

So wird ihr BGM-Angebot sicher nicht gekauft!

Ein Perspektivwechsel aus Unternehmenssicht im BGM

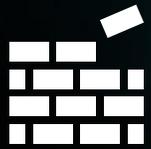
M.A. Niklas Magerl

*Strabag BGM Koordinator Deutschland & Hochschuldozent FOM für
Gesundheitspsychologie, BGM & Projektmanagement*

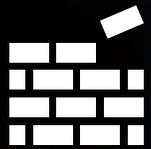
STRABAG SE – Kurzdarstellung



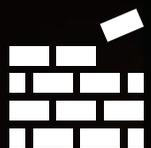
Eines der größten Bauunternehmen Europas



Kernmärkte im Hoch-/Tiefbau, Straßenbau und Großprojekte



> 74.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Umsatz 15,8 Mrd. € (2021)



STRABAG BGM – gewachsen seit 2014



Mittlerweile BGM in > 12
Konzernländern



> 30 BGM-Standortteams in
Deutschland



2021: > 40.000 Teilnahmen
Gesundheitsmaßnahmen im
Konzern



BGM-Angebote – nach welchen Kompetenzen ausgerichtet?



Welche Kompetenzen spiegelt ihre Präsentation wider?



Werden diese Kompetenzen aktiv angesprochen?



Unternehmensverantwortliche im BGM gewichten Kompetenzen natürlich unterschiedlich



Bei diesem Vortrag lassen wir
Persönlichkeitskompetenzen außen vor

Fachkompetenz im BGM



Welche Qualifikationsniveaus/Fortbildungen sind vorhanden?



Sind das „reine“ gesundheitlichen Fachkompetenzen oder auch Hintergründe aus BWL, Marketing, IT usw. vorhanden?



Sozialkompetenz im BGM



Geht es um die reine Produkt-
/Dienstleistungspräsentation – oder
stehen die Interessen des
Unternehmens im Mittelpunkt?



Redeanteil Unternehmen ist wie groß?



Sinnvoller Vertrieb auf Augenhöhe
oder nervend? („Ist die Mail bei Ihnen
angekommen?“)



Worauf wird häufig noch geachtet?

- Wirtschaftlichkeit: Gibt es Geschäftsberichte, wem gehört die Firma, wie lange schon auf dem Markt, gibt es Fremdinvestoren?
 - „Wenn du jemanden überzeugen willst, geht das am einfachsten über einen Zeugen!“
 - ⇒ Gibt es nachvollziehbare Referenzen mit echten Statements der BGM-Verantwortlichen?
 - ⇒ Gibt es gemeinsame Veröffentlichungen zu Projekterfolgen?
 - Bauchgefühl & Sympathie müssen stimmen! Immerhin will man ja möglichst lange zusammenarbeiten!

