützt und gleichzeitig deutlich gemacht, dass die gesundheitlich ausgerichteten Aktivitäten der Mitarbeiter wichtig sind.

Zusammenarbeit mit einem externen Anbieter

Wenn Sie mit einem externen Anbieter (zum Beispiel einem Fitnessstudio, Physiotherapeuten, Sportverein etc.) zusammenarbeiten wollen, ist es wichtig, jemanden zu finden, mit dem flexible, günstige und auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Möglichkeiten erarbeitet werden können. Die Flexibilität zeigt sich zum Beispiel darin, dass der Anbieter seine Angebote auf die Belastungen und Beanspruchungen Ihrer Beschäftigten anpassen kann, welche Möglichkeiten er zur Finanzierung entwickelt, ob er bereit ist, bei Informationsveranstaltungen oder Gesundheitstagen in Ihrem Betrieb die Angebote zu bewerben und ob er bei Erreichen einer festgelegten Teilnehmerzahl etwa zusätzliche Angebote oder Kurszeiten ermöglicht.

Der Anbieter sollte zudem in der Nähe Ihres Unternehmens angesiedelt sein oder, wenn Sie die entsprechenden Räumlichkeiten haben, direkt ins Unternehmen kommen. Ihr An-



sprechpartner beim Anbieter sollte dann bei den nächsten Projektschritten mit eingebunden werden, da er ein Interesse am Gelingen der neu eingeführten Angebote hat und Sie während des gesamten Prozesses beraten und unterstützen kann. Wichtig ist, dass für Ihre Mitarbeiter nicht der Eindruck entsteht, dass der externe Anbieter (etwa ein Fitnessstudio) in erster Linie Mitgliederwerbung betreibt und ausschließlich kommerzielle Ziele verfolgt.

Durchführung mit eigenen Mitarbeitern

Die Durchführung kann auch (teilweise) durch Ihre Mitarbeiter selbst erfolgen. Das kann die Kosten des Betriebssports reduzieren. Die Mitarbeiter sollten dann aber entsprechend ausgebildet sein, zum Beispiel einen Trainerschein besitzen. Einzuplanen sind hier gegebenenfalls Weiterbildungen der betriebseigenen Trainer.

Besonders leicht anzubieten, sind Sportarten wie Laufen oder Walken, bei denen keine zusätzlichen Räumlichkeiten notwendig sind. Vielleicht möchten Sie sich ja selbst auch engagieren, zum Beispiel als neuer Leiter eines Laufangebots in Ihrem Unternehmen.

Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen

Nicht jeder Betrieb ist groß genug, um allein ein geeignetes Betriebssportangebot zu initiieren. In dem Fall ist es hilfreich, wenn Sie in Ihrer Umgebung weitere kleinere Betriebe kennen, die ebenfalls sportliche Aktivitäten beginnen wollen oder schon anbieten. Sollten Sie über keine persönlichen Kontakte verfügen, sind die Gewerbe- oder Unternehmerverbände gute Ansprechpartner.

Auch die Sportanbieter können Sie bei der Suche sicherlich unterstützen. So wäre es denkbar, dass diese günstigere Kurszeiten anbieten können, weil sich die Mitarbeiter mehrerer Unternehmen zu einem Kurs zusammenfinden. Allerdings sollten Sie dann den Versicherungsschutz durch die Berufsgenossenschaft prüfen lassen (siehe eigenes Kapitel, Seite 15).

Unterstützung durch Krankenkassen und Unfallversicherungsträger

Die Krankenkassen unterstützen die Unternehmen und die Beschäftigten durch Präventionskurse und Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung. Dazu haben diese einen Leitfaden entwickelt, der genau regelt, welche Maßnahmen finanziert werden können und welche Qualitätskriterien diese erfüllen müssen. Die Maßnahmen zum Beispiel im Bereich der Bewegung, der Ernährung oder der Stressbewältigung können zum einen den ersten Schritt einleiten, die Mitarbeiter für das Thema zu sensibilisieren und zu motivieren, so dass eine Grundlage für eine längerfristige Betriebssportaktivität entstehen kann. Zum anderen können beispielsweise Ernährungsangebote eine sinnvolle Ergänzung zu bestehenden Betriebssportaktivitäten sein. Die Maßnahmen der Krankenkassen haben einen aktivierenden Charakter. Eine dauerhafte Finanzierung von Angeboten, das heißt auch von Betriebssportangeboten, ist nicht vorgesehen.

Die Maßnahmen des GKV-Leitfadens Prävention können auch durch den Arbeitgeber gefördert werden und sind nach § 3 Nr. 34 Einkommensteuergesetz bis zu einem Betrag von 500 Euro steuerfrei. Bei arbeitgeberfinanzierten primärpräventiven und gesundheitsförderlichen Leistungen wird auf eine zeitliche Befristung von Maßnahmen verzichtet. Über die Inhalte der Maßnahmen der Krankenkassen in der Prävention und Gesundheitsförderung können Sie sich im Leitfaden Prävention (www.gkv-spitzenverband.de) oder bei den Krankenkassen informieren.

Die Träger der Unfallversicherung (Berufsgenossenschaften und Unfallkassen) können Ihren Betrieb durch Beratung und Information, beispielsweise zu geeigneten Maßnahmen, unterstützen. Darüber hinaus stellen sie den Versicherungsschutz, wenn der Betriebssport bestimmte Kriterien berücksichtigt (siehe eigenes Kapitel, Seite 15)

Analyse des Bedarfs und der Wünsche

Hilfreich für eine strategische Ausrichtung des Programms kann vorab eine Analyse der Fehlzeiten der Belegschaft sein. Zudem sollte erfasst werden, welche Belastungen, Beanspruchungen und Gefährdungen vorliegen.

Günstig ist die Abstimmung mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit, dem betreuenden Betriebsarzt und eventuell der Aufsichtsperson der Berufsgenossenschaft oder Unfallkasse und ebenso mit den Fachleuten bei den Krankenkassen. Sie können Anregungen geben, um die Maßnahmen auf die Belastungen und Beanspruchungen aus der Arbeit abzustimmen.

Im Rahmen einer Mitarbeiterbefragung oder einer Mitarbeiterversammlung sollte dann erfasst werden, inwieweit die Beschäftigten schon sportlich aktiv sind oder waren, ob und wie sie Betriebssport nutzen würden. Dies ist wichtig für die Konzeption des Angebots und um Zugang zu den Mitarbeitern oder Anknüpfungspunkte an die sportliche Vergangenheit zu finden. Zugleich können Sie Ihre Mitarbeiter auf das neue Vorhaben aufmerksam machen und Ihre bisherigen Planungen darlegen.



Das wollen Ihre Mitarbeiter (voraussichtlich):

- Aktivitäten in der (Betriebssport-) Gruppe
- etwas für ihre Gesundheit tun
- sich fit und leistungsfähig fühlen
- ein übersichtliches Angebot bzw. Hilfe bei der Suche nach einem geeigneten Angebot
- Vernetzung mit den Kollegen
- gegebenenfalls finanzielle Unterstützung

Fragen Sie am besten nach!

Planung der konkreten Aktivitäten

Planen Sie eine überschaubare Anzahl von Angeboten, die den Wünschen der Mehrheit entsprechen. Bei den Angeboten sollte außerdem berücksichtigt werden, dass mit Gruppenangeboten eher dem Gedanken des klassischen Betriebssports entsprochen wird, da Aktivitäten mit den Kollegen motivierender sind und nebenbei den innerbetrieblichen Zusammenhalt fördern. Dies ist vor allem dann wichtig, wenn das Angebot mit anderen Unternehmen gemeinsam geplant wird.

Auch wenn der Gedanke an ein frei geräumtes Büro erst einmal nahe liegt oder der Weg zum Sportanbieter nicht allzu weit scheint, überlegen Sie, ob es sich wirklich um die geeigneten Räumlichkeiten handelt (Mehr Empfehlungen zur Konzeption von Angeboten und Örtlichkeiten finden Sie im *iga-Report 15*).

Die Beschäftigten sollten auch über die Befragung oder die Mitarbeiterversammlung hinaus immer wieder in die Planung mit einbezogen werden, sei es in Form einer Arbeitsgruppe oder in persönlichen Gesprächen. Gemeinsam kann erörtert werden, was wann angeboten werden soll, wie das Sportprogramm in den (Arbeits-)Alltag passt und welche Hürden beseitigt werden müssen. Dies sichert eine hohe Akzeptanz. Dabei sollten insbesondere Personen berücksichtigt werden, die für Sportangebote schwer zu erreichen sind (gegebenenfalls sind das Schichtarbeiter, mobile Beschäftigte, ältere Beschäftigte, erziehende oder pflegende Mitarbeiter oder Arbeitnehmer mit Migrationshintergrund).

Schichtarbeitern könnten zum Beispiel in Anlehnung an ihren Schichtplan oder vor jeder Schicht kleine Bewegungsangebote ermöglicht werden. Die Aktivierung der Mitarbeiter durch sportlich aktive Führungskräfte sollte ebenfalls berücksichtigt werden, so können betreffende Personen bereits vorab zu ihrer Teilnahme angesprochen werden.

Die Einführung eines Betriebssportprogramms kann eigenständig erfolgen oder der Auftakt zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement sein. Betriebliches Gesundheitsmanagement ist allerdings mehr als Betriebssport allein. Es umfasst zum Beispiel die Analyse mit Gesundheitsberichten, aber auch Mitarbeiterbefragungen, die Verbesserung der Arbeitsorganisation, des Arbeitsplatzes, Schulungen für Führungskräfte und Mitarbeiter, aber auch gesunde Ernährung oder Präventionsmaßnahmen zu Stress oder Sucht.

Lassen Sie sich von Ihrem Anbieter ein Kurscurriculum erstellen, das den vorhandenen Beanspruchungen entgegenwirkt. Das stellt zum einen sicher, dass verschiedene Trainer des Anbieters die gleichen Inhalte von gleichmäßiger Qualität anbieten. Zum anderen können diese Informationen für die Motivierung der Beschäftigten eingesetzt werden, indem der konkrete Nutzen vermittelt werden kann.

Kommunikation und Marketing

Der Start des Betriebssports sollte allen Mitarbeitern kommuniziert werden, nicht nur elektronisch oder per Aushang, sondern möglichst persönlich bei einer Informationsveranstaltung, bei Arbeitsplatzbegehungen oder auf einem Gesundheitstag. Wichtig ist, dass die Führungskräfte die positiven Effekte von Betriebssport genauso kennen wie die Mitarbeiter und möglichst sogar als Vorbilder wirken. Nutzen Sie das nächste Betriebsfest, um Ihr Vorhaben wirklich allen Mitarbeitern bekannt zu machen und für eine positive Wahrnehmung zu sorgen. So wird nochmals für alle deutlich, dass Sie hinter dem Projekt stehen und für Ihre Mitarbeiter etwas tun wollen. Drei Varianten, wie für Betriebssport motiviert werden kann, finden Sie auf Seite 12-13.



Realistische Ziele setzen und bei der Durchführung „dran bleiben“

Erwarten Sie zum Start Ihrer neuen Angebote nicht zu viel. Die Aktivierung möglichst vieler Mitarbeiter erfordert ein gewisses Maß an Beharrlichkeit. Der Bewegungsscout oder sportlich aktive Beschäftigte können mit ihren Kollegen im Gespräch bleiben und anregen, zumindest für eine Probestunde an einem Angebot teilzunehmen. Der Bewegungsscout kann helfen, das richtige Angebot für den Mitarbeiter zu finden. Gleichzeitig können stetig die gesundheitlichen Vorteile von ausreichend Bewegung in Beruf und Freizeit betont werden, um so eine positive „Betroffenheit“ und die Grundlage für eine regelmäßige Teilnahme an einem Angebot zu schaffen. Auch der Betriebsarzt kann seine Gespräche zur Thematisierung des Bewegungsverhaltens der Mitarbeiter nutzen.



Erfolgskontrolle und Nachhaltigkeit

Natürlich sollte auch eine Erfolgskontrolle berücksichtigt werden. Hierzu gehören zum Beispiel die langfristigen Teilnehmerzahlen, Zufriedenheit und Akzeptanz sowie mittelfristig die Höhe der Arbeitsunfähigkeitstage. Die Teilnehmerzahlen sollten in regelmäßigen kurzen Abständen (zum Beispiel nach der fünften, zehnten, 20. Woche nach dem Start) evaluiert werden. Auf dieser Basis können die Kurse in Zeit und Ausrichtung an den Bedarf angepasst werden. Die Fehlzeiten lassen sich unaufwendig überprüfen und liefern bei entsprechendem Erfolg motivierende Argumente für das Fortführen oder Erweitern des An-

gebots. Sie sollten jedoch nie der einzige Erfolgsindikator sein, da sie von vielen Faktoren abhängen.

Mögliche Probleme können bei der nächsten Bedarfsbestimmung oder in Gesprächen thematisiert werden und in die erneute Planung und Durchführung einfließen. Der Bewegungsscout sollte mit den internen Trainern oder dem Anbieter regelmäßig Kontakt aufnehmen. Darüber hinaus sollte er etwa bei Sitzungen oder in den internen und externen Unternehmensmedien berichten.

Erfolgreiche Praxisbeispiele für die Bewerbung

Informations- und Motivationsveranstaltung im Betrieb

Eine Informations- und Motivationsveranstaltung ermöglicht es, in persönlicher Form das Sportprogramm, die Möglichkeiten zur Teilnahme sowie die Finanzierung vorzustellen. Im Idealfall treffen hier die Trainer und Teilnehmer bereits das erste Mal aufeinander. Die Vorbereitung und Durchführung sollte deshalb mit dem Bewegungsscout und dem Anbieter und/oder den Trainern erfolgen. Auch eine Führungskraft sollte anwesend sein und als Vorbild wirken. Einzuplanen ist eine halbe bis etwa eine Stunde, wenn möglich während der Arbeitszeit.

Zu einer Motivationsveranstaltung werden voraussichtlich nur die Mitarbeiter erscheinen, die Interesse an Betriebssportangeboten haben. Die Mitarbeiter lernen andere Sportinteressierte kennen, können sich vernetzen und eventuell sogar eine Betriebssportgruppe bilden. So entsteht bei der Veranstaltung eine positive Atmosphäre, die zusätzlich hilft, die Hürden für eine Teilnahme abzubauen.

Die Eckpunkte werden den Interessierten in einem circa 15- bis 30-minütigen Vortrag zielgruppengerecht vorgestellt. Der Vortrag sollte dabei zum einen den betriebsspezifischen Sportbedarf (zum Beispiel Ergebnisse aus der Mitarbeiterbefragung) und zum anderen Strategien beinhalten, wie man innere Hürden beseitigen kann. Neben dem genauen Angebot können auch mögliche Gratifikationen und Anreize ausgelobt werden.

Im Anschluss an den Vortrag werden Fragen beantwortet und möglichst individuelle Empfehlungen für einen Kurs gegeben. So können Unsicherheiten wegen der richtigen Auswahl eines Kurses beseitigt werden. Um die motivierende Stimmung zu nutzen, liegen bereits Formulare für eine konkrete Anmeldung zu einem Sportangebot vor. Niedriger ist die Schwelle bei der Anmeldung, wenn auch unverbindliche Probestunden möglich sind.

Gesundheitstag im Betrieb

Ein Gesundheitstag im Betrieb kann ebenfalls als Impuls für die Teilnahme am Sportprogramm genutzt werden. Dieser Tag sollte für die Mitarbeiter zum Erlebnis werden und verschiedene Themen rund um Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz und darüber hinaus präsentieren.

Wenn ein neues Betriebssportprogramm eingeführt wird, aber auch wenn dies schon länger angeboten wird, kann mit verschiedenen Aktivitäten darauf aufmerksam gemacht werden. So kann die positive Wirkung von Bewegung etwa im Zusammenhang mit Gewicht und Ernährung, Stressbewältigung und Entspannung oder bei der Prävention von Muskel-Skelett-Erkrankungen herausgestellt werden. Beispielsweise kann ein Bewegungsparcour, in dem arbeitsplatzspezifische Bewegungen und Belastungen spielerisch abgebildet sind, den Mitarbeitern verdeutlichen, wie verschiedene Körperhaltungen auf den Organismus wirken und „Aha-Erlebnisse“ für die Körperwahrneh-

mung liefern. So können sie die Notwendigkeit für gesundheitlich ausgerichtete Bewegungsformen noch besser verstehen und am eigenen Körper erfahren.

Der Bewegungsscout und möglichst eine Führungskraft sollten auch hier, zum Beispiel mit einem Stand oder Vortrag, vertreten sein, um einen Überblick über das Angebot und die Kosten zu geben. Gleichzeitig müssen die internen oder externen Trainer vor Ort sein, um sich und ihre Kurse – am besten als Schnupperangebot – vorzustellen. Auch hier gilt wieder, dass die sofortige Anmeldung für Kurse oder Probetermine möglich sein sollte.

Ein Gesundheitstag ist im Vergleich zur Informationsveranstaltung mit einem größeren personellen, zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden. So sollten bei der Vorbereitung die Geschäftsführung, der betreuende Betriebsarzt, die Fachkraft für Arbeitssicherheit, die Arbeitnehmervertretung und die Personalabteilung eingebunden sein und sich fachübergreifend für die Gesundheit der Mitarbeiter einsetzen.

Darüber hinaus können interessante Angebote von Dienstleistern vor Ort vorgestellt werden,

zum Beispiel Sportlehrern oder Physiotherapeuten, die einen Muskelfunktionstest durchführen und so in diesem ersten Schritt Empfehlungen für die Auswahl des richtigen Betriebsportangebotes geben. Relativ leicht umzusetzen, sind Nordic Walking oder ein Kurs zur Rückenfitness. Zusätzlich empfehlenswert sind Vorträge zu Fragen der Ernährung und eine persönliche Ernährungsberatung. Außerdem können beim Betriebsarzt zur eigenen Informationsdaten zu Körpergewicht, Blutdruck sowie Körperfett erhoben werden. Die Beschäftigten können dann anhand dieser Basisdaten mittel- und langfristig den Erfolg ihrer sportlichen Betätigung nachvollziehen.

Für einen externen Betriebssportanbieter gilt bei einem Gesundheitstag besonders, dass er in der Lage sein muss, die spezifischen Probleme der Arbeitnehmer und ihrer Arbeitsplatzbedingungen in Form von Ausgleichsübungen in die Kurscurricula zu integrieren. Wenn diese Voraussetzungen erfüllt sind, ergeben sich im Laufe des Tages Momente großer „Zugänglichkeit“ für die entsprechenden Themen. Durch Ausprobieren, Teamaufgaben oder kleine Tests zur Überprüfung der Leistungsfähigkeit kann die Motivation zur Aufnahme einer Aktivität geschaffen werden.



Kombination von Arbeitsschutz, Gesundheitsförderung und Betriebssport

Ein weiterer Zugangsweg erfolgt über die Anknüpfung eines Betriebssportprogramms an gesetzlich vorgeschriebene Inhalte des Arbeitsschutzes. Im Rahmen eines Projektes an der Universität Hamburg wurde das Konzept BASE entwickelt, erprobt und evaluiert. Dieses Konzept bezieht die Mitarbeiter beim Arbeitsschutz und der Gesundheitsförderung mit ein. Dabei steht BASE für folgende Inhalte:

- B = Bedarfsbestimmung
- A = Arbeitsplatzgestaltung
- S = Schulung des Bewegungsverhaltens und -bewusstseins
- E = Eigenverantwortung und Selbstwirksamkeit

Die Mitarbeiter werden direkt an ihrem Arbeitsplatz aufgesucht und erhalten dort Schulungen zum Beispiel zu den Themen Arbeitsschutz oder Ergonomie im Umfang von sechs bis zehn circa halbstündigen Einheiten. In diesem Konzept wird zunächst über das konkrete Erlebnis die Motivationsgrundlage zur Aufnahme des theoretischen Hintergrunds gelegt, um einen besseren Zugang zu den Mitarbeitern zu erhalten. Es wird im Rahmen der Schulung ein konkreter Bezug zum Arbeitsplatz und dessen individuellem Anforderungsprofil hergestellt und gemeinsam mit dem Mitarbeiter reflektiert.

Das Betriebssportprogramm kann zu verschiedenen Zeitpunkten thematisiert werden, zum Beispiel beim Verweis auf Ausgleichsübungen, die arbeitsplatzbedingte Belastungen reduzieren können.

Positiver Effekt ist, dass beispielsweise über die Analyse von Büroarbeitsplätzen der Bedarf für einen Rückenfitnesskurs am Arbeitsplatz entsteht. Wird dieses Angebot dann genutzt, kann häufig der Wunsch nach weiterführenden Aktivitäten beobachtet werden, denn neue Erfahrungen machen neues Verhalten möglich. Die Teilnehmer werden so animiert, mehrmals pro Woche aktiv zu sein.

Da in den Betrieben das Thema Arbeitsschutz per Gesetz eindeutig geregelt ist, kann durch die Zusammenarbeit mit den zuständigen Unfallversicherungsträgern das Thema Betriebssport aus dem Fokus des Gesundheitsschutzes am Arbeitsplatz heraus an den Mitarbeiter herangetragen werden.

Für diesen Ansatz sollte ein geeigneter Anbieter mit diesem oder einem ähnlichen Konzept gefunden werden. Darüber hinaus sollte Kontakt mit den jeweilig zuständigen Berufsgenossenschaften und Unfallkassen oder mit der zuständigen Fachkraft für Arbeitssicherheit aufgenommen werden. Diese müssen über das Vorhaben sowie über den Zugangsweg informiert werden.

Versicherungsschutz beim Betriebssport

Die Sportausübung muss im Wesentlichen dem Interesse des Betriebes dienen. Versicherungsschutz besteht, wenn folgende in ständiger Rechtsprechung des Bundessozialgerichtes aufgestellten Kriterien erfüllt sind:

Ausgleichssport – ohne Wettkampf

Die sportliche Aktivität dient dem Ausgleich einseitiger körperlicher, geistiger oder seelischer Belastungen des Arbeitsalltags. Bei einem Firmenfußballturnier oder einer Betriebssportliga herrscht in der Regel Wettkampfcharakter vor, so dass der Unfallversicherungsschutz nicht besteht.

Regelmäßigkeit

Um einen tatsächlichen Ausgleich zu Alltagsbelastungen zu schaffen, muss der Sport regelmäßig stattfinden. Die Grenze ist bei einem Mal pro Monat festgelegt, um einen rechtlichen Anspruch auf Versicherungsschutz aufrecht zu erhalten. Sportarten, wie zum Beispiel

Skifahren oder Eislaufen, die auf bestimmte Jahreszeiten beschränkt sind, müssen dann innerhalb ihrer Saison regelmäßig ausgeübt werden.

Fester Teilnehmerkreis

Der Teilnehmerkreis muss sich im Wesentlichen auf Beschäftigte des eigenen Unternehmens beschränken. Diese Voraussetzung ist auch erfüllt, wenn sich mehrere kleinere Betriebsportgemeinschaften aus verschiedenen Unternehmen zu überbetrieblichen Sportgruppen zusammenschließen.

Zeitlicher Bezug zur Arbeitszeit

Übungszeit und -dauer müssen in einem dem Ausgleichszweck entsprechenden Zusammenhang mit der betrieblichen Tätigkeit stehen. Ein zeitlicher und örtlicher Bezug zu der regulären versicherten Tätigkeit fehlt zum Beispiel bei einer mehrtägigen Skiausfahrt.





Unternehmensbezogene Organisation

Der Betriebssport muss auf Initiative des Unternehmens organisiert werden, damit sich das Angebot von normalen Vereinsaktivitäten abgrenzt. Kriterien für eine unternehmensbezogene Organisation sind zum Beispiel das Bereitstellen von Sportgeräten und Räumlichkeiten sowie das Mitwirken eines betriebsangehörigen Trainers. Auch eine finanzielle Unterstützung des Unternehmens ist ein Merkmal der unternehmensbezogenen Organisation. Eine Laufgruppe, die von einzelnen Mitarbeitern organisiert wird, ist beispielsweise nicht versichert.

Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrem zuständigen Unfallversicherungsträger. Diesen sollten Sie auch kontaktieren, wenn Sie überbetriebliche Sportgruppen bilden wollen, sich an den Angeboten von anderen Unternehmen beteiligen oder Ihr Angebot für andere Betriebe öffnen möchten, da dies gegebenenfalls Auswirkungen auf den Schutz der gesetzlichen Unfallversicherung hat.

Checkliste zur Einführung von Betriebssport

Nr.	Arbeitsschritt	Ja	Nein	Anmerkungen
Vorab				
1	Das Vorhaben, Betriebssport anzubieten, wird von der Unternehmensleitung angeregt oder unterstützt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Bewegungsscout				
2	Es gibt einen Bewegungsscout (zuständiger Mitarbeiter des Unternehmens).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
3	Der Bewegungsscout erhält von anderen für Sicherheit und Gesundheit zuständigen Verantwortlichen im Unternehmen Unterstützung (zum Beispiel Betriebsarzt, Fachkraft für Arbeitssicherheit, Arbeitskreis Gesundheit oder ähnliche).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
4	Ein Teil der Arbeitszeit kann für Betriebssport aufgewendet werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
5	Der Bewegungsscout erhält im Rahmen des Projekts bestimmte Kompetenzen (zum Beispiel Verwaltung der Finanzmittel).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Eckdaten des Angebots und der Finanzierung				
6	Es wurde entschieden, ob das Angebot intern mit Mitarbeitern und/oder mit einem externen Anbieter durchgeführt werden soll.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
7	Es wurde entschieden, ob Betriebssport allein oder gemeinsam mit anderen Unternehmen angeboten werden soll.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
8	Es wurde entschieden, ob die Angebote im Unternehmen und/oder außerhalb angeboten werden sollen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Arbeitsschritt	Ja	Nein	Anmerkungen
9	Die Größe des vorhandenen Budgets ist von der Unternehmensleitung festgelegt worden und dem Bewegungsscout bekannt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
10	Es wurde festgelegt, wie sich die Finanzierung der Angebote prinzipiell gestalten soll (Zuschuss des Unternehmens).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11	Es wurde festgelegt, ob weitere Anreize geschaffen werden können (Verlängerung der Mittagspause, Bewegung während der Arbeitszeit oder ähnliches).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Zusammenarbeit mit einem externen Anbieter				
I	Es sind geeignete Anbieter oder Kooperationen vorhanden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
II	Der Anbieter ist für die Mitarbeiter gut und in kurzer Zeit zu erreichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
III	Der Anbieter ist bereit, spezielle Angebote für die Mitarbeiter zu schaffen und die Bedürfnisse der Mitarbeiter zum Beispiel hinsichtlich der Zeiten zu berücksichtigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
IV	Der Anbieter ist bereit, bei der Bedarfsanalyse und der Konzeption mit- bzw. zusammenzuarbeiten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
V	Der Anbieter ist bereit, neue Finanzierungsmodelle zu entwickeln.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
VI	Der Anbieter ist bereit, die Angebote im Unternehmen zu bewerben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Durchführung mit eigenen Mitarbeitern				
I	Es gibt sportlich interessierte Mitarbeiter, die als Trainer fungieren würden, und diese sind ausgebildet (Trainerschein).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Arbeitsschritt	Ja	Nein	Anmerkungen
II	Es gibt im Unternehmen entsprechende Räumlichkeiten oder eine geeignete Umgebung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen				
I	Es gibt Unternehmen in der Umgebung, die kooperieren (Kontaktanbahnung zum Beispiel über Kammern, Innungen, Unternehmensverbände).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
II	Diese haben bereits Betriebssport eingeführt, dort ist eine Beteiligung möglich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
III	Wenn Betriebssport gemeinsam mit anderen Betrieben eingeführt werden soll, wurden die Eckdaten des Angebots und der Finanzierung gemeinsam mit den anderen Unternehmen entwickelt bzw. abgestimmt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Analyse des Bedarfs und der Wünsche				
12	Es gibt eine Analyse der Fehlzeiten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
13	Es werden interne und externe Vergleichsdaten (Jahresverlauf/Vergleich mit anderen Unternehmen/Dienststellen) verwendet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
14	Es gibt eine Aufstellung, welchen Belastungen, Beanspruchungen oder Gefährdungen entgegengewirkt werden soll (sitzende Tätigkeit oder ähnliches).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
15	Die Empfehlungen des Betriebsarztes, der Fachkraft für Arbeitssicherheit und weiterer Experten (zum Beispiel Aufsichtspersonen, Berater der Krankenkassen) zu einem sinnvollen Bewegungsprogramm wurden eingeholt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Arbeitsschritt	Ja	Nein	Anmerkungen
16	Eine Mitarbeiterbefragung zu Bedarf, Kursen, Zeiten und gegebenenfalls auch Hürden ist erfolgt (möglichst per Umfrage, aber auch per Interviews, Mitarbeiterversammlung und andere) und Empfehlungen wurden zusammengestellt (vorab die Zustimmung des Betriebsrats einholen).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Planung der konkreten Aktivitäten				
17	Anhand des Bedarfs und der Wünsche sind messbare, realistische Ziele für den gesundheitlich ausgerichteten Betriebssport ausformuliert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
18	Ein überschaubares Angebot, das die Wünsche der Mitarbeiter berücksichtigt, wurde zusammengestellt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
19	Die Empfehlungen der Experten zu Belastungen, Beanspruchungen und Gefährdungen wurden berücksichtigt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
20	Die Bedürfnisse aller Beschäftigtengruppen wurden berücksichtigt (Schichtarbeiter, ältere Beschäftigte etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
21	Bei der Konzeption der Angebote wurden (einzelne) Mitarbeiter einbezogen (zum Beispiel in einer Arbeitsgruppe).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
22	Bei der Planung der Angebote wurden Führungskräfte hinsichtlich der eigenen Beteiligung angesprochen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
23	Es gibt Gruppenangebote, die gemeinsam von den Mitarbeitern besucht werden können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
24	Es sind geeignete Räumlichkeiten bestimmt worden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
25	Die notwendigen Materialien (Geräte, Matten oder ähnliches) sind verfügbar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Arbeitsschritt	Ja	Nein	Anmerkungen
26	Für die jeweiligen Maßnahmen wurden materielle und gegebenenfalls personelle Ressourcen zur Verfügung gestellt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
27	Es gibt eine vollständige Konzeptbeschreibung/Curriculum der Maßnahmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
28	Informationen über Möglichkeiten der Bezuschussung sind eingeholt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
29	Ein Finanzierungsmodell wurde (mit dem externen Anbieter) entwickelt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
30	Der Eigenanteil für die Mitarbeiter ist benannt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
31	Die Möglichkeiten des einkommenssteuerfreien Angebots von Leistungen zur Gesundheitsförderung sind dem Unternehmen bekannt (§ 3 Nr. 34 EStG), ggf. hat eine steuerrechtliche Beratung stattgefunden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
32	Der gesetzliche Versicherungsschutz wurde geprüft und – wenn notwendig – eine Zusatzversicherung abgeschlossen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
33	Es wird ein ausreichend langer Planungshorizont abgesteckt, der berücksichtigt, dass stabile Verhaltensänderungen ausreichend Zeit (mindestens zwölf Monate) benötigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Kommunikation und Marketing				
34	Es wurde eine möglichst persönliche Variante der Bewerbung ausgewählt (Betriebsfest, Mitarbeiterversammlung, Informationsveranstaltung, Gesundheitstag, direkte Ansprache etc).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
35	Die „Werbeveranstaltung“ kann während der Arbeitszeit stattfinden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Arbeitsschritt	Ja	Nein	Anmerkungen
36	Die Geschäftsführung ist anwesend und unterstützt das Projekt (Vortrag oder ähnliches).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
37	Es gibt einen motivierenden Teil bei der „Werbeveranstaltung“.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
38	Der externe Anbieter oder die Trainer stellen das Angebot vor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
39	Die Mitarbeiter werden über die Kostenbeteiligung informiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
40	Es gibt Schnupperangebote vor Ort.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
41	Die Anmeldung zu Probetrainings ist möglich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
42	Es werden keine komplizierten, möglicherweise abschreckenden Begrifflichkeiten verwendet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
43	Es werden Aktivitäten eingebunden, die „Aha-Erlebnisse“ auslösen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
44	Die Ansprache der Mitarbeiter erfolgt nicht nur zu Beginn des Angebots, sondern wiederholt über einen längeren Zeitraum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
45	Kommunikation und Marketing werden kontinuierlich weiterentwickelt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Durchführung				
46	Die Mitarbeiter sind über den Sinn und die Ziele des Kurses oder der konkreten Maßnahme informiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Arbeitsschritt	Ja	Nein	Anmerkungen
47	Der Bewegungsscout tauscht sich regelmäßig mit dem externen Anbieter oder den Trainern aus und ist im Gespräch mit den aktiven und noch nicht aktiven Kollegen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
48	Die Geschäftsführung und die Mitarbeiter werden regelmäßig vom Bewegungsscout über Aktuelles aus dem Betriebssport informiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
49	Es ist den Mitarbeitern jederzeit möglich, eine Aktivität im Rahmen des Programms zu beginnen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
50	Die Kriterien für das Bestehen des Versicherungsschutzes werden berücksichtigt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Erfolgskontrolle und Nachhaltigkeit				
51	Laufende Sportangebote, ihre Erfolge und Probleme werden dokumentiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
52	Die formulierten Ziele werden verfolgt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
53	Notwendige Anpassungen des Angebots werden vorgenommen (Sportangebote, Beginn der Maßnahmen etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
54	Es werden regelmäßig materielle und finanzielle Ressourcen/Budgets für diese Aktivitäten bereitgestellt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
55	Der Betriebssport ist im Unternehmensleitbild verankert und/oder Bestandteil im Einarbeitungskonzept neuer Mitarbeiter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
56	Fort- und Weiterbildungsangebote zum Thema des gesundheitlich ausgerichteten Betriebsports für den Bewegungsscout oder die internen Trainer sind vorhanden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Arbeitsschritt	Ja	Nein	Anmerkungen
57	Es gibt einen regelmäßigen überbetrieblichen Erfahrungsaustausch mit anderen Betriebs-sportgruppen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Andere Ideen/Sonstiges

Impressum

HERAUSGEBER

BKK Bundesverband
Kronprinzenstraße 6, 45128 Essen

Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV)
Mittelstraße 51, 10117 Berlin

AOK-Bundesverband
Rosenthaler Straße 31, 10178 Berlin

Verband der Ersatzkassen e. V. (vdek)
Askanischer Platz 1, 10963 Berlin

AUTOREN

Mark Raebricht, Bettina Wollesen, Klaus Mattes,
Universität Hamburg

GESTALTUNG

tk-kommunikation, Dresden

FOTOS

Fotolia (rcaucino, Robert Kneschke, reflektastudios,
Pete Saloutos, lightpoet), Digitalstock (M. Berg)

DRUCK

Saxoprint GmbH

INITIATIVE GESUNDHEIT UND ARBEIT

Internet: www.iga-info.de

E-Mail: projektteam@iga-info.de

1. Auflage März 2012

iga-Veröffentlichungen können in kleiner Stückzahl
kostenlos über projektteam@iga-info.de bezogen
werden.

© BKK BV, DGUV, AOK-BV, vdek 2012