

Betriebliche Gesundheitsförderung

Beispiele guter Praxis 2026



IMPRESSUM

Medieninhaber, Herausgeber, Verleger:

Fonds Gesundes Österreich, ein Geschäftsbereich der Gesundheit Österreich GmbH

Autorin/Autoren: Dr. Christian Scharinger, Mag.^a Helga Pesserer,
Dr. Gert Lang, Dr. Jörg Eidher

Redaktion: Mag.^a Petra Winkler

Gestaltung: Gottfried Halmschlager, Wien

Fotos: Cover: © mashimara / adobestock.com, generiert mit KI

Lektorat: Dr.ⁱⁿ Anna König

Druck: Druckerei Odysseus, Himberg

Mai 2026

Inhalt

Vorwort: Fonds Gesundes Österreich	4
Einleitung: Österreichisches Netzwerk für Betriebliche Gesundheitsförderung	6
Die vier Jahreszeiten gemeinnützige GmbH	8
Innsbrucker Kommunalbetriebe AG	10
Isocell GmbH & Co KG	12
Im Dialog mit Mag.^a Dr.ⁱⁿ Lisa Gugglberger	14
novum publishing GmbH	16
Österreichische Bundesbahnen	18
Salon Madiva	20
SAM GmbH	22
SPAR Österreichische Warenhandels AG, Zentrale Dornbirn	24
Straßenmeisterei Sierndorf	26
Trench Austria GmbH	28
Im Dialog mit Prof. (FH) Mag. Dr. Erwin Gollner	30
Universität für Bodenkultur Wien	32
Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft	34

Vorwort

Liebe Leser:innen!

Mit dieser Neuauflage der Broschüre „Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) in Österreich – Beispiele guter Praxis 2026“ möchten wir Ihnen zeigen, wie Unternehmen in ganz Österreich Gesundheit systematisch fördern – auch, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Alle vorgestellten Betriebe wurden mit dem 10. BGF-Preis ausgezeichnet und verdeutlichen eindrucksvoll, welchen Mehrwert eine konsequent umgesetzte BGF-Strategie für Organisationen unterschiedlichster Branchen und jeder Größe bietet – von kleinen bis zu großen Betrieben.

Alle vorgestellten Unternehmen erfüllen die 15 Qualitätskriterien moderner BGF und tragen das BGF-Gütesiegel. Diese Qualitätsstandards haben sich über Jahre in der Praxis bewährt und sind wissenschaftlich evaluiert. Sie gelten inzwischen als zentrale Leitlinien, um Gesundheit wirksam und messbar in den betrieblichen Alltag zu integrieren.

Für Unternehmen war es selten so wichtig wie heute, Gesundheit am Arbeitsplatz aktiv zu gestalten: Digitale Transformation, steigende Flexibilitätsanforderungen, Fachkräftemangel oder die Auswirkungen der Klimakrise haben gezeigt, wie entscheidend gesundheitsförderliche Arbeitsbedingungen sind, die leistungsfähige, motivierte und gesunde Belegschaften unterstützen. Die Beispiele in dieser Broschüre zeigen praxisnah, wie Unternehmen diese Herausforderungen aufgreifen, um ihre Organisation weiterzuentwickeln – von flexiblen Arbeitsmodellen über gesundheitsorientierte Führung bis hin zu innovativen Konzepten für „Arbeit 4.0“.

Gesundheit ist längst ein strategischer Erfolgsfaktor. Unternehmen bleiben nur dann attraktiv und leistungsfähig, wenn sie ihre Mitarbeiter:innen langfristig binden und deren Gesundheit aktiv fördern. Der Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) unterstützt im Rahmen seines aktuellen Förderprogramms „BGF – nachhaltig und innovativ“ österreichische Betriebe, die bereits im Unternehmen integrierte BGF weiterführen und -entwickeln möchten. Es werden BGF-Ansätze mit vier verschiedenen Schwerpunkten gefördert:

- BGF in der Arbeitswelt 4.0
- BGF und Aktive Mobilität
- BGF und Betriebliches Übergangsmanagement
- Gesundheitskompetente BGF

BGF in Österreich hat in den vergangenen Jahren eine beeindruckende Verbreitung erlebt. Viele Betriebe haben Gesundheitsförderung nicht als zeitlich begrenztes Projekt, sondern als nachhaltigen Organisationsentwicklungsprozess verankert – häufig als Basis für ein umfassendes Betriebliches Gesundheitsmanagement. Diese konsequente Weiterentwicklung zahlt sich aus: bessere Zusammenarbeit, weniger Belastungen, niedrigere Fluktuation, höhere Arbeitgeberattraktivität und ein starkes, gesundes Team.

Die vorgestellten Praxisbeispiele zeigen, wie unterschiedlich Lösungen aussehen können – aber auch, was sie gemeinsam haben: den Mut, Gesundheit als Zukunftsthema ernst zu nehmen und konsequent in den Arbeitsalltag zu integrieren. Wir gratulieren allen nominierten und ausgezeichneten Unternehmen und danken dem Österreichischen Netzwerk für BGF für die gemeinsame Weiterentwicklung der Qualitätsstandards.

Im Jahr 2026 jährt sich die Verabschiedung der Ottawa-Charta für Gesundheitsförderung der Weltgesundheitsorganisation zum 40. Mal. Sie war insbesondere für die Settings Arbeitsplatz und Betrieb richtungsweisend und hat gerade auch in Österreich stark zur Entwicklung einer gesundheitsfördernden Gesamtstrategie und zur Schaffung gesundheitsförderlicher Arbeitswelten beigetragen.

Wir sind überzeugt: Im Geist der Ottawa-Charta werden diese Beispiele viele weitere Unternehmen motivieren, eigene BGF-Initiativen zu starten oder bestehende Maßnahmen konsequent weiterzuentwickeln.

Dr. Gert Lang, BGF-Gesundheitsreferent im FGÖ

Dr. Klaus Ropin, Leiter des FGÖ

EINLEITUNG

Koordinationsstelle Österreichisches Netzwerk für Betriebliche Gesundheitsförderung (ÖNBGF)

Dr. Jörg Eidher, MBA

„Mit Betrieblicher Gesundheitsförderung (BGF) konnten in Österreich bereits 750.000 gesündere Arbeitsplätze geschaffen werden. Unser Anspruch geht jedoch weiter: Ziel ist es, dass die Förderung und Wahrung der Gesundheit selbstverständlicher Bestandteil der täglichen Arbeitswelt wird – in Unternehmen aller Branchen und Größen.“



© privat

Die vergangenen Jahre und globale Krisen haben deutlich gemacht, wie wichtig gesunde und resiliente Organisationen sind. Wirtschaftliche Unsicherheiten, steigende Kosten, strukturelle Veränderungen in vielen Branchen sowie der zunehmende Fachkräfte- und Arbeitskräftemangel stellen Unternehmen vor große Herausforderungen. Gleichzeitig wächst die Bedeutung einer Unternehmenskultur, die Gesundheit, Motivation und Leistungsfähigkeit langfristig stärkt.

Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) ist daher heute mehr denn je ein strategischer Erfolgsfaktor moderner Unternehmensführung. Unternehmen, die gezielt in die Gesundheit ihrer Mitarbeiter:innen investieren, schaffen attraktive Arbeitsbedingungen, stärken die Bindung ihrer Beschäftigten und erhöhen ihre Zukunftsfähigkeit.

Das Österreichische Netzwerk für Betriebliche Gesundheitsförderung (ÖNBGF) unterstützt Betriebe seit dem Jahr 2000 dabei, Gesundheitsförderung systematisch umzusetzen und nachhaltig im Unternehmensalltag zu verankern. Die BGF-Servicestellen bei der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK), der Versicherungsanstalt öffentlich Bediensteter, Eisenbahnen und Bergbau (BVAEB) und der Sozialversicherungsanstalt der Selbständigen (SVS) begleiten und beraten Unternehmen unterschiedlicher Größe österreichweit bei der Umsetzung ihrer BGF-Projekte.

Gemeinsam mit starken Partnerorganisationen – darunter Bundesarbeitskammer (BAK), Wirtschaftskammer Österreich (WKO), Allgemeine Unfallversicherungsanstalt (AUVA), Dachverband der Sozialversicherung, Industriellenvereinigung (IV), Österreichischer Gewerkschaftsbund (ÖGB) sowie dem Fonds Gesundes Österreich (FGÖ) als einem wichtigen strategischen Partner – setzt sich das Netzwerk dafür ein, BGF kontinuierlich weiterzuentwickeln und möglichst viele Unternehmen für diesen nachhaltigen Ansatz zu gewinnen.

Das dreistufige Qualitätsmodell gewährleistet Kontinuität, Qualität und Wirksamkeit:

- Mit der **BGF-Charta**, die im Wesentlichen die Grundsätze der Luxemburger Deklaration widerspiegelt, bekennen sich Unternehmen öffentlich zur Förderung der Gesundheit ihrer Beschäftigten.
- Das **BGF-Gütesiegel** zeichnet Betriebe aus, die Gesundheitsförderung unter Berücksichtigung der anspruchsvollen 15 Qualitätskriterien des ÖNBGF bereits erfolgreich in ihre betriebliche Praxis integriert haben.
- Der **BGF-Preis** würdigt schließlich besonders innovative und wirkungsvolle Projekte der Betrieblichen Gesundheitsförderung.



Die in dieser Broschüre vorgestellten **BGF-Preisträger 2026** zeigen eindrucksvoll, wie vielfältig und wirksam BGF in der Praxis umgesetzt werden kann. Mit ihren Projekten setzen sie Maßstäbe für gesundheitsförderliche Arbeitsbedingungen und eine moderne und nachhaltige Unternehmenskultur.

Wie wurden die BGF-Preisträger 2026 ausgewählt?

Bei der zehnten Verleihung 2026 wurden insgesamt zwölf BGF-Preise verliehen. In den beiden Betriebskategorien Klein- und Mittelbetrieb sowie Großbetrieb wurden elf BGF-Projekte ausgezeichnet und erstmals wurde auch ein Betrieb mit einem inhaltlichen Themenpreis (*green BGF*) prämiert.

In jeder Preiskategorie wurden mehrere Betriebe nominiert, aus denen von einer unabhängigen Jury mit Vertreterinnen und Vertretern aus Wissenschaft und Praxis in einem mehrstufigen Prozess auf Grund quantitativer und qualitativer Beurteilungskriterien die tatsächlichen Preisträger (sog. Leuchtturmbetriebe) ausgewählt wurden, wodurch eine faire und sachgerechte Bewertung unter Berücksichtigung struktureller und regionaler Unterschiede gewährleistet wurde.

Die ausgezeichneten Betriebe repräsentieren die vielfältige BGF-Landschaft in Österreich auf eindrucksvolle Weise und ihre Projekte zeigen, wie wirkungsvoll Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) in den Betriebsalltag integriert werden kann.

Die Bewertung wurde auf die BGF-Exzellenz der Betriebe fokussiert, d. h. in welchen Bereichen sie sich durch ihre BGF-Projekte von anderen Gütesiegelbetrieben abheben. Beim Themenpreis „*green BGF*“ lag die Bewertung insbesondere auf spezifischen abgefragten Komponenten im Zusammenhang mit der Verbindung und Wechselwirkung von Gesundheit und ökologischer Nachhaltigkeit im BGF-Projekt.

Hard Facts:

- Bis Ende 2025 haben mehr als 4.758 Betriebe mit der BGF-Charta ein Bekenntnis zur Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeiter:innen abgegeben
- 5.701 Mal wurde das BGF-Gütesiegel erstmalig oder zum wiederholten Mal an österreichische Betriebe vergeben
- 2.731 Unternehmen sind gegenwärtig Träger des BGF-Gütesiegels
- 127 Betriebe wurden bisher mit dem hoch dotierten BGF-Preis ausgezeichnet (inkl. der BGF-Preisträger 2026)

Die vier Jahreszeiten gemeinnützige GmbH, Villach

Franz Warum, kaufmännische Geschäftsleitung

Ilse Rassnitzer, pädagogische Geschäftsleitung, BGF-Leitung

*„Die Wertschätzung, die wir dem
Team geben, bekommen wir zurück!“*



© Die vier Jahreszeiten gemeinnützige GmbH

Im gemeinnützigen sozialen Dienstleistungsunternehmen „Die vier Jahreszeiten“ wird Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) bereits seit über 20 Jahren und an allen sechs Standorten des Unternehmens in hoher Qualität und mit großem Engagement seitens der beiden Geschäftsleitungen und aller Mitarbeitenden gelebt. Auch Klientinnen und Klienten sowie ihre Angehörigen werden einbezogen – das Angebot für die jeweiligen Zielgruppen befruchtet sich gegenseitig. Betriebliches Gesundheitsmanagement ist ein fixer und selbstverständlicher Bestandteil der Unternehmenskultur.

Was waren Ihre Motive, sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Wir sehen BGF als ein Muss für Betriebe. Gesunde Mitarbeiter:innen tragen einen wesentlichen Teil zum Erfolg unseres Unternehmens bei – das bestätigt sich bei uns schon seit vielen Jahren.

Wie setzen Sie BGF konkret in der Praxis um und welche Umsetzungsmaßnahmen waren besonders erfolgreich – gab es Highlights?

Die Summe unserer BGF-Maßnahmen wird von unseren Mitarbeitenden sehr positiv bewertet und wertgeschätzt. Ich glaube, ein Highlight ist unser „BGF-100er“, der flexibel und individuell für Gesundheitsleistungen genutzt werden kann, beispielsweise für Massagen, Physiotherapie, Fitnesscenter, Facharztrechnungen, Jahreskarte fürs Schwimmbad. Die Liste, wofür er genutzt werden kann, wird mit den BGF-Sprecherinnen und -Sprechern der Standorte laufend weiterentwickelt. Zusätzlich gibt es jährlich im Herbst den „Husten – Schnupfen – Heiserkeit-100er“, der an den Standorten individuell für Gesundheitsprophylaxe genutzt werden kann. Ein Highlight ist aber auch unsere Nähe und Erreichbarkeit. Man kann uns beide immer anrufen oder direkt ansprechen, wenn es Probleme oder Fragen gibt. Auch wenn es privat mal Probleme gibt, helfen wir mit und sind für unsere Mitarbeiter:innen da und auch die Angehörigen unserer Klientel werden bei Bedarf bei Gesundheitsförderung und Krankheitsprävention unterstützt.

Gibt es in Ihrem Unternehmen auch Praxisbeispiele zu den Schwerpunkten Digitalisierung und Generationen?

Die Digitalisierung ist bei uns in allen Bereichen in vollem Gange: Dokumentation, Dienstplangestaltung, Buchhaltung. Dafür haben wir anfangs viele externe Schulungen durchgeführt. Wir haben aber auch viele Mitarbeitende, für die die Arbeit am Computer nicht selbstverständlich ist, daher schulen wir intern eigentlich laufend und je nach Bedarf.

Das Durchschnittsalter bei uns ist 44 Jahre, viele Mitarbeitende sind mit 10 bis 20 Dienstjahren schon sehr lange bei uns – auch wir beide gehören zu den „Älteren“. Die Rücksichtnahme und Anpassung der Arbeitsbereiche für ältere Beschäftigte ist ein wesentlicher Bestandteil unserer BGF-Maßnahmen. Unser Frauenanteil liegt bei über 90 %, daher ist uns das Thema Frauengesundheit sehr wichtig, z. B. gesundheitsfördernde Tipps bei Menstruationsbeschwerden oder in den Wechseljahren. Unter den Frauen und mit mir als Leiterin wird sehr offen darüber gesprochen. Wenn die Arbeitsfähigkeit dadurch betroffen ist, nehmen wir darauf Rücksicht.

Wie gelingt es Ihnen, Mitarbeitende und Führungskräfte für das Thema Gesundheit zu begeistern?

BGF ist Thema bei vielen Meetings und ein eigener Punkt in den jährlichen Mitarbeitergesprächen. Das Bewusstsein für BGF im Unternehmen ist sehr hoch – gesundheitsfördernde Aktivitäten werden direkt an den Standorten entwickelt und fließen dann in das firmeninterne Angebot ein. Ausbildungen wie beispielsweise Aromatherapie, Trauerbegleitung oder Fitnesscoaching werden vom Unternehmen finanziert – das Wissen kann dann intern von den Kolleginnen und Kollegen kostenlos genützt werden.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Geschäftsführung beim Thema BGF?

Wir als Geschäftsführung haben eine verbindende Rolle zwischen den BGF-Sprecherinnen und -Sprechern, Führungskräften, Mitarbeitenden sowie uns als Geschäftsleitung. Maßnahmen werden an der Basis entwickelt, d. h. von unten nach oben, und nicht einfach verordnet. BGF ist bei uns schon seit Jahrzehnten Teil unserer Firmenphilosophie – mit oder ohne BGF-Gütesiegel.

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Betrieben geben, die BGF einführen möchten?

Da würde ein Satz genügen: Gesunde Mitarbeiter:innen sind ein wesentlicher Bestandteil eines „gesunden“ Unternehmens. Wenn man mit BGF beginnt, ist es wichtig, die Mitarbeitenden und, wie bei uns, auch die Klientinnen und Klienten einzubeziehen (z. B. in Workshops) und mit ihnen gemeinsam Maßnahmen zu planen.

Bundesland: Kärnten

Betriebsgröße: bis 50 Mitarbeiter:innen

Branche: Gesundheits- und Sozialwesen



Innsbrucker Kommunalbetriebe AG (IKB), Innsbruck

Dr. Alois Muglach, Mitglied des Vorstandes

Ramona Gabriel, BSc, MSc, Geschäftsbereich Personal

„Gesundheit darf und soll ein spannendes, humorvolles und buntes Thema sein, das Freude bereitet.“



© Blickfang und IKB

Die Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) hat über die Jahre hinweg in der Innsbrucker Kommunalbetriebe AG einen immer höheren Stellenwert erlangt und ist heute ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Grundlage ist ein ganzheitlicher Ansatz, der sich in fünf Gesundheitssäulen widerspiegelt, die wiederum den Rahmen für alle Maßnahmen bilden: „Bewegung und Sport“, „Gesunde Ernährung“, „Mentale Gesundheit“, „Arbeitsplatz und Ergonomie“ sowie „Unterstützung und Prävention“.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Die Gesundheitsförderung hat in der Innsbrucker Kommunalbetriebe AG seit langem einen hohen Stellenwert. Seit 2011 wurde ein entscheidender Entwicklungsschritt vollzogen: von einer Vielzahl an Angeboten hin zu einem systematisch eingebetteten Betrieblichen Gesundheitsmanagement. Ziel war und ist es, Gesundheit nicht punktuell, sondern ganzheitlich zu denken – körperlich, mental und sozial. Uns war klar: Nur wenn alle Dimensionen berücksichtigt werden und strukturiert vorgegangen wird, kann langfristiger Erfolg erreicht werden.

Sie setzen eine Vielzahl an Maßnahmen um. Was zeichnet Ihr Betriebliches Gesundheitsmanagement besonders aus?

Wichtig ist uns die Kombination aus Verhältnis- und Verhaltensprävention. Das bedeutet: Einerseits schaffen wir gesunde Rahmenbedingungen, etwa durch flexible Arbeitszeiten und lebensphasenorientierte Modelle. Andererseits fördern wir die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden durch ein breites Angebot an Aktivitäten. Besonders erfolgreich sind unsere selbstorganisierten Gruppen. Initiativen wie unsere Radfahrgruppe „Asphaltjäger“ oder unsere Schwimmgruppe zeigen, wie viel Dynamik entsteht, wenn Mitarbeitende Gesundheit aktiv selbst gestalten. Viele unserer Angebote sind zudem bewusst zielgruppenspezifisch gestaltet und orientieren sich an den unterschiedlichen Arbeitsrealitäten im Unternehmen.

BGF verbindet sich in den letzten Jahren verstärkt mit den Aspekten der Digitalisierung und des demografischen Wandels. Sehen Sie hier in Ihrer Umsetzungspraxis Verbindungen?

Diese Themen sind eng miteinander verknüpft. Im Bereich Digitalisierung setzen wir stark auf Schulungen und gezielte Unterstützung – sowohl für Mitarbeitende als auch für Führungskräfte. Gerade in Zeiten von Homeoffice ist es wichtig, neue Kompetenzen zu entwickeln und gesundheitliche Aspekte, wie etwa ergonomisches Arbeiten, digitale Zusammenarbeit und Selbstorganisation, mitzudenken. Der demografische Wandel ist für uns ebenfalls zentral. Zum Beispiel bieten wir für Mitarbeitende ab 52 Jahren sowie deren Führungskräfte gezielte Gesprächsleitfäden und Workshops an.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Besonders sichtbar ist die gelebte Kultur im Unternehmen. Gesundheit ist kein Schlagwort, sondern Teil des Alltags. Das zeigt sich in vielen kleinen Dingen – von gesunden Angeboten bis hin zur aktiven Beteiligung der Mitarbeitenden. Ein gutes Beispiel ist die letztjährige Schrittzählaktion, die auf die Idee und Umsetzung einer Mitarbeiterin zurückgeht und im Rahmen einer IKB-Netzwerk-Veranstaltung verlost wurde. Solche Formate verbinden Gesundheit mit Gemeinschaft und zeigen, wie eng verschiedene Initiativen – etwa das IKB-Netzwerk, die Mobilitätsgruppe und Gesundheitsangebote – miteinander verzahnt sind. Das verdeutlicht, dass das Thema im Unternehmen aktiv mitgetragen wird.

Welche Schwerpunkte setzen Sie für die Zukunft?

Inhaltlich sehen wir gerade im Bereich mentale Gesundheit Handlungsbedarf. Themen wie Resilienz, der Umgang mit Stress oder herausfordernde Kundensituationen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Gleichzeitig wird konsequent auf bestehende Stärken gesetzt: die aktive Einbindung der Mitarbeitenden, insbesondere des Gesundheitsteams als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, der ganzheitliche und zielgruppenorientierte Ansatz sowie die enge Verzahnung mit anderen Programmen.

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Betrieben geben, die BGF einführen möchten?

Erstens: keine kurzfristigen Trends verfolgen, sondern eine eigene, passende Strategie entwickeln. Zweitens: Führungskräfte und Mitarbeitende von Anfang an einbinden. Drittens: authentisch bleiben und mit gutem Beispiel vorangehen. BGF muss zum Unternehmen passen – nur dann ist sie nachhaltig erfolgreich.

Bundesland: Tirol

Betriebsgröße: über 500 Mitarbeiter:innen

Branche: Energieversorgung und Kommunalwirtschaft



Isocell GmbH & Co KG, Salzburg

Gabriele Leibetseder (Prokuristin, BGF-Leitung)

„Wir erhalten mit BGF einen 360-Grad-Blick auf unser Unternehmen, auf die Arbeit an sich, die Arbeitsumgebung, die Zusammenarbeit an den Schnittstellen, auf Kommunikation und Führung und auf die individuellen Sorgen von Mitarbeitenden.“



© ISOCELL GmbH & Co KG

ISOCELL ist der einzige europäische Systemanbieter im Bereich Zellulosedämmung, Maschinentechnik und Abdichtung mit Zentrale in Neumarkt am Wallersee sowie weiteren Standorten in Österreich, Deutschland, Belgien, Schweden und Frankreich. 180 Mitarbeitende treiben die Isocell-Idee international voran, rund 80 Mitarbeitende am Standort in Neumarkt. BGF wird im Unternehmen seit über zehn Jahren aktiv gelebt und kontinuierlich weiterentwickelt.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Wir sind seit 1992 ein ständig wachsendes Unternehmen, das Interesse am Wohlergehen unserer Mitarbeiter:innen war immer schon sehr hoch – in ihnen liegt unser größtes Erfolgspotenzial. Das Angebot der ÖGK, ein BGF-Projekt umzusetzen, passte daher sehr gut zu uns. Was uns ausmacht und vereint, so unterschiedlich die Persönlichkeiten auch sind, sind unsere Firmenwerte, die wir tatsächlich auch leben, sie haben uns erfolgreich gemacht. „Engagement, das begeistert“ – Handschlagqualität, Teamfähigkeit, Engagement.

Wie setzen Sie BGF konkret in der Praxis um und welche Umsetzungsmaßnahmen waren besonders erfolgreich – gab es Highlights?

Die wesentlichen Verbesserungen ergaben sich durch Maßnahmen in der Kommunikation und Führung und der Zusammenarbeit an den Schnittstellen. Bei Projekten zur Neugestaltung von Räumlichkeiten beziehen wir die Mitarbeiter:innen mit ein. Ein schöner Arbeitsplatz allein reicht aber nicht. Wenn die Mitarbeiter:innen nicht einbezogen werden, erntet man sonst trotzdem Unfrieden. Auf Wunsch der Mitarbeiter:innen wechseln wir im Moment gerade von kleineren Büroeinheiten zu „Open Space“-Lösungen und ziehen schall- und klimatechnisch alle Register. Partizipation ist dabei der wichtigste Erfolgsfaktor – auch wenn es manchmal mühsam ist, am Ende des Tages finden wir aber Lösungen, mit denen dann alle zufrieden sind.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Unser Führungsverständnis hat sich verändert – wir haben gelernt, dass fachliche Expertinnen und Experten nicht automatisch die besten Führungskräfte sind. Durch das BGF haben wir hier viele wertvolle Hinweise erhalten und bauen jetzt die Führungskräfteentwicklung völlig neu auf. Mit BGF haben wir ein unverzichtbares Instrument, das Unternehmen gemeinsam mit den Mitarbeitenden weiterzuentwickeln. Wir können Isocell nicht nur aus dem Management heraus gestalten, wir brauchen dazu jeden Einzelnen, das kommunizieren wir auch so und laden alle ein, mitzudenken und mitzugestalten.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Prokuristin und BGF-Verantwortliche beim Thema BGF?

Ich sehe mich als anschiebende Kraft – habe dabei aber natürlich auch die Befugnisse, notwendige finanzielle Mittel zur Verfügung zu stellen und kann Dinge sehr schnell entscheiden.

Was macht die BGF-Marke in Ihrem Unternehmen so besonders?

Wir erhalten regelmäßig Rückmeldungen zur positiven Atmosphäre bei uns. Dass Mitarbeiter:innen auch miteinander lachen und sich gut verstehen, ist wohl nicht selbstverständlich. Wir bekommen Bewerbungen, weil es BGF im Unternehmen gibt. Durch BGF decken wir bereits viele Maßnahmen für Employer Branding ab.

Wie stellen Sie sicher, dass BGF langfristig in Ihrer Organisation verankert bleibt?

BGF ist fest in unserer Firmenkultur verankert, sichtbar in Qualitäts- und Umweltaudits als auch in unserem Nachhaltigkeitsbericht. Intern wird BGF von mir und einem engagierten Team betreut. Darüber hinaus liefert uns auch das Beratungsangebot der ÖGK zusätzliche Impulse.

Wie fördern Sie Innovation und Kreativität in Ihrem Unternehmen im Zusammenhang mit BGF?

Wir haben verschiedene Formate: Ideenwerkstatt, Brainstorming, Whistleblower. Besonders wirkungsvoll sind unsere Gesundheitszirkel. Dabei bringen die Mitarbeiter:innen aus unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen ihre Perspektiven ein, woraus eine unglaubliche Dynamik entsteht. Eine gute Moderation ist dabei sehr wichtig. Die Ergebnisse helfen uns, das Unternehmen weiterzuentwickeln. Wir haben sonst keine vergleichbare Vorgehensweise, die das leisten kann.

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Betrieben geben, die BGF einführen möchten?

TUN – bitte machen Sie es. Ich würde es jedem Unternehmen empfehlen, auch wenn es vielleicht etwas dauert, bis man es etabliert hat. Meine Empfehlung an jede HR-Abteilung: probiert BGF aus, ihr werdet nie wieder davon wegkommen.

Bundesland: Salzburg

Betriebsgröße: bis 100 Mitarbeiter:innen

Branche: Großhandel



Im Dialog mit Dr.ⁱⁿ Mag.^a Lisa Gugglberger

Senior Health Expert, Kompetenzzentrum
Gesundheitsförderung und Gesundheitssystem,
Gesundheit Österreich GmbH

„Zukünftig werden Gesundheitsinformationen immer stärker über digitale Kanäle vermittelt werden. Wenn sich Betriebe mit Gesundheitskompetenz beschäftigen, fördern sie gleichzeitig auch die Medienkompetenz.“



© Gerald Mayer-Rohrmoser

Das Konzept der Gesundheitskompetenz erlangte in den letzten Jahren stark an Bedeutung, da dieses wesentlich zur Stärkung der Gesundheit und Chancengerechtigkeit beitragen kann. Lag dabei anfangs der Fokus auf der Wissensvermittlung an Einzelpersonen, so entwickelte sich das Konzept in Richtung einer lebensweltenorientierten Perspektive von Gesundheitskompetenz. Als Senior Health Expert am Kompetenzzentrum Gesundheitsförderung und Gesundheitssystem der Gesundheit Österreich geht Lisa Gugglberger der Frage nach, welchen Beitrag Betriebe in diesem Kontext leisten können.

Wie würden Sie das Konzept der „Gesundheitskompetenz“ kurz beschreiben?

Bei dem Konzept der Gesundheitskompetenz ging es ursprünglich darum, Menschen in die Lage zu versetzen, Gesundheitsinformationen zu finden, zu verstehen und zu bewerten. Dadurch können Menschen besser die richtigen Gesundheitsangebote für sich finden. Allerdings hat sich in den letzten Jahren der Fokus stark in Richtung Lebenswelten der Individuen erweitert. Wenn nicht auch die Organisationen, in denen sich Menschen aufhalten, entsprechend gestaltet werden, hilft das Wissen und die Motivation der Einzelperson oft wenig. Gesundheitskompetenz muss daher vor allem in den Lebenswelten der Menschen verankert werden, damit es einfacher wird, die entsprechenden Informationen zu verstehen und zu bewerten.

Welche Rolle können Betriebe bei der Stärkung der Gesundheitskompetenz einnehmen?

Bereits die Ottawa-Charta beschreibt, dass Gesundheit dort gefördert wird, wo Menschen leben, spielen und arbeiten. Betriebe haben daher eine prinzipielle Verantwortung für die Gesundheit ihrer Mitarbeiter:innen. Eine gesundheitskompetente Organisation würde es daher vermeiden, allein das Individuum in die Verantwortung zu nehmen, sondern immer auch einen Fokus auf die Kultur im Unternehmen legen.

Gesundheitskompetenz allein als Konzept klingt aufs Erste sperrig, aber sobald es eng mit BGF verbunden wird, werden die Synergien schnell sichtbar. Gerade für Betriebe, die sich bereits für BGF engagieren, ist dieser Informationsaspekt zentral, da Menschen, die gut informiert bzw. gesundheitskompetent sind, sich auch viel leichter für ihre Gesundheit engagieren. Gesundheitskompetenz kann daher zur Wirksamkeit von BGF im Betrieb beitragen.

Wie könnte Gesundheitskompetenz in der Unternehmenspraxis konkret gefördert werden?

Ein guter Weg ist immer bei „guter Gesundheitsinformation“ zu beginnen, das heißt inhaltlich hochwertige, evidenzbasierte Informationen über verschiedene Kanäle zur Verfügung zu stellen. Dabei ist der Aspekt von zielgruppenspezifischen Informationen wichtig. Gesundheitskompetenz ist aber auch immer enger verbunden mit der Medienkompetenz von Menschen. Ein Kernpunkt dabei ist aktuell die Digitalisierung. Zukünftig werden Gesundheitsinformationen immer stärker über digitale Kanäle vermittelt werden. Wenn sich Betriebe mit Gesundheitskompetenz beschäftigen, fördern sie gleichzeitig auch die Medienkompetenz im Unternehmen. Dieser Aspekt wird immer wichtiger. Es wird auch in Betrieben nicht nur die Frage im Mittelpunkt stehen, wo finde ich die relevante Information, sondern es geht um kritisches Hinterfragen von Inhalten.

Welche Rolle spielen dabei Führungskräfte?

Organisationen arbeiten meist top down, daher ist die Haltung der Führungskräfte zu den Themen wesentlich. Es geht um eine Kulturentwicklung gegenüber dem Thema Gesundheit und das geht nicht ohne Führungskräfte. Jede Schulung von Führungskräften in Richtung Kommunikation und Information bildet daher einen wichtigen Mehrwert sowohl für die BGF als auch die Gesundheitskompetenz.

Die Österreichische Plattform Gesundheitskompetenz hat ein Selbsteinschätzungstool zur Gesundheitskompetenz für Unternehmen entwickelt. Wie kann dieses konkret eingesetzt werden?

Gesundheitskompetenz arbeitet in Organisationen stark mit der Methode der Selbsteinschätzung. Dabei nehmen unterschiedliche Akteurinnen und Akteure im Unternehmen eine Analyse der Ausgangssituation vor. Die Österreichische Plattform für Gesundheitskompetenz stellt solche Tools gratis auch für Betriebe zur Verfügung. Im Kern soll dies zur Selbstreflexion anregen und gleichzeitig neue Umsetzungsideen generieren. Aktuell bietet der Fonds Gesundes Österreich einen neuen Förderschwerpunkt – „Gesundheitskompetente BGF“ – an. Auch in diesem Kontext verwenden Projekte, die eine Förderung erhalten, dieses Instrument zur Status quo-Erhebung. Österreichische Plattform Gesundheitskompetenz – Gesundheitskompetenz im Betrieb: Selbsteinschätzung und Maßnahmenplan. <https://oepgk.at>

novum publishing GmbH, Neckenmarkt

Sabine und Wolfgang Bader, Geschäftsleitung

„Wer sich wohlfühlt und gesund ist, kann motiviert arbeiten, Verantwortung übernehmen und langfristig zum Erfolg des Betriebes beitragen.“



© Sophisticated Pictures

Die novum publishing GmbH, geleitet von Sabine Bader und Ing. Wolfgang Bader, ist spezialisiert auf Neuautorinnen und -autoren. Der Verlag steht für Chancen für Autorinnen und Autoren, individuelle Betreuung und einen begleiteten Weg vom Manuskript zum Buch. Mit dem Projekt „Gesund verlegt – Frische Seiten im novum-Team“ wurde 2024 BGF erfolgreich im Unternehmen eingeführt.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Meine Motive lagen sowohl im persönlichen als auch im unternehmerischen Bereich. Mir persönlich liegt sehr viel an Bewegung und Sport. Ich bin überzeugt, dass regelmäßige körperliche Aktivität nicht nur die Gesundheit stärkt, sondern auch das allgemeine Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit fördert. Das Angebot der ÖGK war für uns ein passender Anlass, dieses Thema strukturiert anzugehen.

Wie setzen Sie BGF konkret in der Praxis um und welche Umsetzungsmaßnahmen waren besonders erfolgreich – gab es Highlights?

Wir haben zuerst eine Befragung durchgeführt, an der alle teilgenommen haben. Danach wurden die Ergebnisse in Workshops mit den Mitarbeitenden besprochen und Maßnahmen gemeinsam geplant. Onlinekurse der BGF-Toolbox der ÖGK wurden zur Verfügung gestellt, die Mitarbeiter:innen konnten in der Arbeitszeit daran teilnehmen und selbst auswählen, was sie interessiert. Besonders erfolgreich waren die zahlreichen Kurse zum Thema gesunde Ernährung, Mentaltraining und Stressbewältigung. Ich habe von vielen das Feedback bekommen, dass sie mit Stress – vor allem im Umgang mit Kundinnen und Kunden – besser zurechtkommen und besser auf ihre Ernährung achten. Im Literaturcafé hängen Poster, die an eine positive Einstellung und das eigene Wohlbefinden erinnern.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Ein echtes Highlight war für mich zu sehen, wie nachhaltig die Kurse auf das Gesundheitsverhalten der Mitarbeiter:innen wirken und dass die Maßnahmen nicht nur kurzfristig motivierend waren. Viele konnten sowohl privat als auch beruflich Vorteile daraus ziehen und achten nun bewusster auf ihre Körperhaltung am Arbeitsplatz, wissen besser mit Stress umzugehen und konnten durch das Mentaltraining neue Strategien für herausfordernde Situationen entwickeln.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Geschäftsführung beim Thema BGF?

Als Geschäftsführung sehen mein Mann und ich unsere Rolle darin, Rahmenbedingungen zu schaffen, die Gesundheit und Wohlbefinden fördern. Dazu gehört es, Ressourcen bereitzustellen, Maßnahmen zu unterstützen und das Thema immer wieder aktiv im Unternehmen zu kommunizieren. Wir unterstützen den Teamzusammenhalt durch gemeinsame Aktivitäten wie Restaurantbesuche und Betriebsausflüge – die uns schon nach Mailand, London, Kopenhagen und Budapest geführt haben.

Was macht die BGF-Marke in Ihrem Unternehmen so besonders?

Die BGF-Marke steht in unserem Unternehmen für Wertschätzung gegenüber unseren Mitarbeitenden. Gesundheit und Wohlbefinden werden nicht nur theoretisch angesprochen, sondern durch konkrete Maßnahmen unterstützt. Dies trägt auch zur Arbeitgeberattraktivität bei. Maßnahmen wie flexible Arbeitsmöglichkeit (z. B. Homeoffice), Gesundheitsangebote, gemeinsame Aktivitäten und eine offene Unternehmenskultur machen unser Unternehmen attraktiv und stärken die Bindung zum Betrieb. Das Erreichen von gemeinsam vereinbarten Unternehmenszielen wird für alle Mitarbeiter:innen mit einem Bonus belohnt.

Wie stellen Sie sicher, dass BGF langfristig in Ihrer Organisation verankert bleibt?

Ein besonders wichtiger Aspekt ist dabei der achtsame Umgang im Team. Wir achten darauf, dass wir untereinander aufmerksam bleiben und weisen auf kleine Dinge hin. Wenn zum Beispiel jemand bemerkt, dass eine Kollegin oder ein Kollege wieder in alte Verhaltensmuster zurückfällt, sprechen wir das offen und wertschätzend an. Diese gegenseitige Aufmerksamkeit im Team trägt wesentlich dazu bei, dass gesundheitsfördernde Gewohnheiten langfristig bestehen bleiben. Zusätzlich ist es wichtig, dass weiterhin Impulse gesetzt werden und die Mitarbeiter:innen mit ihren Ideen einbezogen werden.

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Betrieben geben, die BGF einführen möchten?

Klein anfangen und die Mitarbeiter:innen von Anfang an einbinden. Wichtig ist, dass Maßnahmen zu den Bedürfnissen passen und dass das Thema Gesundheit im Unternehmen offen kommuniziert wird.

Bundesland: Burgenland

Betriebsgröße: über 50 Mitarbeiter:innen

Branche: Information und Kommunikation



Österreichische Bundesbahnen, Wien

Mag.^a (FH) Martina Hacker,

Geschäftsführerin der ÖBB-Business Competence Center GmbH

Mag. (FH) Gabriel Kroisleitner,

Leiter Lösungscenter Arbeitsfähigkeit und Gesundheit

„Die Gesundheit und Arbeitsfähigkeit von Mitarbeitenden bilden das Fundament für nachhaltigen Unternehmenserfolg und gesellschaftliche Stabilität.“



© ÖBB / Scheiblecker

Bereits seit dem Jahr 2007 sind die ÖBB im Feld der BGF aktiv. Was als Projekt begann, hat sich über die Jahre hinweg zu einem nachhaltig etablierten und beispielhaften Modell des Betrieblichen Gesundheitsmanagements entwickelt. Aktuell wird das Gesundheitsmanagement konzernweit als qualifiziertes Inhouse-Beratungssystem, gebündelt in der ÖBB Business Competence Center GmbH und gemeinsam mit den ÖBB-Konzerngesellschaften, umgesetzt.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Die Gesundheit und Arbeitsfähigkeit von Mitarbeitenden bilden das Fundament für nachhaltigen Unternehmenserfolg und gesellschaftliche Stabilität. In einer sich stetig wandelnden Arbeitswelt gewinnt die ganzheitliche Betrachtung von körperlichem und psychischem Wohlbefinden zunehmend an Bedeutung. Im Kern geht es uns bei den ÖBB, als einem der größten Arbeitgeber Österreichs, um die soziale Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitenden. Wir wollen mit BGF die Gesundheit unserer Kolleginnen und Kollegen fördern und ihnen gleichzeitig die Möglichkeit geben, ihre persönliche Gesundheitskompetenz weiterzuentwickeln. Ein weiteres Motiv ist, dass wir Menschen länger aktiv in Beschäftigung halten möchten. Über die Zeit hat sich BGF auch als wichtiges Element einer attraktiven Arbeitgebermarke ÖBB etabliert.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Uns ist ein evidenz- und datenbasierter Zugang zu BGM sehr wichtig. Wir sehen etwa durch unsere regelmäßig stattfindende Befragung der Mitarbeiter:innen, wie sich die subjektiv empfundene Arbeitsfähigkeit in unserem Unternehmen entwickelt. Hierzu haben wir einen eigenen Arbeitsfähigkeitsindex entwickelt, welcher eindrucksvoll zeigt, dass wir trotz einer rasant veränderten Arbeitswelt, die Arbeitsfähigkeit im Konzern auf einem ausgesprochen hohen Niveau entwickeln und halten konnten.

In den letzten Jahren haben sich die Themenfelder Gesundheit und Nachhaltigkeit immer weiter angenähert. Wie verknüpfen Sie diese Handlungsfelder in der Praxis?

Die ÖBB sind einer der wichtigsten Player der Mobilitätswende und eines der nachhaltigsten Unternehmen in Österreich. Daher sind uns Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit, wie Gender Pay Gap, Barrierefreiheit oder die gezielte Förderung von Frauen ein großes Anliegen. Wir sehen diese Verbindungen daher nicht nur in einem Kontext des Betrieblichen Gesundheitsmanagements, sondern auch als Teil unserer Unternehmenskultur. Umgekehrt ist es uns auch wichtig, dass Gesundheit in unseren Managementprozessen nachhaltig verankert ist. Bei den ÖBB erfolgt dies im Rahmen eines strategischen Gesundheitsausschusses und einem internen Arbeitsfähigkeitsboard. Darin legt das Management des Konzerns die Zielsetzungen der nächsten Jahre fest und bindet über operative Gesundheitsausschüsse die Führungskräfte der ÖBB-Konzerngesellschaften mit ein. Das qualifizierte Beratungssystem des Lösungscenters „Arbeitsfähigkeit und Gesundheit“ unterstützt diese dann in der Maßnahmenumsetzung sowie bei der Evaluierung der Wirkung.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Geschäftsführung beim Thema BGF?

Die Geschäftsführung spielt eine Schlüsselrolle für ein wirksames und umfassendes Betriebliches Gesundheitsmanagement. Mit der aktiven Unterstützung ist sichergestellt, dass es kein isoliertes Einzelprojekt ist, sondern sich in die Managementsysteme des Konzerns integriert. Dies ist ein entscheidender strategischer Erfolgsfaktor. Eine wesentliche Aufgabe ist die Bereitstellung und Sicherstellung entsprechender gesundheitsförderlicher Rahmenbedingungen sowie aktive Impulse für eine gesundheitsfördernde Unternehmenskultur. Hier ist Führung einer der wesentlichsten Erfolgsfaktoren. Gesundes Führen und Generationenmanagement sind damit Pflichtausbildungen im Rahmen des ÖBB-Führungskräftecurriculums.

Welche Schwerpunkte setzen Sie für die Zukunft?

Wir planen eine weitere Fokussierung in den Bereichen des datenbasierten Gesundheitsmanagements, der Evaluierung und der Wirkmessung sowie Maßnahmen zur Sicherstellung der psychischen Gesundheit sowie der Verbesserung der Arbeitsbedingungen voranzutreiben.

Bundesland: Wien

Betriebsgröße: über 10.000 Mitarbeiter:innen

Branche: Verkehr und Lagerei



Salon Madiva, Wolkersdorf

Natascha Stidl, Geschäftsleitung

„BGF ist bei uns im Salon der rote Faden, der alles zusammenhält und uns dabei hilft, am Thema Gesundheit dranzubleiben.“



© Madiva

Seit dem Projekt „Gesundes Führen“ im Jahr 2015 hat BGF einen hohen und wichtigen Stellenwert im Friseursalon Madiva. Auch nach der Übernahme des Unternehmens durch Natascha Stidl im Jahr 2020 wird diese Philosophie weitergelebt. Naturnahes und gesundes Arbeiten gehen für sie Hand in Hand.

Was waren Ihre Motive, sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Ich habe den Betrieb im März 2020 von meiner Vorgängerin übernommen, da war BGF bei uns schon eingeführt. Schon als Mitarbeiterin hat es mir sehr gut gefallen, dass in unserem Betrieb auf Gesundheit geachtet wird und wir uns zu Beginn intensiv in Workshops und Gesprächen beteiligen konnten. Für mich war es also ganz klar, dass ich BGF im Betrieb weiterführen werde.

Wie setzen Sie BGF konkret in der Praxis um und welche Umsetzungsmaßnahmen waren besonders erfolgreich – gab es Highlights?

Wir haben einen Pausenraum gestaltet und ihn mit Yogamatten und Gymnastikbällen ausgestattet. Über Schulungen der BGF-Toolbox haben wir von der gesundheitlichen Wirkung von „Powerpausen“ erfahren, die führen wir jetzt regelmäßig durch und nützen dafür diesen Raum. Wir achten darauf, dass unser Raumklima sehr gut ist, und nützen dafür ätherische Öle. Im Team gibt es ein sehr wertschätzendes Klima – das ist gerade im Friseurbetrieb sehr wichtig. Quartalsmäßig führen wir Teambesprechungen mit „Gesunden Dialogen“ durch. BGF ist dabei immer eingebaut, Mitarbeiterinnen bringen ihre Ideen ein und wir planen damit unsere Maßnahmen. Um alle Ideen vorab zu sammeln, gibt es eine Pinnwand in der Küche. Wenn jemanden eine Idee zur Förderung von Gesundheit hat, wird das dort notiert und in die Besprechung aufgenommen. Entschieden wird dann gemeinsam – wir fragen uns immer: „Ist das gut für uns, gut für das Team und gut für den Salon?“

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Es hat definitiv zu mehr Achtsamkeit im Team geführt. Wir gehen mit unseren eigenen Bedürfnissen und auch miteinander achtsamer um. Jede schaut gut auf sich und auf die anderen, bringt Ideen ein und bleibt am Thema Gesundheit dran. Seit einem gemeinsamen Workshop zur Franklin-Methode ist auch die Achtsamkeit für unseren Körper und unser mentales Wohlbefinden gestiegen.

Wie gelingt es Ihnen, Ihre Mitarbeiterinnen für das Thema Gesundheit zu begeistern?

Wir sind ausschließlich Frauen im Team und alle Angebote richten sich nach den Bedürfnissen und Vorschlägen, die die Mitarbeiterinnen einbringen. Alle Mitarbeiterinnen werden bei den „Gesunden Dialogen“ und der Planung von Maßnahmen eingebunden.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Geschäftsführerin beim Thema BGF?

Ich habe definitiv eine Vorbildwirkung. Ich habe vier Kinder, dadurch habe ich mich immer schon intensiv mit Gesundheit beschäftigt. Es nützt nichts, nur über Gesundheit zu reden, ich muss es aktiv (vor-)leben.

Was macht die BGF-Marke in Ihrem Unternehmen so besonders?

Besonders bei uns ist, dass sich BGF wie ein roter Faden durch alles im Unternehmen zieht und uns einfach dranhält. Wenn man unseren Salon betritt, spürt man die „BGF-Energie“. Auch unsere Kundinnen und Kunden schätzen das sehr, sie erleben das positive Klima und tauschen sich mit uns über Gesundheit aus. Das BGF-Gütesiegel steht sehr präsent gleich im Eingangsbereich, darüber kommen wir mit unseren Kundinnen und Kunden zu unterschiedlichen Gesundheitsthemen ins Gespräch und fördern indirekt auch bei ihnen das Gesundheitsbewusstsein.

Welche Hürden mussten überwunden werden?

Die Terminfindung für unsere Quartalsbesprechungen ist zeitweise nicht so einfach, ansonsten sehe ich aber wenig Hürden. Ich vermute, dass meine Vorgängerin bei der Einführung von BGF vielleicht mehr Hürden hatte, ich selbst bin jetzt Nutznießerin davon, dass es ganz selbstverständlich im Betrieb verankert ist.

Wie fördern Sie Innovation und Kreativität in Ihrem Unternehmen im Zusammenhang mit BGF?

Wir werden inspiriert von verschiedenen Aussendungen und Angeboten der ÖGK oder durch Zeitschriften oder Vernetzungsveranstaltungen und dem Austausch mit anderen.

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Betrieben geben, die BGF einführen möchten?

Wenn jemandem Gesundheit grundsätzlich am Herzen liegt, ist der BGF-Prozess eine gute Unterstützung auf dem Weg, das Thema auch im Unternehmen zu leben. Dabei ist Gemeinsamkeit besonders wichtig, d. h. eigene Ideen einzubringen und sie gemeinsam umzusetzen.

Bundesland: Niederösterreich

Betriebsgröße: bis 10 Mitarbeiter:innen

Branche: Erbringung persönlicher Dienstleistungen



SAM GmbH, Kindberg

Mag.^a Kathrin Podolan (Prokuristin,
Personalleitung, Qualitätsmanagement)

„Durch die transparente Einführung der BGF konnten wir die Wertschätzung gegenüber unseren Mitarbeitenden strukturiert und messbar vermitteln.“



© SAM GmbH

Seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 2015 ist im Sicherheitstechnischen Kompetenzzentrum für Technische Dokumentation, CE-Kennzeichnung und Arbeitssicherheit die Zufriedenheit und Gesundheit der Mitarbeiter:innen ein zentrales Anliegen der Geschäftsführung. Das Unternehmen ist im Bereich Gesundheit und Sicherheit ISO-zertifiziert und wurde seit 2023 bereits zweimal mit dem BGF-Gütesiegel ausgezeichnet.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Unser Unternehmen ist mit Technischer Dokumentation, CE-Kennzeichnung und Produktsicherheit in einem Nischenbereich tätig. Qualifizierte Expertinnen und Experten sind am Markt nicht einfach verfügbar – unsere Personalentwicklung erfolgt vor allem durch interne Qualifizierung sowie tägliche Praxis. Die dabei erworbenen Kompetenzen machen sie zu unserer wichtigsten Ressource. Für uns im Führungsteam war es daher von Beginn an essenziell, achtsam mit ihnen umzugehen und sie nicht nur als Arbeitskraft, sondern als Individuen wertzuschätzen. Aus diesem Verständnis heraus haben wir bereits in den Anfangsjahren zahlreiche gesundheitsfördernde Einzelmaßnahmen wie bezahlte Kommunikationspausen, Bewegungseinheiten und den klassischen Obstkorb umgesetzt. Durch die Nominierung zum steirischen Gesundheitspreis „fit im job“ wurden wir auf die Qualitätskriterien der BGF in Österreich aufmerksam. In weiterer Folge haben wir unser firmeneigenes Projekt „FIT4SAM“ mit klar definierten Zielen und Maßnahmen entwickelt. Seit 2023 ist die BGF als internes Projekt ein fixer Bestandteil unserer Unternehmenskultur und fest in unserem Leitbild verankert.

Wie setzen Sie BGF konkret in der Praxis um und welche Umsetzungsmaßnahmen waren besonders erfolgreich – gab es Highlights?

Das BGM-Team definiert jedes Jahr ein zentrales Gesundheitsmotto. Dieses Motto wird in der strukturierten Jahreszyklusplanung durchgängig berücksichtigt und mit vielfältigen Aktivitäten umgesetzt. Die konkreten Maßnahmen in den Bereichen mentale Gesundheit, Bewegung, Entspannung und Ernährung orientieren sich an den Jahreszeiten – Frühling, Sommer, Herbst und Winter. Ein besonderes Highlight ist unsere „SAM-Powerpause“, für die wir das Programm „Mitarbeitende bewegen Mitarbeitende“ an unsere Bedürfnisse angepasst und weiterentwickelt haben. Sie wird jeden Dienstag um 10 Uhr für 15 Minuten angeboten – zu einem Zeitpunkt, zu dem auch alle Teilzeitkräfte im Unternehmen anwesend sind. Es ist uns ein besonderes Anliegen, auch diese gezielt zu erreichen. Alle Aktivitäten sind mit Kennzahlen hinterlegt, zudem werden die Teilnahmequoten regelmäßig evaluiert. Die Beteiligung liegt bei rund 90 % und ist damit außergewöhnlich hoch. FIT4SAM-Aktivitäten sind zudem im Firmenterminkalender verankert und bleiben so präsent. Unser Betrieb ist im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheit nach ISO 9001 sowie ISO 45001 zertifiziert – dies gewährleistet eine nachvollziehbare Integration des BGM in unsere Prozesse.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Mit der Einführung der BGF haben wir eine Struktur geschaffen, mit der wir Wertschätzung gezielt und nachvollziehbar vermitteln können. Das Gesundheitsbewusstsein hat sich deutlich verbessert, zugleich wurde auch unser Zusammengehörigkeitsgefühl gestärkt – wir unternehmen heute wesentlich mehr gemeinsam. Menschen ganzheitlich zu sehen, ist uns ein zentrales Anliegen – gerade im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung gewinnt das zunehmend an Bedeutung.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Führungskraft beim Thema BGF?

Ich sehe mich als Initiatorin und Impulsgeberin, die zugleich den finanziellen Rahmen und die notwendige Sicherheit schafft, damit sich die Kolleginnen und Kollegen im BGM-Team entfalten, Ideen entwickeln und neue Ansätze ausprobieren können. Für die Reflexion und Planung unseres Jahreszyklus nutzen wir bewusst auch die inspirierende Umgebung der Natur. Gerade wenn es gut läuft, darf man nicht stehen bleiben – ein verstaubtes BGM bringt schließlich niemandem etwas.

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Betrieben geben, die BGF einführen möchten?

Wichtig ist, zunächst furchtlos auszuprobieren, auf sich selbst und auf das Team zu achten und sich auch zu erlauben, einmal zu scheitern – denn nicht jede Maßnahme funktioniert auf Anhieb oder wird gleichermaßen angenommen. BGF schafft mehr als Gesundheit: Sie stärkt Wertschätzung, Zusammenhalt und Menschlichkeit in der heutigen digitalen Arbeitswelt.

Bundesland: Steiermark

Betriebsgröße: bis 50 Mitarbeiter:innen

Branche: Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen



SPAR Österreichische Warenhandels AG – Zentrale Dornbirn, Dornbirn

Mag.^a Carina Pollhammer, Geschäftsführerin SPAR Vorarlberg
Lenka Lauren, MA, BGF-Verantwortliche

„Wir machen uns stark für die Lebensqualität unserer Mitarbeitenden. Denn wenn Menschen gesund sind, dann ist das nicht nur für jeden Einzelnen wichtig, sondern auch für unser Unternehmen der Schlüssel zum langfristigen Erfolg.“



© SPAR Vorarlberg / Hirschbühl Fotografie

Seit 2011 lebt das Unternehmen mit der österreichweiten Initiative „Gesund bei SPAR“ ein umfassendes Programm, welches das Gesundheitsbewusstsein im gesamten Konzern stärkt und das Gesundheitsverhalten langfristig positiv verändert. Die konkrete Umsetzung baut dabei auf regionale Strukturen und Schwerpunkte. Auch in der SPAR-Zentrale Dornbirn ist die BGF seit vielen Jahren ein fixer Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Die gesundheitsorientierten Maßnahmen basieren dabei auf den Säulen Ernährung, Bewegung, mentale Fitness und Vorsorge.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Als Familienunternehmen sehen wir Gesundheit als unsere Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden – aber auch als Ausdruck von Wertschätzung und Respekt. Das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden hat daher für uns einen sehr hohen Stellenwert. Unser Ziel war es von Anfang an, eine Arbeitsumgebung zu schaffen, in der sich Menschen langfristig gut aufgehoben fühlen, unterstützt werden und ihre Gesundheit gestärkt wird. Die vielfältigen Tätigkeiten unserer Mitarbeitenden im Verkauf, in der Lagerlogistik oder der Produktion fordern täglich körperlichen Einsatz. Daher war es für uns ein wichtiges Motiv, Rahmenbedingungen zu schaffen, die unterschiedliche Lebenssituationen berücksichtigen und präventiv wirken. Wir sehen daher BGF nicht als Instrument zur Leistungssteigerung, sondern es steht für uns das Wohlbefinden der Menschen im Vordergrund.

Wie setzen Sie BGF konkret in der Praxis um und welche Umsetzungsmaßnahmen waren besonders erfolgreich – gab es Highlights?

Viele Unternehmen setzen auf klassische Angebote wie Bewegungsevents oder Ernährungskampagnen – das tun wir auch. Was uns jedoch besonders auszeichnet, sind unsere Kooperationen und die Tiefe unserer Angebote. Ein weiteres Highlight ist die Zusammenarbeit mit einem wissenschaftlichen Institut, das evidenzbasierte Empfehlungen für gesunde Gemeinschaftsverpflegung liefert. Im Bereich mentale Fitness kooperieren wir mit der Caritas und bieten professionelle Sozialberatung an. Ursprünglich starteten wir mit psychologischer Betreuung auf anonymer Basis. Daraus entwickelte sich später eine umfassendere Sozialberatung, die heute regelmäßig direkt an den Standorten präsent ist.

Die Themen sind vielfältig und reichen von finanziellen und familiären Herausforderungen bis hin zur Gewaltprävention. Gerade in einer Belegschaft mit hohem Frauenanteil spielen diese Themen eine große Rolle. Wichtig ist uns dabei absolute Vertraulichkeit und ein niederschwelliger Zugang.

Sehen Sie Schnittstellen zwischen BGF, Digitalisierung und Nachhaltigkeit?

Definitiv. Die Digitalisierung bringt viele Veränderungen mit sich, die auch Stress verursachen können. Neue Systeme und Prozesse entstehen ständig und nicht alle Mitarbeitenden können damit sofort umgehen. Hier setzen wir mit gezielten Schulungen an, um Unsicherheiten zu reduzieren. Auch im Bereich Nachhaltigkeit gibt es klare Verbindungen. Unser Unternehmensleitbild umfasst unter anderem die Förderung eines bewussten Lebensstils und die Unterstützung gesunder Lebensweisen – sowohl für Kundinnen und Kunden als auch für Mitarbeitende.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Geschäftsführerin beim Thema BGF?

Ich sehe meine Rolle als Geschäftsführerin darin, die Rahmenbedingungen zu schaffen, damit gesundes Arbeiten in unserem Unternehmen überhaupt möglich ist. BGF ist für uns mehr als ein Zusatzangebot, es ist zentraler Bestandteil unserer Führung, unserer Organisation und unserer Unternehmenskultur. Unser Ziel ist klar: Wir machen uns stark für die Lebensqualität unserer Mitarbeitenden. Denn wenn Menschen gesund sind, sich wohlfühlen und gerne arbeiten, dann ist das nicht nur für jeden Einzelnen wichtig, sondern auch für unser Unternehmen der Schlüssel zum langfristigen Erfolg.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Natürlich freuen wir uns über Auszeichnungen wie das BGF-Gütesiegel, aber der eigentliche Mehrwert liegt im Inneren des Unternehmens. BGF bewegt Menschen. Es schafft Bewusstsein, bringt Mitarbeitende zusammen und fördert eine Kultur des Miteinanders. Der Erfolg zeigt sich vor allem im Engagement der Teams und in der täglichen Umsetzung. Im Endeffekt geht es darum, dass sich die Menschen bei uns gut aufgehoben fühlen und dass sie gerne arbeiten.

Bundesland: Vorarlberg

Betriebsgröße: bis 2.000 Mitarbeiter:innen

Branche: Handel



Straßenmeisterei Sierndorf

Dipl.Ing. Dr. Wolfgang Dafert (Leitung Straßenbauabteilung)
Ulrich Rinner (Leitung Straßenmeisterei, BGF-Leitung)

„Wir erhalten mit BGF einen 360-Grad-Blick auf unser Unternehmen, auf die Arbeit an sich, die Arbeitsumgebung, die Zusammenarbeit an den Schnittstellen, auf Kommunikation und Führung und auf die individuellen Sorgen von Mitarbeitenden.“



© NÖ Straßendienst

Die Straßenmeisterei Sierndorf ist Teil des NÖ-Straßendienstes und betreut 215 der insgesamt rund 13.600 Kilometer Straßen des Landes Niederösterreich. Sie sorgt auf den Landesstraßen mit 20 Fahrzeugen im Gebiet von acht Gemeinden in zwei politischen Bezirken für Straßenbau, -betrieb, -erhaltung und Winterdienst. Der NÖ-Straßendienst betreut mit rund 3.400 Mitarbeitenden neben den Straßen knapp 4.600 Brücken, über 480 Kreisverkehre und fast 1.000 Verkehrslichtsignalanlagen.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Ich bin vor 12 Jahren gerade Leiter der Straßenmeisterei geworden und wurde gefragt, ob ich BGF bei uns einführen will. Ich dachte, das klingt cool, also machen wir das – ohne zu wissen, wie viel nachgehende Arbeit es bedeutet. Umso schöner ist es zu sehen, was sich alles entwickelt hat und wie gut es in den Regelbetrieb integriert ist. BGF ist bei uns mittlerweile ein „Selbstläufer“ geworden. Vonseiten meines Vorgesetzten Wolfgang Dafert gab es damals und gibt es auch heute sehr viel Unterstützung, auch wenn unsere Mitarbeitenden anfangs etwas vorsichtig waren.

Wie setzen Sie BGF konkret in der Praxis um und welche Umsetzungsmaßnahmen waren besonders erfolgreich – gab es Highlights?

Unsere Schwerpunkte liegen seit vielen Jahren im Bereich Ernährung, Bewegung und Kommunikation. Begonnen haben wir mit Wirbelsäulenanalysen und wir haben Rückengymnastik angeboten, damit unsere Rückenmuskulatur für die schwere körperliche Arbeit gestärkt wird. Am lustigsten war dann aber unser Ernährungsworkshop für Männer im Bau- und Baunebengewerbe. Nach anfänglichen Widerständen – „Sollen wir jetzt tatsächlich Aufstriche, Wraps oder Sandwiches selbst machen?“ – haben alle mitgemacht. Eine Weiterentwicklung war „Gesundes Grillen“. Dafür haben wir selbst einen Griller und später mit den Lehrlingen auch eine Kräuterspirale und ein Hochbeet gebaut. Seit vier Jahren pflegen die Mitarbeiter:innen die Kräuter und das Gemüse selbst.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Die Zahlen der Krankenstände aufgrund von Beschwerden im Bewegungsapparat und Bandscheibenprobleme sind definitiv zurückgegangen. Die Straßenmeisterei Sierndorf liegt in der aktuellen Krankenstandsstatistik unter den besten fünf von rund 70 Dienststellen und hat die geringsten Krankenstände. BGF hat unser Miteinander verändert. Wir unternehmen viel miteinander, haben ein gemeinsames Ziel, gemeinsame Projekte und machen auch etwas für andere. Gesund in der Arbeitswelt zu sein und gesund in die Pension zu gehen, das bringt BGF.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Führungskraft beim Thema BGF?

Mir ist es wichtig, dass es den Mitarbeitenden gut geht, gleichzeitig habe ich auch einen gesetzlichen Auftrag, Mitarbeiter:innen zu führen und ihre Arbeitsleistung sicherzustellen. Dabei bin ich sehr offen in der Kommunikation und ermögliche direkte Wege. Meine Rolle ist es, BGF nicht nur zuzulassen, sondern auch finanzielle und organisatorische Rahmenbedingungen zu schaffen und zu zeigen, dass es mir wichtig ist, dass Mitarbeitende bis ins hohe Alter gesund bleiben.

Welche Hürden mussten überwunden werden?

Die Skepsis der Beschäftigten war anfangs groß. Wir sind ein stark männerdominierter Betrieb und „ein echter Mann“ braucht ja keine Unterstützung, keine Gymnastik und weiß auch wie eine „g'scheite“ Jause von der Fleischerei aussehen soll. Viele dachten: „Wer braucht schon ein Kommunikationstraining?“ Wenn man diese ursprünglichen Hemmnisse überwunden hat, wird es aber von genau diesen Beschäftigten auch eingefordert.

Welche Schwerpunkte setzen Sie für die Zukunft?

Der Schwerpunkt in diesem Jahr ist „Kommunikation“ und der Umgang mit Druck von außen. Wir sind im Straßenbau und da die „Straßenerhaltung immer im Weg“ ist, gibt es nicht immer Verständnis dafür seitens der Bevölkerung. Dieses Spannungsfeld in der zwischenmenschlichen Kommunikation müssen unsere Beschäftigten aushalten und wir wollen sie dabei unterstützen damit besser umgehen zu können.

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Betrieben geben, die BGF einführen möchten?

Einfach mal beginnen, man stellt es sich anfangs ja ganz anders vor, als es sich dann entwickelt. Mit Ideen starten, von denen man glaubt, dass man sie gut integrieren kann, diese konsequent weiterverfolgen und wenn etwas mal nicht funktioniert, sie auch wieder fallen lassen und etwas Neues machen.

Bundesland: Niederösterreich

Betriebsgröße: bis 50 Mitarbeiter:innen

Branche: Erbringung sonstiger Dienstleistungen



Trench Austria GmbH, Leonding

Bettina Schneeberger, BGF-Beauftragte

„Ein wesentlicher Schritt war, dass wir vor zwei Jahren unser BGF-Team um Mitarbeitende aus der Produktion erweitert haben. Der direkte Draht zur Produktion ist für uns äußerst hilfreich.“



© Trench Austria

Trench Austria zählt zu den führenden Anbietern von Hochspannungskomponenten, die weltweit zur Energiewende beitragen. Seit über 10 Jahren entwickelt das Unternehmen BGF strukturiert weiter. Hervorzuheben sind die zielgruppenspezifische Sichtweise und eine breit gelebte Partizipation bei der Entwicklung von Maßnahmen.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Wir wollten die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden fördern und dadurch langfristig erhalten, wenn möglich sogar verbessern. Dafür ist es erforderlich, gerade jene Mitarbeitenden zu erreichen, die nicht besonders gesundheitsbewusst sind. Das ist die eigentliche Herausforderung. Zudem möchten wir einen Beitrag dazu leisten, krankheitsbedingte Ausfälle zu reduzieren und eine positive Unternehmenskultur zu stärken.

Haben Sie da Praxistipps, wie dies in einem Unternehmen gelingen kann?

Als Produktionsbetrieb hatten wir immer die Schwierigkeit, die Mitarbeitenden in der Produktion mit BGF zu erreichen und zu motivieren. Ein wesentlicher Schritt war, dass wir vor zwei Jahren unser BGF-Team um Mitarbeitende aus der Produktion erweitert haben. Der direkte Draht zur Produktion ist für uns äußerst hilfreich. Bei uns haben die Mitarbeitenden mit unserer „Vernetzungsliste“ die Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen. Durch die Umsetzung dieser Maßnahmen wird eine breitere Akzeptanz erreicht und die Motivation, daran teilzunehmen, steigt.

Was sind die Erfolgsfaktoren der BGF in Ihrem Unternehmen?

Die Aufstockung und Zusammensetzung des BGF-Teams mit Mitarbeitenden aus den verschiedenen Bereichen bringt einen hohen Mehrwert. Die BGF wird beim Willkommenstag, der zweimal im Jahr für neue Mitarbeitende stattfindet, vorgestellt. Hier haben wir die Möglichkeit, das BGF-Programm und die zuständigen Ansprechpersonen vorzustellen. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist, dass wir unseren Gesundheitstag in einen Gesundheitsmonat umgewandelt haben. Uns ist ebenso wichtig, dass wir

regelmäßig Schwerpunkte in der Produktion setzen, beispielsweise Mini-Workshops direkt vor Ort über einen Zeitraum von drei Wochen, um alle Schichten zu erreichen.

Sie setzen auch auf digitale Gesundheitsinformationen und auf die Stärkung der Gesundheitskompetenz. Was bieten Sie hier genau an?

Wir nutzen ein firmeninternes digitales Netzwerk, das Mitarbeitende ohne eigenen E-Mail-Zugang über ihr Mobiltelefon nutzen können. Auf dieser Plattform sind nicht nur Informationen zu unseren eigenen BGF-Aktivitäten zu finden, sondern auch alle Beratungsstellen in unserer Umgebung. Darüber hinaus gibt es Kurzvideos für die bewegte Pause und zu anderen Inhalten. In Zukunft wird das Thema BGF sicher noch viel stärker digitalisiert sein, sodass wir Mitarbeitende erreichen können, die bislang eher von Informationen abgeschnitten waren.

Sie haben auch Schwerpunkte im Bereich der psychischen Gesundheit gesetzt. Was bieten Sie hier konkret an?

Die psychische Gesundheit unserer Mitarbeitenden ist uns ein großes Anliegen. Wir haben daher ein anonymes Beratungsangebot mit einem Umfang von drei Stunden pro Person eingeführt. Die Mitarbeitenden können zwischen einer Psychologin und einem Psychologen wählen und eine Beratung in Anspruch nehmen. Dieses Angebot wird sehr gut angenommen. Wir sehen bereits positive Auswirkungen in Bezug auf Langzeitkrankenstände und Wiedereingliederung.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen sonst noch bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Das Gesundheitsbewusstsein hat sich allgemein verbessert. Den größten Effekt sehen wir jedoch in der Stärkung der Gemeinschaft im Betrieb. Bei internen Veranstaltungen werden Kontakte über den eigenen Bereich hinaus geknüpft und man lernt sich von einer anderen Seite kennen. Diese Veranstaltungen wirken sich sehr positiv auf das Teambuilding und die Bindung ans Unternehmen aus.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als BGF-Beauftragte im Unternehmen?

Als BGF-Verantwortliche sehe ich meine Rolle vor allem darin, die strategische Bedeutung von Gesundheit im Unternehmen zu verankern. Mir ist es wichtig, das Thema aktiv zu begleiten und kontinuierlich weiterzuentwickeln. Ich verstehe mich selbst als Impulsgeberin und Brückenbauerin, um das Thema Gesundheit gemeinsam mit dem gesamten Team voranzubringen. Für mich ist es entscheidend, nicht an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden vorbeizuplanen.

Bundesland: Oberösterreich

Betriebsgröße: bis 250 Mitarbeiter:innen

Branche: Herstellung von Waren



Im Dialog mit Prof. (FH) Mag. Dr. Erwin Gollner, MBA, MPH

Departmentleiter an der Hochschule Burgenland

„Es ist in jedem Fall eine Win-win-Situation für Unternehmen, Gesundheitsförderung mit ökologischen Ansätzen zu verbinden.“



© Hochschule Burgenland GmbH

Planetare Gesundheit beschreibt im Kern den Ansatz, dass die Gesundheit des Menschen und die des Planeten, auf dem er lebt, eng miteinander verbunden sind. Diese gemeinsame Betrachtungsweise eröffnet auch zahlreiche Synergien zwischen BGF und ökologischer Nachhaltigkeit. Mag. Dr. Erwin Gollner bereitet seit Jahren die Verbindung von BGF und ökologischer Nachhaltigkeit wissenschaftlich auf und ist ausgewiesener Experte in diesem Feld.

Was hat die enge Verbindung von Gesundheit und ökologischer Nachhaltigkeit im Betrieb in den letzten Jahren forciert?

Ausgangsbasis ist unserer Erfahrung nach die Erkenntnis, dass Ziele der Gesundheitsförderung oft ident mit den Zielsetzungen der ökologischen Nachhaltigkeit sind. Manchmal ziehen diese ökologischen Argumente sogar mehr, wenn es um Veränderungsbedarf geht, aber es ist in jedem Fall eine Win-win-Situation für Unternehmen, Gesundheitsförderung mit ökologischen Ansätzen zu verbinden. Gesunde Umwelt, gesunde Mitarbeiter:innen und gesunde Unternehmen sind ja eng miteinander verknüpft. Diese Perspektive ist zu unterscheiden vom Nachhaltigkeitsdiskurs der BGF, welche stärker den Aspekt der langfristigen Wirkung von Gesundheitsförderung in den Mittelpunkt stellt.

Welche Rolle spielen dabei die gesetzlichen Standards im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung?

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung auf Ebene der Europäischen Union war anfangs sicher ein wichtiger Schub für das Thema. Angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Situation hat der Fokus von der ökologischen auf die soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit gewechselt. Ein Aspekt ist die politische Perspektive in Richtung Ökologisierung und Umweltschutz; die andere Perspektive ist aber auch der gesellschaftliche Druck, der vor allem von jungen Menschen ausgeht. Bei der Wahl des Arbeitgebers oder der Arbeitgeberin spielt die Frage nach der ökologischen und sozialen Verantwortung des Unternehmens eine immer größere Rolle.

Wo stehen österreichische Betriebe in der Verbindung dieser beiden Handlungsfelder aktuell?

Ich würde meinen eher in der Pionierphase. Wir sehen natürlich Einzelmaßnahmen – gerade im Bereich der Mobilität – aber noch wenig strukturierte Konzepte. Gerade der interne Strukturaufbau im Unternehmen wäre aber ein wesentlicher Entwicklungsschritt. Da sind andere europäische Länder möglicherweise etwas weiter.

Was wäre ein erster Schritt in diesem innerbetrieblichen Strukturaufbau?

Die praktische Umsetzung beginnt damit, dass man die Themen im Unternehmen auch personell verknüpft. In vielen Betrieben gibt es Nachhaltigkeits- sowie Gesundheitsexpertinnen und -experten, die jeweils Konzepte entwickeln, sich manchmal aber gar nicht kennen, geschweige denn eng austauschen. Dieses Nebeneinander ist nicht sinnvoll.

Was können, neben diesem wichtigen strukturellen Aspekt, erste Schritte in Richtung Umsetzungspraxis sein?

Auf der Ebene der Umwelt zeigen sich die Themen Alltagsmobilität, Elektromobilität, Firmenfahrrad oder auch regionale Ernährung; weiters die Entwicklung effizienter Arbeitsprozesse zur Vermeidung von Müll. Ein anderer Ansatz wären umweltfreundliche und gesundheitsfördernde Gemeinwohlaktivitäten, wie beispielsweise Plogging. Das ist ein aus Skandinavien stammender Fitnesstrend, der das Joggen mit dem Aufsammlen von Müll verbindet. Auf Ebene des Arbeitsumfeldes werden umweltfreundliche Kühl- und Belüftungssysteme am Arbeitsplatz immer relevanter. Viele Unternehmen werden zukünftig auch Hitzeschutzpläne brauchen, um in den Sommermonaten gesundheitsgerechte Arbeitsplätze bieten zu können.

Wenn Unternehmen konkret ins Tun kommen möchten, was wären sinnvolle Schritte?

Das hängt davon ab, wo das Unternehmen steht. Die beiden Handlungsfelder gemeinsam zu denken wird aber schon viel bringen. Darauf aufbauend kann man auf die konkrete Maßnahmenebene gehen und anhand der drei ESG-Säulen (Environmental – Social – Governance) planen: Was machen wir auf ökologischer Ebene, was auf Ebene der sozialen Nachhaltigkeit und was auf Ebene der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit? Alle Nachhaltigkeitsmodelle enthalten auch den Aspekt der sozialen Nachhaltigkeit und der sozialen Verantwortung. BGF könnte man unter diesem Aspekt auch als wesentliches Element der sozialen Nachhaltigkeit verstehen.

Dazu hat die Hochschule Burgenland im Auftrag des Fonds Gesundes Österreich und des Deutschen Dachverbands Betriebskrankenkassen (BKK Dachverband) einen Wissensband veröffentlicht: Szabo Barbara, Wallner Nina, Osztovics Selina, Schnabel Florian, Gollner Erwin, Lang Gert & Blum Michael (2025). Gesundheit und Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz gemeinsam gedacht: Argumente, Qualitätskriterien und Praxisanregungen zur Verknüpfung der beiden Themen im Setting Betrieb. Fonds Gesundes Österreich und BKK Dachverband. <https://fgoe.org/node/4489>

Universität für Bodenkultur, Wien

Dipl.-Ing.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Kirsten Sleytr,
Arbeitnehmerschutz und Gesundheit

„Ich finde den Zugang gut, die Verschränkung von BGF und ökologischer Nachhaltigkeit mit kleinen Schritten zu beginnen, aber von Anfang an strategisch groß zu denken“



© privat

Die Universität für Bodenkultur Wien (BOKU) widmet sich in Lehre und Forschung dem Thema Nachhaltigkeit und dem Management natürlicher Ressourcen. Die Verbindung von ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit ist damit gleichsam in der „DNA“ der BOKU verankert. Seit Jahren werden im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements gesundheitsfördernde und ökologisch nachhaltige Maßnahmen entwickelt und umgesetzt. Für dieses Engagement wurde die BOKU mit dem erstmals verliehenen Preis für „green BGF“ ausgezeichnet.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Der Ursprung liegt eigentlich bei der Vorsitzenden des Betriebsrats, die von BGF gehört und dann die Initiative Gesundheit gestartet hat. Im Jahr 2012 sind wir dann mit einem strukturierten BGF-Projekt gestartet. Ziel war das Wohlbefinden der Mitarbeitenden ganzheitlich zu stärken. Von Beginn an stand dabei auch die soziale Verantwortung unserer Universität im Mittelpunkt.

War die Verbindung von BGF und ökologischer Nachhaltigkeit von Beginn an für Sie ein Ziel oder hat sich das im Laufe der Jahre entwickelt?

Beide Themenfelder haben sich mit der Zeit verwoben. Da wir von Beginn an in Richtung Betriebliches Gesundheitsmanagement gedacht haben, waren wir immer auch auf der Suche nach Themen, die hier integriert werden könnten. Wir haben dann im Sinne der Nachhaltigkeit Initiativen wie die Aktive Mobilität in unsere Gesundheitsförderung eingebunden. Neben der strukturellen Verknüpfung von BGF und Mobilitätsmanagement haben wir auf Green Meetings und die Bewusstseinsbildung rund um CO₂-Reduktion gesetzt. Ein weiterer Aspekt ist der Bereich Ernährung, wo beispielsweise in unserer Mensa alle tierischen Produkte biologischer Herkunft sind.

Welche positiven Auswirkungen und welchen Nutzen sehen Sie durch diese Verbindung von BGF und Nachhaltigkeit?

Als erstes haben sich die internen Vernetzungen verstärkt. Seitens des Gesundheitsmanagements sind wir seitdem in vielen internen Gremien vertreten, wie zum Beispiel einem Netzwerk für Umwelt-

management. Es gibt an unserer Universität auch ein Zentrum für globalen Wandel. Auch hier arbeiten wir zusammen, z. B. am sogenannten Nachhaltigkeitstag, wo wir auch mit BGF-Themen vertreten waren. Wir sind dadurch sowohl intern als auch extern viel sichtbarer geworden. Auch die strategische Verankerung hat sich positiv entwickelt, bis hin zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und einer ISO-Zertifizierung. Sehr wichtig war dabei immer auch die Unterstützung durch das Rektorat, welches uns von Beginn immer in diesem Ansatz gefördert hat.

Die Verbindung von sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit ist für viele Unternehmen ein spannender Ansatz. Wie sehen Sie das aus Ihrer Praxis?

Für mich ist diese Verbindung nicht mehr trennbar. Ich finde den Zugang gut, die Verschränkung von BGF und sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit mit kleinen Schritten zu beginnen, aber von Anfang an strategisch groß zu denken. Manche Unternehmen sagen, wir fangen mit so großen Themen gar nicht an, aber mehr als scheitern kann man nicht und dann hat man es wenigstens einmal probiert und die Samen gesetzt.

Welche Hürden mussten überwunden werden?

Eine Herausforderung ist sicher die strukturelle Komplexität der Universität für Bodenkultur mit 3000 Mitarbeitenden an unterschiedlichen Standorten, in unterschiedlichen Gebäuden, in unterschiedlichen Departments und Organisationseinheiten. Und natürlich kann da die Koordination unterschiedlicher Meinungen und Erwartungen oft aufwendig sein. Bislang haben wir das aber gut bewältigt, indem wir sehr transparent kommunizieren und das Ganze ein sehr partizipativer Prozess ist.

Welche Empfehlung würden Sie Unternehmen geben, die sich jetzt da auf den Weg machen, diese beiden Thematiken miteinander zu verbinden?

Also zuerst, dass der Wille und die personellen Ressourcen bereitgestellt werden. Dann unbedingt das Ganze als partizipativen Prozess denken und sich auch nicht scheuen, mal proaktiv Unterstützung von außen einzuholen. Es wird aus meiner Sicht immer wichtiger Megatrends wie Digitalisierung oder ökologische Nachhaltigkeit mit BGF zu verknüpfen. Dadurch ist dann auch BGF kein Projekt mit einem Enddatum mehr, sondern wird zum kontinuierlichen Organisationsentwicklungsprozess.

Bundesland: Wien

Betriebsgröße: über 1.000 Mitarbeiter:innen

Branche: Erziehung und Unterricht



Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft, Wien

René Unger, Vorsitzender des Vorstandes und CEO
Birgit Danler, Strategische und operative Leitung BGM

„Die Herausforderungen in einer sich laufend verändernden Welt werden für Mitarbeitende immer größer. Daher müssen wir in deren Gesundheit investieren.“



© Zürich AG

Unter dem Dach „Zürich Vital“ hat das Unternehmen konsequent Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) auf- und ausgebaut. Dabei sind eine durchdachte Zielgruppenorientierung und eine große Anzahl an Kooperationen mit externen Partnerinnen und Partnern wichtige Elemente einer langfristigen Ausrichtung. Dadurch können immer wieder neue Trends und Themen aufgegriffen und gezielt Impulse zur Gesundheitsförderung gesetzt werden.

Was waren Ihre Motive, ein BGF-Projekt in Ihrem Unternehmen zu starten bzw. sich „langfristig“ für BGF zu entscheiden?

Das geht tatsächlich schon recht weit zurück – in die Jahre 2007 und 2008. Damals hat der Vorstand die Entscheidung getroffen, verstärkt Maßnahmen im Gesundheitsbereich für die Mitarbeitenden zu setzen. Von Anfang an war klar, dass es sich dabei nicht um ein kurzfristiges Projekt handeln sollte, sondern um eine langfristige Strategie. Ziel war es, nachhaltige Angebote zu schaffen, die allen Mitarbeitenden zugutekommen.

Wie haben Sie Ihr Gesundheitsprogramm konkret aufgebaut?

Wir arbeiten seit Beginn mit drei zentralen Säulen: körperliche, mentale und soziale Gesundheit. Dabei versuchen wir, ein Gleichgewicht zwischen diesen Bereichen herzustellen, auch wenn die körperliche Komponente oft etwas stärker im Fokus steht. Besonders wichtig ist uns, niederschwellige Angebote zu schaffen – also Tools und Maßnahmen, die einfach zugänglich sind und von den Mitarbeitenden eigenständig genutzt werden können. Darüber hinaus versuchen wir gesundheitsfördernde Rahmenbedingungen zu schaffen. Wir haben ein eigenes Vital Center und bieten während der Ferienzeit fünf Wochen Kinderbetreuung im Haus an. In einem eigenen Auszeitraum können sich Mitarbeitende in sehr stressigen Zeiten eine kurze Auszeit nehmen. Auch arbeiten wir stark mit externen Anlaufstellen, Arbeitspsychologie und mit der „Betriebliche Sozialberatung“ der Caritas zusammen. Über die Jahre hinweg haben wir darauf geachtet, dass unsere Angebote persönlicher und individueller werden. Ein Beispiel dafür sind Vital Coachings, die individuell auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden eingehen.

Was hat BGF in Ihrem Unternehmen bewirkt und welche Veränderungen nehmen Sie wahr?

Der größte Nutzen liegt darin, dass gesunde Routinen im Alltag der Mitarbeitenden angekommen sind. Außerdem haben wir viel Aufklärungsarbeit im Bereich mentale Gesundheit geleistet. Themen wie psychische Belastung oder Stress sind heute weniger tabuisiert. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Unternehmenskultur: Es entsteht ein Raum für Austausch und gegenseitiges Verständnis. Besonders beeindruckend ist es, wenn Mitarbeitende aktiv Unterstützung annehmen und offen über Herausforderungen sprechen. Daran zeigt sich, dass sich die Kultur verändert hat.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Führungskraft beim Thema BGF?

Die Vorbildwirkung ist zentral. Es ist wichtig, dass auch Führungskräfte selbst an Angeboten teilnehmen und zeigen, dass ihnen das Thema wichtig ist. Neben der Wertschätzung für das Thema Gesundheit braucht es aber natürlich auch Mittel. Daher ist ein klares Commitment des Vorstands – also die Bereitschaft, Ressourcen bereitzustellen und das Thema langfristig zu unterstützen – von großer Bedeutung. Die Herausforderungen in einer sich laufend verändernden Welt werden für Mitarbeitende immer größer. Deshalb müssen wir in deren Gesundheit investieren.

Welche Herausforderungen sehen Sie für die Zukunft?

Ein großes Thema ist die mentale Gesundheit. Begriffe wie Resilienz gewinnen zunehmend an Bedeutung. Mitarbeitende müssen lernen, mit den steigenden Anforderungen und Veränderungen umzugehen. Dazu kann BGF einen wichtigen Beitrag leisten.

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Betrieben geben, die BGF einführen möchten?

Zentral ist die Unterstützung durch die Unternehmensleitung. Ohne diese ist es schwierig, nachhaltige Strukturen aufzubauen. Außerdem braucht es klare Ansprechpartner:innen und eine sichtbare Struktur. Dann würde ich empfehlen, dem Gesundheitsprogramm einen eigenen Namen oder eine Marke zu geben. Das schafft Wiedererkennungswert und erleichtert die Kommunikation im Unternehmen. Schließlich ist es wichtig von Anfang an zu begreifen, dass BGF weit über Wohlbefinden oder Wellness hinausgeht. Im Kern handelt es sich um ein ganzheitliches Konzept, das tief in die Unternehmenskultur eingebettet sein sollte.

Bundesland: Wien

Betriebsgröße: über 1.000 Mitarbeiter:innen

Branche: Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen



Weitere Beispiele guter Praxis?



In den Broschüren finden Sie viele
ausgezeichnete BGF-Beispiele guter Praxis.

Diese Broschüren können Sie kostenlos
beim Fonds Gesundes Österreich bestellen:

Tel: 01/89 50 400,

E-Mail: fgoe@goeg.at oder auf
www.fgoe.org/broschuerenbestellung