

Burnout-Prophylaxe als BGM-Konzept

Stress- und Burnout-Workshops als Türöffner für Betriebliches Gesundheitsmanagement



Stressbedingte Erkrankungen nehmen kontinuierlich zu. In den letzten zwei Jahrzehnten hat sich der Anteil der Fehltag aufgrund psychischer Erkrankungen sogar verdreifacht. Während früher die Rückenbeschwerden an erster Stelle standen, verursachen die psychischen Erkrankungen inzwischen die meisten Arbeitsunfähigkeitstage.

Erschwerend kommt hinzu, dass über die voraussichtliche Krankheitsdauer kaum eine Prognose erstellt werden kann. Wird der Mitarbeiter wegen Rückenbeschwerden krankgeschrieben, ist er spätestens in 14 Tagen wieder an seinem Arbeitsplatz. Bei einem Burnout kann das Monate dauern. Sowohl aufgrund der Zunahme der psychischen Krankheiten, als auch der damit verbundenen Planungsunsicherheit, ist die Stress-Thematik bereits jetzt bei vielen Unternehmen in das Betriebliche Gesundheitsmanagement integriert.

Stress- und Burnout-Workshops auf Gesundheitstagen

Damit bietet sich Inhabern eines gesundheitsorientierten Studios eine gute

Möglichkeit für gewinnbringende Kooperationen mit Unternehmen. Denn regelmäßiges Gesundheitstraining ist nach Expertenaussage die mit Abstand beste Stress- und Burnout-Prophylaxe. Um allerdings den Fuß ins Unternehmen zu bekommen, müssen Sie und Ihr Team als kompetenter Ansprechpartner in Sachen Stress- und Burnout-Prävention überzeugen.

Da Unternehmen inzwischen meist gleich von mehreren Studios umworben werden, reichen Werbeprospekte über das Studioangebot nicht aus. Eine sehr gute Möglichkeit, die fachliche Kompetenz zu belegen, bieten spezielle Vorträge zum Thema „Stress reduzieren und Burnout vorbeugen“. Mittlerweile führen selbst kleinere Unternehmen regelmäßig betriebliche Gesundheitstage durch und werden ein solches Angebot dankbar annehmen.

In diesem Vortrag geben Sie zunächst einen kurzen Überblick über das Phänomen Stress. Anschließend zeigen Sie auf, weshalb regelmäßiger Gesundheitssport die optimale Stress-Prophylaxe ist. Das Ganze runden Sie noch mit ein paar einfachen und bewährten Anti-Stress-Techniken für den Alltag ab. Schon haben Sie Belegschaft und Geschäftsleitung überzeugt. Sicher wird nicht jeder Zuhörer anschließend bei Ihnen ein Probetraining absolvieren; aber auf jeden Fall haben Sie für Ihre Fitnessanlage im Vergleich zum Wettbewerber einen deutlichen Kompetenzvorsprung gewonnen.

Vorträge können jedoch häufig nur Impulse setzen. Eine Verhaltensänderung mit entsprechender Nachhaltigkeit ist meist nur über Workshops zu erzielen. Das Okay für die Durchführung eines

3- oder 4-teiligen Workshops werden Sie von der Geschäftsleitung leicht erhalten, wenn Sie im Vortrag überzeugt haben. In diesen mehrteiligen Workshops bauen Sie nicht nur Ihre Kompetenz weiter aus, sondern verweisen immer wieder auf die Vorteile vom Gesundheitssport in Zusammenhang mit Stressbewältigung. Natürlich vertiefen Sie in diesen Workshops auch den persönlichen Bezug zu den Mitarbeitern und erhöhen dadurch das Feedback für ein Probetraining.

Jetzt haben Sie tatsächlich ein Bein im Betrieblichen Gesundheitsmanagement des Unternehmens. Je nach Ausrichtung vereinbaren Sie spezielle Sondermitgliedschaften für die Belegschaft, wobei sich diese Sondervereinbarungen nicht unbedingt nur in einem Preisrabatt auszeichnen müssen. Die oben geschilderte Vorgehensweise hat viele Vorteile. So sind diese Stressmanagement-Workshops natürlich eine gute Werbe-Aktion für Ihre Fitness-Anlage. Gleichzeitig verfügen Sie mit dem Referentenhonorar über eine weitere Einnahmequelle. Eine Marketingstrategie, die nicht nur nichts kostet, sondern zudem auch noch Geld einbringt.

Vernetzt funktioniert es noch besser

Häufig stellt sich noch ein weiterer positiver Aspekt ein. Da in die betrieblichen Gesundheitstage meist eine oder mehrere Krankenkassen einbezogen sind, werden Sie auch von dieser Stelle als kompetenter Fachmann in Bezug auf Burnout-Prävention erlebt. Gerade bei Krankenkassen ist dieses Thema derzeit aktuell und hat die Rückenthematik als Aufhänger für Gesundheitstage bereits abgelöst. Die Chance ist groß, dass Sie künftig nicht nur von der Krankenkasse weiterempfohlen, sondern auch direkt für einzelne Aktionstage gebucht werden. Spätestens jetzt verfügen Sie über ein umfassendes Netzwerk, mit dem Sie Ihre Positionierung als kompetenter Ansprechpartner für Burnout-Prävention kontinuierlich ausbauen.

Wie unschwer zu erkennen ist, hängt der Erfolg jedoch davon ab, ob Sie bzw. Ihre Mitarbeiter im Vortrag und in den Workshops überzeugen können. Wenngleich Ihre Kompetenz als Referent wenig mit der Kompetenz als Trai-



ner zu tun hat, werden die Zuhörer dennoch diesen Rückschluss ziehen. Wenn Sie der Meinung sind, dass das Stress-Thema auch die nächsten Jahre noch aktuell sein wird, dann gehen Sie dieses Thema von Anfang an professionell an.

Burnout-Prävention in der Praxis

Inzwischen haben viele Weiterbildungsinstitute ebenfalls diesen immer größer werdenden Markt erkannt und bieten spezifische Ausbildungen an. Dass sich eine solche Investition lohnt, weiß zum Beispiel Christoph Schimke vom RückenVital-Zentrum Bad Laer: „Mit meiner Ausbildung zum Burnout-PräventionsCoach habe ich mir das erforderliche Know-how angeeignet, um unsere Fitnessanlage in Unternehmen professionell zu präsentieren. Des Weiteren beinhalten die zur Verfügung gestellten Power-Point-Präsentationen zahlreiche Argumente, die zu regelmäßigem Gesundheitssport motivieren und sich deshalb auch für Workshops bei den bestehenden Mitgliedern ideal einsetzen lassen.“

Damit wird gleich ein weiterer Aspekt angesprochen. Diese Vorträge und Workshops sind natürlich nicht nur in Unternehmen einsetzbar. Idealerweise führen Sie zwei- bis dreimal im Jahr diese Serie (Vortrag + anschließend 3- oder 4-teiligen Workshop) auch in Ihrer Fitnessanlage durch; für Ihre Mitglieder und deren Bekanntenkreis. Mit diesem Thema erreichen Sie auch Personen, die bislang noch kein Fitness-Studio betreten haben. Natürlich bieten Sie diesen gleich am ersten Workshop-Abend die Möglichkeit an, die rest-

Wolfgang Scheiber beschäftigt sich im Speziellen mit den Themen Psyche und Stress sowie gesundheitsrelevanten Aspekten zur Vorbeugung von Burnout

lichen zwei oder drei Workshop-Module mit einem Training zu verbinden.

Fazit

Wenn Sie sich als gesundheitsorientierte Fitnessanlage positionieren, dann führt am Thema Stress- und Burnout-Prävention kein Weg vorbei. Bauen Sie dieses Thema aktiv in Ihre Marketingstrategie ein. Natürlich bietet jede Trainingseinheit in Ihrer Fitnessanlage auch jetzt schon automatisch Burnout-Prävention. Aber die Zusammenhänge sind in der Bevölkerung trotz permanenter Berichterstattung in den Medien noch nicht offensichtlich. Die Artikel beschränken sich meist auf das Beschreiben der Krankheits-Symptome, die Leidensgeschichten der Betroffenen und deren Rehabilitationsmaßnahmen. Es ist Ihre Aufgabe als Studioleiter, den Präventionsaspekt hervorzuheben. Über die erforderliche Hard- und Software, wie Fitnesstraining und Gymnastik-Workouts bis hin zu Entspannungskursen, verfügen Sie ja bereits. Jetzt müssen Sie Ihre Dienstleistung nur noch entsprechend verpacken.

Zum Autor

Wolfgang Scheiber hat Sport und Psychologie studiert und 30 Jahre erfolgreich eine Fitnessanlage geleitet, die sich bereits seit der Gründungszeit in gesundheitlichen Themen positioniert hat. In seinem WSD Ausbildungszentrum bietet er unter anderem den Fernlehrgang „Burnout-PräventionsCoach“ an.

Kontakt:

www.wsd-ausbildungszentrum.de

