



Volltreffer

Bernd Kliebisch und ein neues Konzept für die betriebliche Gesundheitsförderung (BGF)

Betriebliche Gesundheitsförderung und Prävention lohnen sich für Unternehmen und Beschäftigte. Die Frage, an der sich viele Fitnessclubs aber schon seit Jahren die Zähne ausbeißen, lautet: Wie können sie daraus einen wirtschaftlichen Nutzen ziehen. Mit diesem Thema hat sich

Bernd Kliebisch, erfolgreicher Geschäftsmann aus Schwelm, beschäftigt, ein neues Konzept entwickelt und erfolgreich getestet. Bodymedia stellt es vor.

Vielseitiger Unternehmer

Bernd Kliebisch ist seit 1984 in der Gesundheitsbranche tätig. Er ist geschäftsführender Gesellschafter des Ambulanten Reha-Zentrums „Medifit GmbH Schwelm“, Gesellschafter wei-

terer Therapieeinrichtungen an Krankenhäusern in Wuppertal und Hagen, 1. Vorsitzender des „Reha- u. Gesundheitssport Schwelm e.V.“ sowie Inhaber des Sport- u. Gesundheitszentrums „Sports Up XXL“ in Schwelm. Doch er ist nicht nur ein erfolgreicher Geschäftsmann, sondern ständig bemüht, Ideen und Konzepte für mehr Umsätze in den Fitnessclubs zu entwickeln. Dabei ist ihm schon so mancher Treffer geglückt. Schon in der Ausgabe 04/2005 der Bodymedia stellten wir den umtriebigen Unternehmer mit seinem damaligen „Erfolgs- und Geld zurück Garantie“-Konzept unseren Leser vor.

Der seit 1995 auch als Berater tätige Kliebisch hat sich seit rund einem Jahr verstärkt mit dem Thema betriebliche Gesundheitsförderung auseinandergesetzt und dabei ein Konzept entwickelt, das mittlerweile schon in 80 Clubs bundesweit mit Erfolg umgesetzt wird. „Mein Ziel ist es, dass bis 2009 über 600 Clubs in Deutschland davon partizipieren können“, so Kliebisch, der aber auch einräumt, dass nicht jeder Club die Qualität hat, sein Konzept umzusetzen. „Wer TÜV und/oder Prae-fit zertifiziert ist, hat auf jeden Fall schon einmal gute Voraussetzungen“, so Kliebisch, der davon ausgeht, dass es maximal ca. 20 % der Clubs sein werden, die für sein Konzept in Frage kommen.

Die Analyse

Kliebisch stellte in seiner eigenen Fitnessanlage fest, dass es immer schwerer und teurer wird, neue Mitglieder zu akquirieren. „Im Durchschnitt gewinnen wir im Jahr rund 600 neue Mitglieder, für die ich im Marketing-Budget 50.000 Euro veranschlage“, so Kliebisch gegenüber Bodymedia. Das bedeute, dass ihn jedes Neu-Mitglied umgerechnet 83,- Euro kostet. Unterm Strich erzielt er aber pro Jahr nur ein Wachstum von 100 Mitgliedern, weshalb sich die Kosten pro Neu-Mitglied in Wirklichkeit auf 500,- Euro pro Neu-Mitglied summieren.

Auf der Suche nach neuen Potentialen unterteilte er diejenigen, denen Fitness und Gesundheit einen Nutzen bringen würden, in drei Gruppen:

1. alle Menschen;
2. den Krankenkassen;
3. den Unternehmen.

Dass Fitness und Gesundheit allen Menschen zugute kommen, ist keine neue Erkenntnis und bildet die Grundlage für jede Marketingaktion der Clubs. Die Verbindung zu den Krankenkassen wird durch die § 20 sowie 43 und 44 SGB geknüpft. Blicke also noch das große Feld „Firmenfitness“, das bestellt werden könnte. Bisher, so konstatiert Kliebisch, wurden Firmenfitnessangebote in der Regel über Rabatte eingestuft. Doch zum einen erreicht man nur die Mitarbeiter, die sich ohnehin in ihrer Freizeit sportlich betätigen, zum anderen auch nur eine Responsequote von 5 bis 8 % in den Betrieben.

Und genau da setzt das BGF-Konzept von Kliebisch an. Er garantiert den Unternehmen, dass mindestens 30% der Mitarbeiter dauerhaft aktiv werden. Dieses wiederum wird sich positiv in den Krankheitsausfalltabellen niederschlagen.

Kompetenzteam

Damit sein Konzept auch wirklich auf solider Basis konzipiert werden konnte, hatte er zunächst ein großes Kompetenzteam gebildet. U.a. wurden die Meinungen von Betriebsräten, Geschäftsführern, Werksärzten, Wirtschaftsprüfern, Dipl. Psychologen, Ernährungsberatern, Sozialarbeitern oder aber auch Sportlehrern eingeholt. „Nur wenn es uns gelingt, die Entscheider der Unternehmen von unserer Arbeit zu überzeugen und auch die Nachhaltigkeit von Fitness zu beweisen, werden wir dauerhaft die Unternehmen als Partner bzw. Kunden gewinnen können“, lautet Kliebisch' Devise. Und: „Mit dem Petziball in der Kantine werden wir die Menschen nicht zum Sport animieren.“

Ablauf und Umsetzung des BGF-Konzeptes

Das BGF nach Kliebisch gliedert sich in vier Schritte auf:

1. Unternehmensanalyse
2. Firmeninternes Marketing, interne Kommunikation
 - Infotage, Gesundheitschecks, Body-Age, etc.
 - Ansprechpartner für Mitarbeiter
 - Bedarfsanalyse für MA
3. Integration eines jeden MA in die betriebliche Gesundheitsförderung
4. Controlling (z.B. durch „Sports Up® Prevent“ System)

„Die Umsetzung des Konzeptes ist Chefsache“, erklärt Bernd Kliebisch. Von seinem Auftreten und der Art und Weise, die richtigen Ansprechpartner im Unternehmen für das BGF zu begeistern, hängt es ab, ob es zum Abschluss einer Vereinbarung kommt.

Um den Clubs den größtmöglichen Support zu bieten, wurde beim BGF an alles gedacht:

- Anschreiben BR/GL
- Handout für Firmen
- PowerPoint-Präsentation Betriebsversammlung



FACTORING & SERVICES

Wir übernehmen:

Monatliche Vorfinanzierung Ihrer Beiträge

Lastschriftinzug

Zahlungsüberwachung

Mahnwesen

Inkasso

ABRECHNUNGSSTELLE FÜR PRÄVENTION

debifact
Factoring GmbH & Co. KG

Zollstr. 11 42103 Wuppertal
Fon: 0202 4304060
Fax: 0202 43040700

e-mail: info@debifact.de
internet: www.debifact.de

Konzept

		Wirtschaftlichkeitsberechnung Betriebliche Gesundheitsförderung			
Firma : Musterfirma			Firmensitz : Wuppertal		
Kerndaten					
Datum der Berechnung	Anzahl Mitarbeiter	Reguläres Angebot	Firmen-Angebot	Start - Gebühr	mögl. Anz. Teilnehmer
26.08.2008	450	51,90 €	13,80 €	35,00 €	35
				Sonstiges	Kosten
				Karten-/Mailinggebühr	9,00 €
Hinweis: Steuer- und Sozialversicherungs-Freiheit bei Beträgen bis max. € 44,- monatl. Gilt als Betriebsausgabe zum Bruttowert für den Arbeitgeber					
1. Kosten pro Arbeitstag			2. Krankheitskosten		
		MA einzeln	MA gesamt		
Bruttolohn Ø monatl.		2.800,00 €	1.260.000,00 €	Krankheitstage Ø jährlich	12
Rentenversicherung	9,75	273,00 €		Gesamtkosten	2.203,69 €
Krankenversicherung	6,5	182,00 €		Reduzierung der Krankheitstage	10 %
Pflegeversicherung	0,85	23,80 €		jährlich	1,2 Tage
Arbeitslosenversicherung	3,25	91,00 €		Kostensparnis jährlich	220,57 €
Arbeitgeberanteil	20,35	569,80 €			99.255,96 €
Gesamtkosten Arbeitgeber		3.369,80 €	1.516.410,00 €		
Gehaltszahlungen pro Jahr		12			
Jahreskosten brutto pro MA		48.437,50 €	18.194.910,00 €		
Urlaubstage pro Jahr		28			
Feiertage pro Jahr		11			
Tage anwesend pro Jahr		220			
Gesamtkosten pro Arbeitstag		183,81 €	82.713,38 €		
			3. Wirtschaftlichkeit BGF		
			Betriebsausgabe vor Steuer		Monatl. Kosten
			abzügl. 35 % betriebl. Steuern		gesamt jährlich
			Gesamtaufwand		6.210,00 €
			Bei Kostenersparnis von 10 %		2.173,50 €
			Überschuss bei 10 %		4.036,50 €
					8.271,33 €
					99.255,96 €
					4.234,83 €
					50.817,96 €
Für das erste Jahr in Abzug zu bringen					
			Startgebühr		1.225,00 €
			Sonstiges		4.050,00 €
			Verbesserung der Bilanzsumme um mind.		45.542,96 €

Eine Muster- Wirtschaftlichkeitsberechnung, die jeden Unternehmer überzeugen sollte.

- PowerPoint-Präsentation BR/GL
- Befragungsaktion MA
- Software Kosten-Nutzenrechnung für GL
- Software Evaluierung für die GL
- Aktives Gesundheitsmanagement in Firmen
- Muster Kooperationsverträge
- Muster Handzettel und Aushänge in Betrieben
- Muster Firmen-Gesundheitszeitung
- Umsetzungs-Hotline
- Optional: Vor-Ort-Umsetzung gegen Erfolgshonorar

Ein ganz wichtiges Argument, um die Entscheidungsträger der Unternehmen, also den/die Geschäftsführer, die Mitglieder der Geschäftsleitung oder aber auch Betriebsräte zu überzeugen, ist, dass man durch den Einsatz einer speziellen Software die Nachhaltigkeit der Maßnahmen belegen (Controlling), aber auch mit Zahlenbeispielen den finanziellen Nutzen schnell und übersichtlich aufzeigen kann.

Die Vereinbarung zwischen dem Club und dem Unternehmen beinhaltet im Wesentlichen, dass alle Mitarbeiter kostenlos und zu jeder Zeit die Angebote im Fitnessclub nutzen können. „Bei kostenfreier Mitgliedschaft erreicht man innerhalb einer 24-monatigen

Laufzeit bis zu 50 % der MA zu regelmäßiger bis unregelmäßiger Teilnahme an den Angeboten, wenn zusätzlich spezielle, aktivitätsfördernde Maßnahmen eingebracht werden“, erläutert Kliebisch die Kernaussage des Gesundheitsmanagements. Und dass es dazu kommt, liege allein an dem Club selbst, wie gut er sein Geschäft verstehe.

Eine Bedarfsanalyse und Anamnese, ein sportmedizinischer Gesundheits-Check, individuelle Trainingsplanung u. Motivation, sportliche Aktivität u. Training, zielorientiertes Gesundheits-Coaching sowie die beste Betreuung der Kunden gehören nach Kliebischs Worten genauso zum Standardprogramm einer jeden Anlage wie die Evaluation und das Controlling sowie die selektive Auswertung nach Geschlecht, Alter, Ergebnissen. Die dafür notwendigen Softwareprodukte erhalten die Fitnessclubs innerhalb des Seminarpaketes gratis.

Wenn man das BGF auf den einzelnen Mitarbeiter berechnet, so investiert das Unternehmen nur 13,90 Euro/Monat plus Mehrwertsteuer für jeden Mitarbeiter der Firma, unabhängig von der Anzahl der Teilnehmer und deren Besuchshäufigkeit. Wie viel Gewinn ein

Unternehmen durch die Zusammenarbeit mit einem Fitnessclub erzielen kann, zeigt eine softwaregestützte Wirtschaftlichkeitsberechnung (siehe Grafik) auf. Je nach Größe des Betriebes sieht das Unternehmen auf den ersten Blick, wie viel Kosten es durch die Reduzierung der Krankheitsausfälle einspart. Auf eine Kostenbeteiligung durch Krankenkassen (§ 20 SGB V) wird ausdrücklich verzichtet und dadurch die Umsetzung wesentlich erleichtert.

Fitnessclubs können das BGF-Konzept für einmalig 990,- Euro erwerben. Darin enthalten sind eine Schulung für den Inhaber und leitende Mitarbeiter des Fitnessclubs, sowie die oben aufgelisteten Unterstützungsmaßnahmen. Dazu kommt eine monatliche Lizenzgebühr von 69,- Euro für die Listung und Verlinkung auf der BGF-Homepage, sowie ständige Aktualisierung des Konzeptes. Ein nicht unwesentliches Kriterium, um das BGF einsetzen zu können, ist der Nachweis des Clubs innerhalb der ersten acht Monate, dass er mindestens ein Unternehmen als Partner gefunden hat. Im Fall der Auslastung oder Inaktivität verfällt der Gebietschutz.

„Wir haben mit dem BGF-Konzept seit 2007 acht Unternehmen der Region



"Mens sana in corpore sano": Bernd Kliebisch hat nicht nur ein Konzept für Fitnessclubs entwickelt, sondern sich selbst wieder sportlich neu programmiert. Das imponiert.

geworben, dass bedeutet für uns über 1.500 neue Mitglieder oder eine Umsatzsteigerung von rund 26.000 Euro/Monat", bilanziert Kliebisch und sagt auch, dass er jedem Interessenten die Zahlen offen legt. Abgesehen von den reinen Firmen-Mitarbeitern birgt das Konzept noch weiteres Potential, denn schließlich werden auch Familienmitglieder oder Freunde und Bekannte dazu animiert, einen Fitnessclub zu besuchen. Von den Umsätzen in Profitcentern wie Theke oder Solarien mal ganz zu schweigen.

Fazit

„Betriebliche Gesundheitsförderung ist eine moderne Unternehmensstrategie mit dem Ziel, den Krankheiten am Arbeitsplatz vorzubeugen, Gesundheit zu stärken und das Wohlbefinden der MitarbeiterInnen zu verbessern. Die BGF lohnt sich im gleichen Maße für die Beschäftigten und die Unternehmen. Die Einen möchten gesund bleiben und sich wohl fühlen, die Anderen möch-

ten mit gesunden und leistungsfähigen MitarbeiterInnen im Wettbewerb stehen“, kann man es aus der Powerpoint-Präsentation von Bernd Kliebisch entnehmen. Kliebisch und die BARMER als Kooperationspartner starten hierzu gemeinsam ein bundesweites Vorhaben, mittels Informationsveranstaltungen Entscheidungsträger in Unternehmen zu motivieren, die Gesundheit ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern. In den Informationsveranstaltungen wird das Konzept künftig bundesweit ausführlich den Unternehmen vorgestellt, Erfahrungsberichte präsentiert und die Unternehmen mit den BGF-Fitnessclubs vernetzt. Dies soll den Clubs die Firmenakquise wesentlich erleichtern. In Zeiten, da es für die inhabergeführten Fitnessclubs immer schwerer wird, sich gegenüber den Ketten und Discountern zu behaupten, bietet das BGF-Konzept von Bernd Kliebisch eine vermeintliche sichere und zusätzliche Einnahmequelle.

Torsten Rau

ZEIT IST GELD



**Wir kaufen Ihre ausstehenden
Forderungen
komplett und problemlos**

**Mehr Sicherheit
Weniger Risiko
Mehr Liquidität
Weniger Verwaltung
Mehr Zeit für sich selbst
Weniger Ärger**

**Bitte fordern Sie unsere
kostenlose Info-Broschüre an !**

INKASSO BECKER WUPPERTAL

Hofaue 46 42103 Wuppertal Postfach 130164

Fon 0202 49371-0 Fax 0202 4937179

kontakt@inkassobecker.de

www.inkassobecker.de