



**Betriebliches  
Gesundheitsmanagement  
bei  
Kastner & Öhler  
und  
Gigasport**

In Kooperation mit:



Anita Jurina, 26.09.2019

2019/20

# Wer ist K&Ö und Gigasport?

- Seit 146 Jahren Einzelhandel, Familienbesitz
- Gigasport und Kastner & Öhler
- Flagship in Graz Mode und Sport
- 14 Modefilialen
- 15 Sportfilialen,
- 2 Outlets
- Onlineshop seit 2015
- 1800 Mitarbeiter
- 265 Mio Brutto Umsatz

# Ausgangslage und Ziel:

## BGF & Überführung in ein BGM

### **Zahlreiche Maßnahmen auf der Verhaltensebene:**

„Sportschilling“, Radausflug, Schiausflug, Eishockeyturnier, Volleyballturnier, Yoga Kurse etc

### **Mitarbeiter/innen-Befragung im 2-Jahres Zyklus auf der Verhältnisebene:**

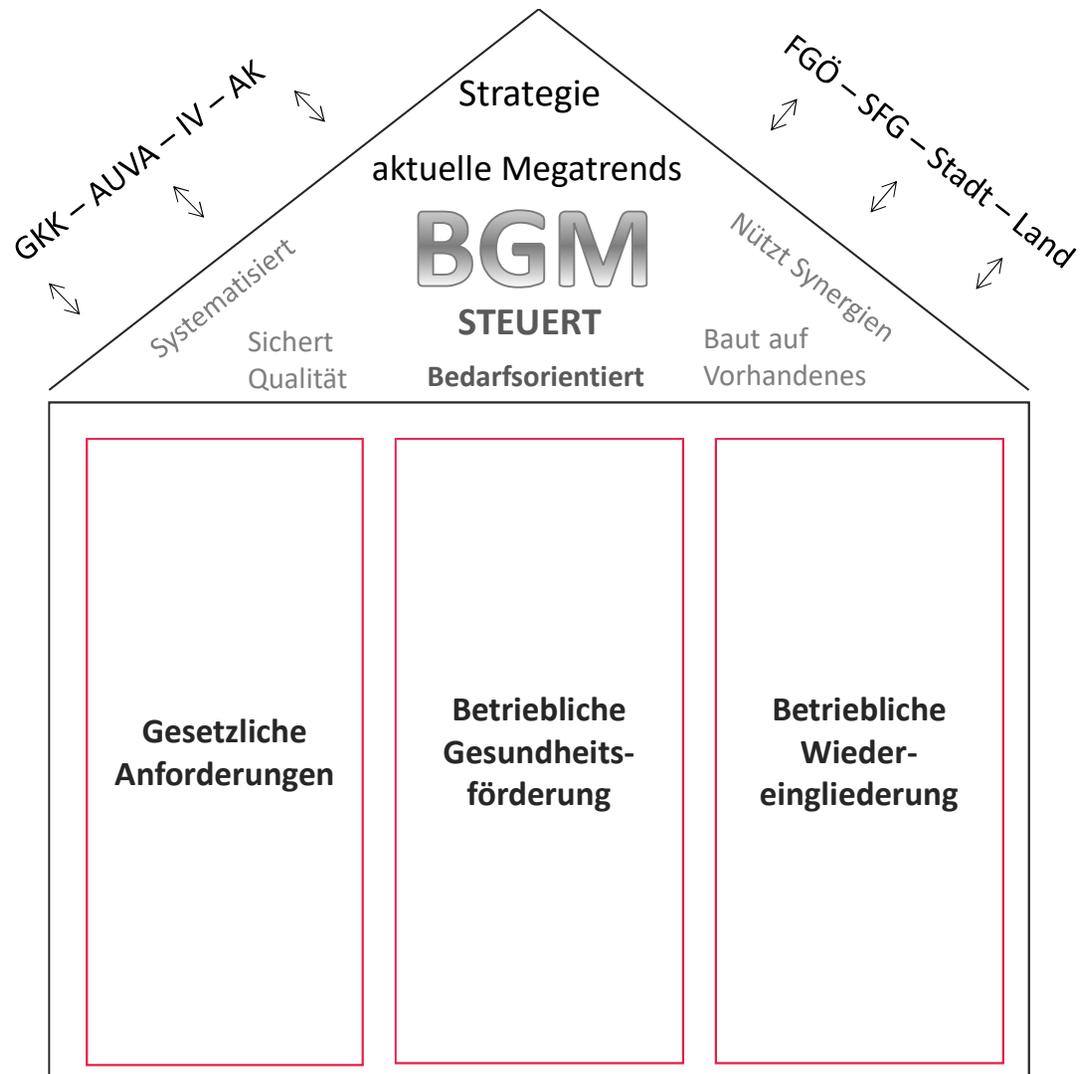
Analyse, persönliche Rückmeldung der Ergebnisse in allen Abteilungen/Standorten, Maßnahmenableitung, Zusammenführung des MAB-Zyklus mit dem APB-Zyklus ab 2014 und damit auch die Beurteilung der Belastungen und Dokumentation von SiGe-Maßnahmen

### **Wiedereingliederung ist für uns selbstverständlich & individuell**

Jede/r Einzelfall wird betrachtet und wir versuchen als Unternehmen einen Rahmen zu schaffen wo alle Mitarbeiter/innen gesund bleiben können bzw. gesund werden können

## Das sagt unser Management: Ziele unseres BGM

- Mitarbeiter/innen ein Arbeitsleben lang gesund erhalten
- Die Mitarbeiterbindung sowie die Identifikation erhöhen
- Sensibilisierung für Gesundheit und Wohlbefinden
- Die Arbeitszufriedenheit und das Engagement unserer Mitarbeiter erhöhen
- Internes und externes Employer branding (Image, Arbeitgeberattraktivität)
- Belastungen reduzieren
- Die Fluktuationsrate reduzieren
- Fehlzeitenreduzierung



## Im Fokus

**Begeisterung**

**Ressourcen**

**Gesundheit ist uns wichtig!**

**Wir stärken die Gemeinschaft!**

**Wir sind mit Begeisterung dabei!**

# Status quo

- Projektantrag von GKK und gesundes Fond Österreich wurde genehmigt
- 5 Projektgruppen haben diverse Schwerpunkte und Vorschläge erarbeitet:

## **1: Marketing – Strategie**

Name, Wording

Laufendes Marketing

Zielgruppen & Bedarfe

Marketingplan

## **2: Nachhaltigkeit**

Wie schaffen wir ein überregionales BGM?

Verantwortliche: Auswahl, Ausbildung, Rolle

Sicherung der Maßnahmenumsetzung

Die richtigen Umsetzungskonzepte

Sicherung der Qualität

## **3: Innovation**

Wie schaffen wir es aktuelle Trends und Innovationen in das BGM zu integrieren

Wie schaffen wir WOW-Momente

## **4: BGM Prozess**

BGM Projekt/Prozessmanagement

Budget

## **5: Gesetzliche Anforderungen**

Was ist Vorhanden / Was ist gut?

Wo gibt es Handlungsfelder?

Was sind die nächsten Schritte?

## Was macht unser BGM-Projekt nachhaltig?

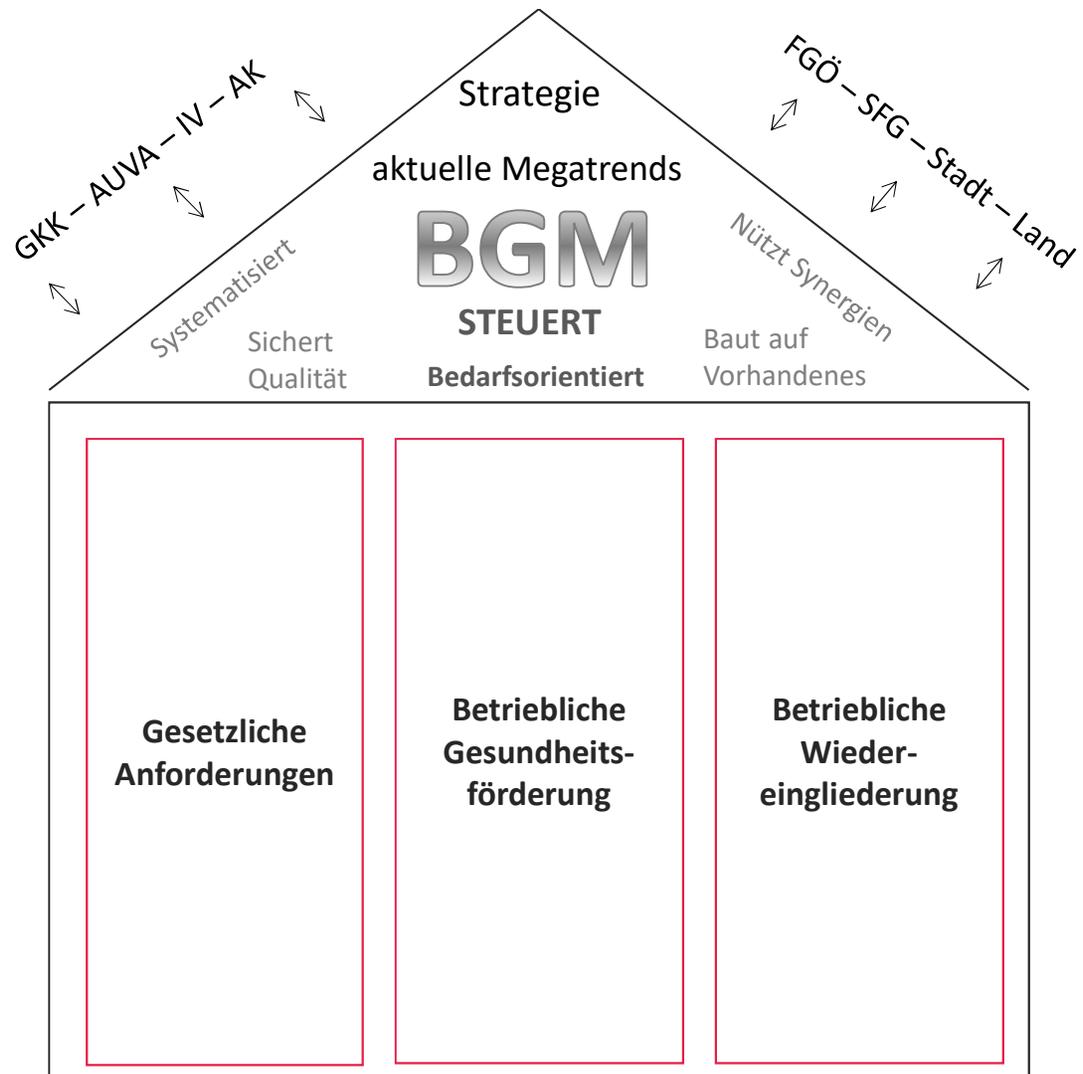
- Klare Verantwortlichkeiten; ein BGM-Team
- Unsere Führungskräfte sind mit an Bord
- Klare Kommunikation und Information an unsere Mitarbeiter/innen
- Laufendes Marketing
- Zielgruppengerechte Maßnahmen
- Bedarfsgerechte Maßnahmen
- Strategisch ausgerichtete Maßnahmen
- Laufend spannende Trends miteinbeziehen
- regionale Maßnahmen und Multiplikatoren/innen

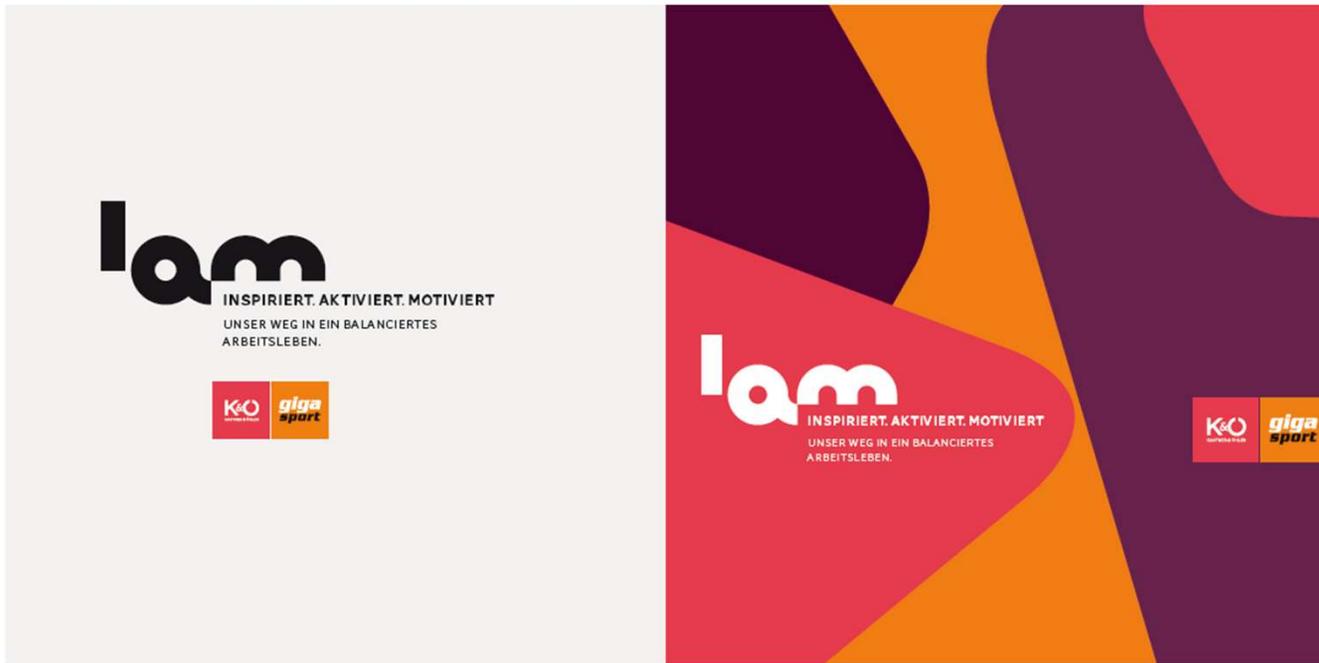
# Maßnahmen aus den Gruppen

**Jede Maßnahme soll auf unseren Fokus wirken!**

Team fördern, Begeisterung hervorrufen, Gesundheit fördern:

- Teamförderndes BGF-Event für alle Standorte (regionale Maßnahmen)
- Smoothiemaker für jede MA-Küche
- Desinfektionsmittel für jeden MA-Aufenthaltsraum
- Grippeimpfung für alle
- Psychologischer „Erste Hilfe“ Kontakt für Mitarbeiter und Führungskraft → Diagnose, Unterstützung
- Kinderbetreuung (Bedarfserhebung wird mit der nächsten Mitarbeiterbefragung durchgeführt)
- Gesundes Führen → Teil des nächsten Kompetenz-Workshops





Vielen Dank!