

CHEFSACHE

LÖSUNGEN FÜR UNTERNEHMER

Ausgabe 01/2021

UNTERSCHÄTZTER ERFOLGSFAKTOR

Die gesunde Firma – darauf kommt es an

Eine gute Unternehmenskultur sorgt nicht
nur für eine motivierte Belegschaft,
sondern auch für bessere Zahlen im Betrieb.



MACHER IM GESPRÄCH
Bodo Janssen – wie
man aus Krisen lernt

GELDTIPP
Warum Versicherungen
gute Anlagepartner sind



Ich werde

unsere vielfältigen Risiken mit
umfassendem Schutz absichern.

In der Gothaer Gemeinschaft genießen
Sie bei Personen-, Sach- und Vermögens-
schäden einen Top-Dekungsumfang.

NEU:
Kosten für
Krisenberater
abgedeckt

Gothaer
Industrie-Haftpflichtversicherung

Mehr auf gothaer.de oder beim
Gothaer Berater in Ihrer Nähe.

Gothaer
Kraft der Gemeinschaft

4
Wer? Wie? Was? Wo?

Das Magazin in der „Chefsache“.

7
Chef-Kolumne

Finanztipp:
Ganzheitliche Diagnose für meine Firma.

8
Macher im Gespräch

Upstalsboom-Chef
Bodo Janssen über
Lehren aus Krisen.

10**TITELSTORY****Gesundheit – der
Trumpf für Firmen**

Gesunde Menschen,
gesunde Firma – so
motivieren Firmen ihre
Belegschaft (nicht nur)
in der Krise.



Wer sich an seinem Arbeitsplatz (oder im Homeoffice) wohlfühlt, gesund ist und fit bleibt, leistet mehr – eine Win-Win-Situation für Firma und Mitarbeiter.

Impressum

„Chefsache“: Exklusives Magazin für Unternehmerkunden der Gothaer Versicherung.

Herausgeber: Gothaer Allgemeine Versicherung AG, Arnoldiplatz 1, 50969 Köln.

Verantwortlich für den Herausgeber: Marcel Boßhammer, Astrid Hemmersbach-Mathen, Bogna Stöckner.

Konzept und Umsetzung: AEMEDIA

Chefredaktion: Astrid Hemmersbach-Mathen (Gothaer Unternehmenskommunikation), Andreas Eckhoff (AEMEDIA).

Redaktion: Andreas Eckhoff, Oliver Hardt (Foto), Stephan Kuhlmann (Gestaltung), Malte Säger, Achim Schneider, Alexander Siebert.

Druck: Barz & Beienburg GmbH, Köln.

18**GUT VERSICHERT****Alles aus
einer Hand**

Die Jolmes-Gruppe ist ein Multikonzern – nicht ganz einfach für die Absicherung.

20**Gründer:
Vorausschauend
fahren**

Mit einer neuen Business-Idee kommt Stefan Schlitt sicher durch die Krise.

22**Die beste Idee
meines Lebens**

Jürgen Henke, Erfinder der „Langen Nacht der Industrie“, über den Erfolg seines Engagements für KMU.



„Unser Gewissen kann uns Hinweise darauf geben, ob das, was wir tun, in Ordnung ist. Bei mir war viel nicht in Ordnung.“

Bodo Janssen, Unternehmer

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

es gibt kein Thema, mit dem wir uns in den zurückliegenden Monaten mehr beschäftigt haben als dem einen großen: unserer Gesundheit! Corona hat uns auf brutale Weise gezeigt, was wichtig ist im Leben und was nicht. Aber genau genommen ist das Thema „Gesund leben“ schon vor der Pandemie in den Fokus gerückt, nicht nur privat, sondern auch im Beruf. Immer mehr Unternehmen haben die Gesundheit als Trumpf erkannt – im Kampf um Fachkräfte, als Motivation für Mitarbeitende oder als Erfolgsfaktor fürs Business. Deshalb ist die Gesundheit das Schwerpunktthema dieser Ausgabe. Die „Chefsache“ erklärt, was Unternehmer und Unternehmerinnen wissen sollten. Warum das Wohlbefinden der Mitarbeitenden wichtig ist. Welchen Einfluss das alles auf die Kraft einer Firma hat – und wie eine Versicherung wie die Gothaer Unternehmen unter die Arme greifen kann. Wie eine gesunde Unternehmenskultur Erfolg und Misserfolg beeinflussen kann, weiß auch unser Gesprächspartner Bodo Janssen (S. 8), der einst im Kloster über das Verhältnis zu seinen Mitarbeitenden reflektierte – und dadurch eine erfolgreiche Führungskraft wurde.

Viel Freude beim Lesen wünscht Ihnen
Ihr „Chefsache“-Team

Was ist bei Ihnen absolut Chefsache?

Alexander Roth, 37, ist Inhaber des ligne roset-Möbelhauses in Köln. Während Corona konnte er trotz Lockdowns den Umsatz seiner Firma steigern – und alle Mitarbeiter behielten ihren Job.

„Mein wichtigstes Thema als Chef: die Motivation der Mitarbeiter. Da hat sich ja wahnsinnig viel verändert. Früher regierte in Unternehmen fast immer der ‚Typ Firmenpatriarch‘, und Leistung entstand durch eine Mischung aus Druck und Respekt. Das ist veraltet, erst recht bei einem kleinen Team wie unserem. Ich lade unsere Mitarbeiter auch schon mal nach Hause zum Abendessen ein. Und wenn ich beispielsweise von einem Mitarbeitenden weiß, dass ihm oder ihr ein Paar bestimmte Sneakers besonders gut gefallen, dann liegen die am Ende der Woche schon mal als Geschenk auf dem Schreibtisch. Die meisten unserer Mitarbeiter sind schon so lange im Unternehmen; da wächst der Zusammenhalt.“



In zweiter Generation erfolgreich: Bereits im Alter von 29 Jahren übernahm Alexander Roth 2014 von seinem Vater das Kölner Geschäft des französischen Luxus-Möbelherstellers ligne roset.

949

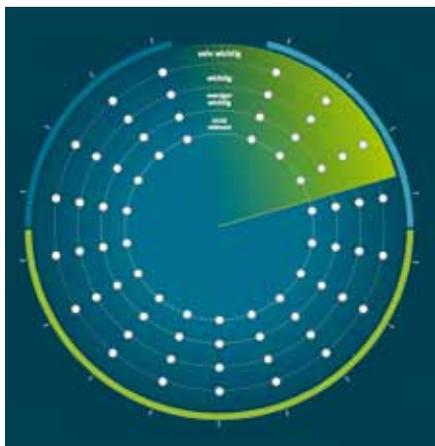
Tassen Kaffee

trinkt jeder Mensch in Deutschland im Jahr. Damit liegt der Kaffeekonsum um 28% höher als der in Italien – wer hätte das gedacht?



Too Good to Go

Mehr als ein Drittel aller produzierten Lebensmittel landet weltweit im Müll. „Too Good To Go“ bekämpft diese Verschwendung. Die App hilft Produzenten, Läden, Bäckereien und Restaurants dabei, überschüssige Ware zu einem vergünstigten Preis zu verkaufen.



Die eigene Firma auf dem Radar

In Zeiten von Corona sind persönliche Beratungsgespräche vor Ort seltener geworden. Deshalb bietet die Gothaer mit dem **UnternehmensRadar** (Foto links) ab sofort ein Tool an, mit dem Unternehmen allein oder zusammen mit ihrem Berater oder ihrer Beraterin ganz einfach Absicherungsbedarfe ermitteln können. Dabei werden die Aspekte **Team**, **Betrieb** und **Management** beleuchtet. „Team“ betrachtet die Belegschaft der Firma. „Betrieb“ legt das Augenmerk auf das Unternehmen: von der Absicherung des Gebäudes über Haftpflichtrisiken bis zur Cyberversicherung. „Management“ konzentriert sich auf den Unternehmer oder die Unternehmerin nebst Familie. www.gothaer.de/unternehmensradar

WUFF – EINE MILLION MEHR HAUSTIERE

Während der Corona-Krise haben viele Menschen Trost bei Haustieren gesucht. Die Zahl der Hunde, Katzen und anderen Tieren in deutschen Haushalten stieg innerhalb von zwölf Monaten um fast eine Million auf knapp 35 Millionen, wie der Industrieverband Heim-

tierbedarf (IVH) mitteilte. „Heimtiere sind Familienmitglieder, für deren Gesundheit Tierhalter bereit sind, Geld auszugeben“, sagt Norbert Holthenrich, Präsident des Verbandes Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands. www.gothaer.de/tierversicherung



„Führungskräfte können viel von Spitzensportlern lernen. Man muss die Stärken einzelner erkennen und zusammenführen, dass sie sich potenzieren. Erfolg hat selten mit überragendem Talent zu tun, sondern mit Überzeugung und harter Arbeit.“



Kira Walkenhorst, Olympiasiegerin im Beachvolleyball und Wirtschafts-Speakerin.

KOLLEGE „KI“

Künstliche Intelligenz ist auf dem Vormarsch – auch in Personalabteilungen. Jedes zwanzigste Unternehmen setzt den Kollegen KI im Recruiting bereits ein, hat das Job-Portal Monster herausgefunden. Bei IT-Unternehmen ist es sogar jedes fünfte. Die meisten Firmen glauben, dass KI vor allem den Suchprozess vereinfacht, damit sich die Mitarbeitenden nicht mehr per Hand durch die Stellenausschreibungen klicken müssen, sondern der Computer die perfekte Auswahl in wenigen Sekunden trifft.



2021 ist das Jahr der Insekten – jetzt Pate werden

Als Pate bei „Edertal blüht“ können naturbewusste Menschen ab sofort Tieren ein Zuhause und Pflanzen eine sichere Umgebung geben. Patenschaften gibt es ab 50 Euro im Jahr. www.edertal-blueht.de



Geldtipp: Versicherung als Alternative zur Bank



Wegen schlechter Renditeaussichten und Negativzinsen sind viele Deutsche unzufrieden mit Banken und Sparkassen. Christian Bunk, Vertriebsleiter Kapitalanlage bei der Gothaer, sagt, warum es sich lohnt, bei der Geldanlage mit seiner Versicherung zu sprechen – fünf Tipps.

Überraschung: Viele Unternehmen wissen gar nicht, dass man bei seiner Versicherung auch einfach Geld anlegen kann. Das geht aber; sehr gut sogar.

Kompetenz: Kernaufgabe von Versicherungen ist es auch, große Vermögen renditestark anzulegen, um die Garantien für ihre Kunden zu erwirtschaften. Die Gothaer beispielsweise legt 34 Milliarden Euro an. Die für die Kapitalanlage zuständigen Portfoliomanager und -managerinnen der Gothaer Asset Management AG wissen also, was sie tun.

Unabhängigkeit: Banken verkaufen Geldanlageprodukte oft themengebunden: mal gibt es einen Fonds des Monats, mal gibt es Bausparwochen. Die Gothaer verfolgt hingegen keine solchen themenge-

bundenen Verkaufsstrategien. Die für die Kapitalanlage zuständigen Personen bei der Gothaer suchen in dem großen „Pool“ möglicher Anlagen nach den besten Lösungen für die Anleger und Anlegerinnen.

Keine Strafzinsen: Die Gothaer veranschlagt bei ihren Produkten keine Strafzinsen.

Die beste Lösung: Es gibt keine gute oder schlechte Geldanlage, nur eine passende oder eine nicht passende. Die Gothaer sucht immer nach der passenden. Wie viel des Betriebsvermögens wird kurzfristig gebraucht, wie viel langfristig? Wofür wird das Geld benötigt? Und wie lange kann man sein Geld „arbeiten“ lassen?

Mehr Infos unter www.goam.de oder bei Ihrem Gothaer Kontakt.



Das Hideaway für Ihre *Auszeit* vom Alltag



Ankommen, abschalten – und einfach wohlfühlen. Das ist Hofgut Georgenthal. Ein mit Tradition und Liebe geführtes Hotel samt Spa, feinste regionale Küche in zwei Restaurants, ein meisterlicher Golfplatz und Idylle inmitten unberührter Natur machen diesen Ort zu einer Insel der Ruhe – weit weg und trotzdem schnell zu erreichen. Egal ob Ausflugs- oder Urlaubsziel: Hofgut Georgenthal ist der ideale Ort zum Erholen – das Hideaway für Ihre Auszeit vom Alltag.

Golf-Auszeit im Georgenthal

Soll es die kurze Alltagsflucht oder die große Golf-Reise werden? Bei unserer Golf-Auszeit "Stay & Play" haben Sie die Wahl – von drei Tagen bis zu einer Woche.

Hofgut Georgenthal • Georgenthal 1 – 65329 Hohenstein

Telefon 06128 / 943-0 • www.hofgut-georgenthal.de • info@hofgut-georgenthal.de



Wie versichere ich meine Firma richtig? Die Suche nach einer Antwort auf diese Frage führte mich auf eine Spur nach Schleswig-Holstein, in unser Ferienhaus am Timmendorfer Strand. Als Kunstliebhaber habe ich dort einige Bilder aufgehängt, unter anderem von Udo Lindenberg. Auch die Wände in meinem Haus und meinem Büro zieren einige Kunstwerke. Als mich mein Versicherungsberater einmal in meiner Agentur besuchte, waren ihm die Gemälde sofort aufgefallen. Ich erzählte ihm natürlich auch von den Lindenberg-Bildern in Timmendorf. Aber ihn interessierte vor allem, wie ich meine gesammelten Werke versichert hatte, und ob es nicht sinnvoll wäre, sie alle zusammen in einem Produkt abzusichern.

Natürlich war das sinnvoll, wie sich schnell herausstellte. Eine Hausratversicherung hier, eine Kunstversicherung dort. Und mit dem Schaden beginnt die große Suche: Wo ist das Bild versichert, ist der Schaden überhaupt gedeckt – und wer ist eigentlich mein Ansprechpartner?

Wie mit den Bildern im privaten Leben ist es auch mit den Risiken in einer Firma. Ich kann mir für jedes Risiko einen individuellen Schutz suchen. Das ist möglich, aber mühselig und im Schadenfall komplex. Oder ich suche nach einem Partner, der mir Lösungen bietet und hilft, alle Risiken professionell abzusichern. Ganzheitlich. Aus einem Guss. Mit im „Paket“: ein Ansprechpartner, der alles organisiert. Das spart Zeit, Geld und Nerven. Denn wer allein loszieht, macht oft einen großen Fehler: Weil er das Thema Versicherung an die Buchhaltung seiner Firma andockt, läuft die Suche nach passenden Produkten sehr finanzgetrieben. Das heißt: Es gewinnt die Police mit dem günstigen Preis – nicht die mit der besten Deckung. Und das kann im Schadenfall zu Stress, Ärger und Problemen führen. Ein Beispiel: Ein Cyberangriff legt die Produktion einer Firma lahm. Gerade „nebenan“, mitten in der Corona-Pandemie pas-

**EIN ANSPRECHPARTNER,
DER ALLES ORGANISIERT,
SPART ZEIT, GELD
UND NERVEN.**



FINANZTIPP

Erst die Diagnose, dann das Rezept

An dieser Stelle schreiben Führungskräfte über Recht, Steuern und Finanzen. Dieses Mal: Uwe Flüshöh, Psychologe, Coach und Unternehmer, über die sogenannte „ganzheitliche Beratung für Unternehmen“.

siert. Zum Glück hat das Unternehmen eine Cyberpolice. Allerdings deckt diese Versicherung nur den Schaden ab, der durch die Attacke verursacht wurde, aber nicht dessen Konsequenzen und Folgeschäden. Das würde bedeuten: Die zerstörte Hardware wird ersetzt, nicht aber der Schaden, der durch den Produktionsausfall entstanden ist. Womöglich hat das Unternehmen aber auch noch eine Betriebsausfallversicherung. Eine, die auch dann greift, wenn der Schaden durch eine Cyberattacke herbeigeführt wurde. Das wäre für die Erstattung gut, nicht aber für die Abwicklung. Denn im Prinzip müssen zwei Produkte für ein und denselben Fall abgewickelt werden. Manch einer verliert im Versicherungsdschungel seiner individuellen Lösungen

aber auch den Überblick und schließt viel zu viele Policen ab. Nach dem Motto: Doppelt genäht hält besser. Dann könnte es sein, dass die Firma aus unserem Beispiel eine Cyberpolice hat, die auch den Produktionsausfall deckt, aber zusätzlich auch noch eine Betriebsausfallversicherung mit Cyberbaustein abgeschlossen hat. Dann würde das Unternehmen für ein und denselben Schutz zweimal zahlen.

Ein weiteres Problem ist die ständige Veränderung der Firmensituation – sowohl von den Risiken her als auch auf Seiten des Betriebes, etwa durch Wachstum. Oder durch neue Mitarbeitende und Produktionsabläufe. Gerade zum Beispiel im Bereich des Cyber-schutzes verändert sich das Risiko und die Gefahren ständig. Während Kriminelle früher in Firmennetze eingedrungen sind, um die Produktion lahmzulegen, haben sie es mittlerweile immer stärker auch auf Kundendaten abgesehen, die sie verschlüsseln und gegen Lösegeldzahlungen freipressen. Wer sich also gut schützen will, muss seine Deckung immer wieder der aktuellen Situation anpassen.

Das gilt auch für das Wachstum einer Firma. Denn häufig ist es so: Der Betrieb wird größer, aber die Deckung bleibt gleich – obwohl durch Wachstum häufig auch mehr Risiken auftreten, beispielsweise weil das Management nicht nur Verantwortung für sein eigenes Handeln trägt, sondern auch für das der Mitarbeitenden.

Wer sich ganz allein um den Versicherungsschutz seiner Firma kümmert, verkennt diese Gefahren oft oder verliert sie im Tagesgeschäft – gerade in kleinen oder mittleren Firmen – aus den Augen. Erfahrungsgemäß sind daher 30 bis 50 Prozent aller KMU nicht gut abgesichert. Und das kann teuer werden. Was hilft, ist der Blick von außen. Mein Berater und ich treffen uns mittlerweile regelmäßig. Es ist wie mit meinem Hausarzt: Er kennt meine Beschwerden und hat die Lösungen. Wichtig: Erst die Diagnose, dann der Griff zum Rezeptblock. Das schafft Vertrauen. Oft hört er aus unseren Gesprächen sogar Bedarfe heraus, die ich selber noch gar nicht auf dem Zettel habe. Gerade erst haben wir etwa für meine Tochter einen ersten Baustein für ihre persönliche Vorsorge eingerichtet, weil ich erzählt habe, dass sie mit der Schule fertig ist.

Der Schlüssel zum Erfolg ist wie im echten Leben zu finden: Augenhöhe im Kontakt, professionelle und nachhaltige Beratung – und Vertrauen.



ZUR PERSON

Bodo Janssen, 47, studierte BWL und Sinologie. 2007 wurde er Geschäftsführer des Ferienunternehmens Upstalsboom, 2010 ging er für eineinhalb Jahre ins Kloster. Über die Zeit hat er zahlreiche Bücher geschrieben. In seinem aktuellen Werk „Eine Frage der Haltung“, das im April erschienen ist, schreibt er über Wege aus der Corona-Krise. Janssen lebt in Emden, ist verheiratet und Vater von drei Kinder.

„Man kann jeder Krise einen Sinn geben“

Menschen, die Unternehmen leiten, gelten als Macher – auch Bodo Janssen. Der Chef der Freizeitkette Upstalsboom hat nicht nur wegen Corona viel Erfahrung mit Krisen. Spannende Frage: Was lernt man daraus für sein Unternehmen?

Mit Krisen kennt sich Bodo Janssen aus. Mit 24 Jahren wurde er entführt. Mit 32 verlor er seinen Vater bei einem Flugzeugabsturz und wurde von einem auf den anderen Tag Chef der Hotelkette Upstalsboom. Weil ihm seine Mitarbeitenden einen schlechten Führungsstil bescheinigten, floh Janssen ins Kloster. Heute ist der 47-Jährige mit sich und seiner Firma im Reinen.

Herr Janssen, Sie sind verantwortlich für zehn Hotels, fast 1.000 Ferienwohnungen, 600 Mitarbeitende. Wie geht es Ihnen in Zeiten wie diesen?

Bodo Janssen: Wir kommen zum Glück gut zurecht und nutzen die Zeit. Wir haben die IT unseres Unternehmens umgebaut. Ein neues Markenkonzept für Upstalsboom ist entstanden, und wir sind mit diesem neuen Kleid gerade in der Anprobe. Und wir haben ein Start-up gegründet, mit dem wir Reisen veranstalten, sobald das wieder erlaubt ist.

Sie wirken sehr positiv. Wie ist das bei Ihren Mitarbeitenden?

Unterschiedlich. Es gibt die, die aktiv sein können. Die sind auch sehr euphorisch. Aber wir haben auch Mitarbeitende in Kurzarbeit. Deren Beitrag besteht derzeit darin, alles auszuhalten. Sie wissen: Nur wenn wir durchhalten, überstehen wir die Krise.

Die Beziehung zu Ihren Mitarbeitenden ist ja eine besondere. Als Sie die Firma nach dem Tod Ihres Vaters 2007 von einem auf den anderen Tag übernehmen mussten, wurde Ihr Führungsstil in einer Umfrage als desaströs empfunden. Was war da los?

Ich habe damals den Fehler gemacht, Mitarbeitende nur als Mittel zum Zweck zu sehen, um mein Unternehmen auf Erfolgskurs zu halten und in die Zukunft zu führen. Menschen waren für mich nur Objekte. Ich habe mich nicht wirklich für sie interessiert. Ich wollte nur, dass sie funktionieren. Das konnte nicht gut gehen.

Wie verkraftet man es überhaupt, wenn man als junger Mensch den Vater, der auch der Chef ist, verliert?

Da kamen damals mehrere Dinge zusammen. Mein Vater kam von einer Geschäftsreise zurück zur Familie; er hat sich gefreut. Außerdem hat er das Fliegen geliebt. Er ist in den Sonnenuntergang geflogen, es war ein traumhaft schöner Abend. Und durch den CO₂-Überschuss im Flugzeug war er wohl schnell bewusstlos. In diesem Kontext habe ich bei aller Trauer auch über den Begriff Sterbequalität nachgedacht.

Sie waren damals erst seit gut zwei Jahren im Unternehmen. War klar, dass Sie Ihrem Vater als Chef nachfolgen würden?

Ja. Als ich neben seinem Sarg stand, ist in mir etwas entstanden, das mir klargemacht hat: Ich werde diese Firma führen.

Waren Sie durch den Tod Ihres Vaters und Ihrer neuen Rolle im Unternehmen so überfordert, dass es automatisch zu Problemen mit den Mitarbeitenden kommen musste?

Nein, ich fühlte mich gar nicht überfordert. Ich hatte mir ja an der Uni in St. Gallen eine Menge Wissen zum Thema Unternehmensführung angeeignet. Erst später wurde mir klar, dass

dies nur mehr die Krücke eines Managementsystems war. Es hat mir nur scheinbar geholfen, das Unternehmen zu führen. Und das hat auch nur mechanisch und rational funktioniert. Das Menschliche aber ist dabei viel zu kurz gekommen.

Sie sind dann ins Kloster geflüchtet. Wie sind Sie darauf gekommen?

Eine Journalistin hat mir von einem Hörbuch eines Mönches erzählt: ‚Spirituell führen‘ von Anselm Grün. Das habe ich mir angehört und war begeistert, weil es anders war als alle anderen Managerbücher. Als ich sah, dass er auch Seminare gibt, habe ich mich angemeldet und bin in die Benediktinerabtei Münsterschwarzach gefahren.

Sie sind rund eineinhalb Jahre geblieben. Was ist dort passiert?

Man erfährt im Kloster viel Ruhe. Pausen strukturieren den Tag, keine Termine. Die Ruhe hat mir geholfen, in Kontakt mit meinem Gewissen zu kommen. Unser Gewissen kann uns Hinweise geben darauf, ob das, was wir tun, in Ordnung ist. Mir wurde klar: Wie ich lebe, wie ich arbeite, wie ich Dinge sehe – da ist ganz viel nicht in Ordnung.

Gab es einen Schlüsselmoment?

Ja, die Verbindung von zwei Erfahrungen: Die Reflektion meiner Entführung und die Frage, was mich glücklich macht im Leben. Ich weiß jetzt: Glück sollte an nichts gebunden sein, was man verlieren kann. Jetzt ist es der Anblick glücklicher Menschen, der auch mich glücklich macht. Deshalb beschloss ich, meine Firma nach diesen Erkenntnissen auszurichten.

Spielte in diese Entscheidung auch hinein, dass Sie als Student entführt wurden? Was lernt man aus solchen Erfahrungen?

Nicht jede Krise hat einen Sinn, aber man kann jeder Krise einen Sinn geben. Ich kann klagen: Warum ist mir das passiert? Das führt zu nichts. Besser ist, dass ich mich frage: Wofür war das gut? Mir hat die Entführung etwas geschenkt, nämlich mich auf das zu besinnen, worauf es im Leben ankommt. Im Angesicht des Todes geht es nur um das wirklich Wesentliche – und das sind keine materiellen Dinge.

Wie sieht Ihre Firmenkultur heute aus?

Es ist eine sinn- und menschenorientierte Kultur. Sie ist darauf ausgerichtet, Menschen zu stärken und sie zu unterstützen, Aufgaben zu finden, die ihrer Persönlichkeit entsprechen. Bei uns soll niemand mehr verloren gehen.

Es klingt, als sei Ihre Firma eine Wohlfühllose. Wie krisenfest ist diese Kultur?

Corona war unsere Feuerprobe, und wir haben sie bestanden. Ich würde sagen: Unsere Kultur hat uns in der Krise gerettet.

Können Sie das näher beschreiben?

Wir leben Vertrauen und Verantwortung. Die Mitarbeitenden vertrauen darauf, dass ihnen keine Informationen vorenthalten werden und dass sie Entscheidungen selbst treffen dürfen. Ein Beispiel: Die Entscheidung, in der Corona-Krise unsere Hotels zu schließen, haben die Mitarbeitenden selbst getroffen – weil sie nicht auf meine Entscheidung warten mussten. Sie wussten selbst, was zu tun ist.

FÜNF TIPPS FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

1

Menschen zuhören. Nur Menschen, denen ich zuhöre, fühlen sich zugehörig.

2

Reflektion ist produktiver als Aktion. Denn nur in der Reflektion entsteht auch Entwicklung.

3

Sich Zeit nehmen, um eine Frage zu beantworten: Was haben andere Menschen davon, dass es mich gibt?

4

Menschen stärken: Sie sollen abends aufrechter gehen als sie morgens kamen.

5

Wer fragt, führt. Mitarbeitende durch kluge Fragen an der Entwicklung des Unternehmens beteiligen.



Eine durch und durch gesunde Sache

Gesunde Unternehmen haben wirtschaftlichen Erfolg, motivierte Mitarbeitende und eine innovative Organisation. Der Faktor Gesundheit spielt dabei eine immer größere Rolle. Was können Firmen für eine gesunde Belegschaft und eine gute Unternehmenskultur tun?

D

Die Überraschung kommt alle drei Monate mit der Post. Dann erhalten die Angestellten von VARO in Deutschland einen gesunden Gruß aus der Firmenzentrale. Immer zu einem Thema. Einmal zum Beispiel ging es um erholsamen Schlaf, und es waren eine Schlafmaske und eine Postkarte mit Einschlaf tipps sowie einem QR-Code, der auf ruhige Musik verlinkte, in dem Paket. Ein anderes Mal ging es um Rückengesundheit.

„Das gehört zur betrieblichen Gesundheitsförderung“, sagt Saskia Eggert, die Absenderin der Gesundheitspost. Auf ihrer Visitenkarte steht zwar „Assistenz der Geschäftsführung“, aber zusätzlich kümmert sich die 34-Jährige bei der Deutschland-Tochter des Schweizer Mineralöl-Händlers um die Gesundheit ihrer Kolleginnen und Kollegen. Der Gesundheitsgruß ist da nur ein Baustein. „Es gibt Fitnesskurse und Sportgruppen, jede Woche eine

bewegte Pause, zwei Gesundheitsworkshops im Monat, Activity-Challenges oder den Gesundheitsblog“, so Eggert.

Aber nicht nur bei VARO Energy, sondern im ganzen Land steigt das Gesundheitsbewusstsein der Menschen. Und das nicht erst seit Corona. Schon 2018, das hat das Insa-Institut herausgefunden, stand für 45,8 Prozent und damit der Mehrzahl der Deutschen Gesundheit an erster Stelle. Weit vor Familie (35,1) oder Karriere (5,3). Die Corona-Krise hat diesen Trend noch verstärkt. Eine Umfrage des

Marktforschungsinstituts Ipsos MORI hat ergeben, dass 54 Prozent der Deutschen seit Beginn der Pandemie mehr Wert auf Gesundheit legen als vorher.

Zwangsläufig wird das Thema Gesundheit deshalb auch für die Wirtschaft immer wichtiger. Viele Unternehmen haben das erkannt. In der Studie BGM im Mittelstand 2019/2020 gaben 87 Prozent der befragten Betriebe an, dass die Gesundheit der Belegschaft bei ihnen einen hohen Stellenwert hat. Auf der anderen Seite steigen die Fehlzeiten weiter an: Im Jahr 2019 waren deutsche Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Schnitt 18,4 Tage krank. Das hat das Institut der deutschen Wirtschaft gezählt. Zum Vergleich: 2008 waren es mit 12,6 Tagen etwa ein Drittel weniger. Was können Unternehmen tun, um das zu ändern? →

▼
Für 45,8 % der deutschen Bevölkerung steht die Gesundheit an erster Stelle

—
Für 87 % aller Firmen hat das Thema Gesundheit einen hohen Stellenwert



„GESUNDHEIT IM BETRIEB MUSS VON OBEN NACH UNTEN GEDACHT WERDEN“

Susanne Tiedemann, Arbeits- und Organisationspsychologin beim Fürstenberg Institut

→ Die meisten Unternehmen versuchen, diese Frage mit einem sogenannten betrieblichen Gesundheitsmanagement, kurz BGM, zu beantworten. „Das ist immerhin schon mal ein guter Schritt“, sagt Anke Brinkmann, „aber letztendlich nur die halbe Wahrheit.“ Brinkmann ist Prokuristin bei der Berliner Stadtreinigung und als solche zuständig für das Thema Gesundheit. Sie leitet darüber hinaus die Fachgruppe Betriebliches Gesundheitsmanagement beim Bundesverband der Personalmanager, der größten Vereinigung für Personalverantwortliche in Deutschland. Ihrer Meinung nach müsse Gesundheit im Unternehmen ganzheitlich gedacht werden. Das bedeutet: „Gesundheitsförderung im Rahmen eines BGM ist ein wichtiger Punkt. Aber ebenso wichtig ist eine gesunde Kultur, ein gesundes Miteinander“, sagt Brinkmann.

Dieses gesunde Miteinander erreichen Führungskräfte in erster Linie über Wohlbefinden, erklärt Brinkmann: „Wir verbringen so viel Lebenszeit mit Arbeit; da ist es umso wichtiger, sich wohlfühlen.“ Vor wenigen Jahren habe man sie für solche Aussagen als Esoterikerin belächelt, erzählt sie, „aber

heute beobachte ich immer mehr Firmen, die auch diesen Aspekt fest in ihrer Unternehmenskultur verankern.“



„WICHTIG IST EINE GESUNDE KULTUR, EIN GESUNDES MITEINANDER“

Anke Brinkmann, Leiterin der Fachgruppe Betriebliches Gesundheitsmanagement beim Bundesverband Personal Manager

Aber was zeichnet eine gesunde Unternehmenskultur überhaupt aus? „Da ist zum Beispiel der Ansatz, niemanden im Unternehmen fallen zu lassen“, sagt Brinkmann. Das klingt selbstverständlich, ist in der heutigen Leistungsgesellschaft, in der Schwächen keinen Platz haben und Scheitern verrufen ist, jedoch noch immer eher Ausnahme als Regel. Bei der Berliner Stadtreinigung ist das anders, wie Brinkmann an einem

Beispiel erzählt: Straßen fegen, Mülltonnen ausleeren, Lastwagen fahren – diese Arbeiten sind körperlich sehr anstrengend. Das führt bei einigen Angestellten dazu, dass sie ihren ursprünglichen Job weit vor Beginn der Rente nicht mehr ausüben können. Betriebswirtschaftlich würden sie sinnvollerweise durch junge Kräfte ersetzt, die leistungsfähiger sind. Aber was wird aus den Menschen? „In einer gesunden Unternehmenskultur bleibt niemand auf der Strecke“, sagt Brinkmann. Deshalb wird für diejenigen, die die körperliche Arbeit nicht mehr schaffen, eine neue Arbeit in der Firma gesucht. „Leistungsge wandelten Beschäftigten wieder sinnstiftende Arbeit geben“, sagt die Personalerin dazu.

Das städtische Unternehmen sendet damit zwei starke Signale an die Belegschaft. Auf der einen Seite: Hier wird keiner fallengelassen. Und auf der anderen Seite: Die Kolleginnen und Kollegen werden weiterhin im Unternehmen gebraucht. „Beides lässt sie Wertschätzung erfahren“, sagt Brinkmann. Wertschätzung, auch das ist ein wichtiger Baustein in einem gesunden Betrieb. Es muss dabei nicht immer der ganz große Wurf sein. Manchmal genügen auch schon vermeintliche Kleinigkeiten, die dazu führen, dass sich die Angestellten →



Faktoren für eine gesunde Unternehmenskultur sind nicht nur Sportangebote (gr. Foto), sondern auch Alltagshilfen wie eine Kita (o.) oder die Möglichkeit zu Homeoffice.

Mittlerweile ist es gewohnte Routine. Alle 14 Tage kommt eine Labor-Mitarbeiterin in der Kanzlei von Bianca Alt von Alt & Partner vorbei und testet die Belegschaft auf das Corona-Virus. Mund auf, Rachenabstrich, fertig. Am Abend gibt es das Ergebnis. „Und bisher waren Gott sei Dank immer alle negativ“, sagt Bianca Alt.

Die Unternehmerin stellt ihren Mitarbeitenden bei „Alt & Partner“ diese Corona-Tests schon seit Monaten kostenlos zur Verfügung. Zum einen für einen besseren Infektionsschutz, aber zum anderen, weil ihr die Gesundheit ihrer Belegschaft wichtig ist. „Die Mitarbeitenden sind unser höchstes Gut“, sagt die Chefin von rund 40 Angestellten. Und dass dieser Satz für sie nicht nur irgendeine Floskel ist, beweist das sogenannte „IHK-Prädikat gesund arbeiten in Fulda“, das ihr die Industrie- und Handelskammer im vergangenen Jahr in Form einer Urkunde verliehen hat.

ZUSÄTZLICHE LEISTUNGEN, DIE MITARBEITENDE MIT IHREN GESETZLICHEN KRANKENKASSEN NICHT HABEN.

Der Einsatz für die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden ist der Unternehmerin schon immer ein wichtiges Anliegen. Und tatsächlich geht ihr Engagement weit über die klassische Schale mit frischem Obst oder kostenlose Getränke hinaus. Alt richtet die Arbeitsplätze ihrer Mitarbeitenden ergonomisch ein, sie ermöglicht kostenlose Gespräche mit einem Mental-Coach und sie bezuschusst E-Bikes und Sportausrüstung. „Es gibt hier in Fulda regelmäßig Firmenläufe, an denen wir teilnehmen. Dafür rüsten wir unsere Mitarbeitenden auch aus“, sagt die passionierte Läuferin, die seit 35 Jahren dreimal in der Woche joggen geht. „In

HINTERGRUND

Plötzlich privat versichert

Gesundes Essen, ergonomischer Arbeitsplatz, viel Bewegung: Bianca Alt liegt die Gesundheit ihrer Belegschaft am Herzen. Vor zwei Jahren hat sie sich deshalb für einen besonderen Benefit entschieden.



Die Belegschaft von Alt & Partner beim Firmenlauf.

unserem Job sitzen wir viel am Schreibtisch, da ist Bewegung wichtig“, sagt sie. Und immerhin: „Etwa 20 Personen bekommen wir für die Läufe eigentlich immer zusammen – ich bin natürlich auch dabei.“

Seit nunmehr zwei Jahren profitieren die Mitarbeitenden zudem noch von einem ganz besonderen Benefit: einer betrieblichen Krankenversicherung der Gothaer. Diese Zusatzversicherung besteht bei Alt & Partner aus zwei Bausteinen: einem stationären Tarif, der die Mitarbeitenden im Krankenhaus quasi zu Privatpatientinnen und Privatpatienten macht. Und einem Zahn-Tarif, der besondere Leistungen für Zahnbehandlung und Zahnersatz mit sich bringt. „Das sind beides Leistungen, die Mitarbeitende mit ihrer gesetzlichen Krankenversicherung nicht haben“, sagt Alt. Und darüber hinaus oft auch gar nicht haben können. Denn gerade älteren Menschen stehen private Zusatzversicherungen häufig nicht zur Verfügung, weil sie durch die Gesundheitsprüfung fallen. Wenn sie aber über eine betriebliche Krankenversicherung aufgenommen werden, fällt die Prüfung weg. „Das wissen die Mitarbeitenden sehr zu schätzen“, sagt Alt.

Für eine Kollegin, erzählt die Unternehmerin, habe sich dieser Einsatz erst vor kurzem bezahlt gemacht. „Ihr stand eine Knie-OP mit Krankenhausaufenthalt bevor“, sagt Alt, „und durch die Zusatzversicherung hatte sie Anspruch auf Chefarztbehandlung und ein Zweibettzimmer.“ Plötzlich Privatpatientin – das Engagement gesundheitsbewusster Unternehmer macht das möglich.



„In unserem Job sitzen wir viel am Schreibtisch, da ist Bewegung wichtig.“

Bianca Alt, Unternehmerin und passionierte Läuferin



Vorbild Berliner Stadtreinigung: Wenn Angestellte körperliche Arbeiten nicht mehr schaffen, werden sie nicht fallengelassen, sondern erhalten andere Jobs – etwa im Büro.

→ mehr wertgeschätzt fühlen – wie etwa die Führungskraft, die den Mitgliedern ihres Teams das „Du“ anbietet oder Mitarbeitende gendergerecht anspricht.

Auch ein Interesse für die Themen über den Job hinaus kann dazu führen, dass sich Mitarbeitende wohler fühlen in einer Firma. Dazu gehört etwa, die Belegschaft nicht nur im Arbeitsumfeld, sondern auch im Alltag zu unterstützen; etwa bei der Betreuung der Kinder. Bei der Berliner Stadtreinigung zum Beispiel gibt es Schichtmodelle für Eltern, Kinderbetreuungsangebote oder auch Hilfe bei sozialen Problemen. Das können zum Beispiel zielgruppenspezifische Angebote einer Sozialberatung sein, um die Angestellten von Alltagsorgen zu entlasten. „Am Arbeitsplatz auch mal über andere als fachliche Dinge zu reden, fördert den Zusammenhalt und das Wohlbefinden, ist wichtig, passiert aber noch zu selten“, sagt Brinkmann. Dabei sei persönliches Interesse am Gegenüber ein wesentlicher Aspekt gesunden Miteinanders.

Alle diese kulturellen Einflüsse haben jedoch nur eine Chance, wenn sie von den Männern und Frauen in den Chefetagen vorgelebt werden, sagt Susanne Tiedemann: „Gesundheit muss von oben nach unten gedacht werden.“ Tiedemann ist Diplom-Psychologin beim Fürstentberg Institut, das Unternehmen schon seit mehr als 30 Jahren beim betrieblichen Gesundheitsschutz unterstützt. Arbeits- und Organisationspsychologie ist ihr Fachgebiet. Ihrer Meinung nach liegt der Schlüssel für ein gesundes Miteinander in der Beziehung zwischen Führung und Belegschaft.

Da ist zum Beispiel das Thema Präsentismus. „Das heißt, dass sich Mitarbeitende krank zur Arbeit schleppen, weil sie unter Leistungsdruck stehen oder der Chef oder die Chefin das

sogar erwartet“, sagt Tiedemann. Dabei seien sie gerade dann bis zu 20 Prozent weniger leistungsfähig. „Für sowas ist in einer gesunden Unternehmenskultur kein Platz“, sagt die Psychologin. Aber dafür brauche es ein Umdenken bei den Führungskräften: Weg vom Leistungsgedanken hin zu mehr Empathie: „Der Mensch ist die wichtigste Ressource meiner Firma.“

Für dieses Umdenken gibt es einige gute Argumente. „Gesunde Angestellte sind nicht nur seltener krank, sondern auch leistungsfähiger“, sagt Tiedemann. Und sie hat recht. Der Risikomanager Willis Towers Watson zum Beispiel hat 350 Betriebe analysiert und herausgefunden, dass die Rendite der Firmen mit gutem Gesundheitsschutz binnen fünf Jahren um fast 15 Prozent gestiegen ist. Außerdem hat sich der Umsatz pro Arbeitskraft bei diesen Betrieben um elf Prozent erhöht.

Auch Andreas Trautner kennt die betriebswirtschaftlichen Vorteile gesunder Angestellter. Trautner ist Experte für betriebliche Krankenversicherung (lesen Sie dazu das Interview auf Seite 16). Er nennt den Einsatz für Gesundheitsschutz der Belegschaft „Investition ins Humankapital – in die Maschine Mensch.“ Trautner sagt: „Wenn ein Computer abschmiert, brauche ich einen Techniker, der ihn repariert. Genauso ist es auch, wenn die Maschine Mensch abschmiert.“ Seine Lösung: eine betriebliche Krankenversicherung.

Die betriebliche Krankenversicherung verbindet die Aspekte Prävention und Hilfe im Krankheitsfall. Trautner beschreibt das so: „Ich schließe einen Service-, Wartungs-, und Werkstattvertrag für meine Mitarbeitenden ab.“

DARÜBER LOHNT ES SICH, MIT IHREM BERATER ZU SPRECHEN

1

Für Unternehmen gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sich attraktiver zu positionieren und gleichzeitig ihren Mitarbeitenden einige Sorgen zu nehmen.

2

Eine betriebliche Krankenversicherung (bKV) ist eine optimale Lösung, um gute Mitarbeitende zu binden und neue Fachkräfte zu locken.

3

Vorteil für Kleinbetriebe: Bereits ab fünf Personen ist eine Absicherung mit einer betrieblichen Krankenversicherung (bKV) möglich.

Service: Spezielle Leistungen wie etwa eine digitale Sprechstunde oder eine Online-Terminbuchung beim Arzt. Das und vieles mehr vereint die Gothaer für ihre Krankenversicherungskunden in ihrer Gesundheitsapp (Kasten unten auf der Seite).
 Wartung: Vorsorgeleistungen wie etwa jährliche Gesundheitschecks.
 Werkstatt: Schnelle Hilfe im Schadenfall – schnell einen Termin bekommen, schnell behandelt werden, um schnell wieder einsatzfähig zu sein.

Abgesehen davon hat eine bKV weitere Vorteile, auch im Bereich der Unternehmenskultur. Da ist zum Beispiel das Thema Wertschätzung: „Der Einsatz zeigt der Belegschaft: Das ist ein Unternehmen, das etwas für uns tut“, erklärt Trautner. Das macht sich auch dadurch bemerkbar, dass Angestellte über ihre Firma einen Gesundheitsschutz erfahren, an den sie privat durch ihre gesetzliche Krankenversicherung nie gekommen wären, weil sie ihn sich womöglich nicht leisten können oder durch die Gesundheitsprüfung privater Versicherer fallen, die es dagegen bei der betrieblichen Lösung meist nicht gibt.

Warum sich das für Firmen auch finanziell lohnt, rechnet Trautner vor: Jeder Tag, den

Angestellte krankheitsbedingt fehlen, kostet den Unternehmer etwa 300 Euro. Auf der anderen Seite kostet eine betriebliche Kran-



„NUR SCHLANKE LÖSUNGEN KÖNNEN SCHNELL INTEGRIERT WERDEN“

Philippe Bopp, Gründer und Geschäftsführer des Unternehmens machtfit

kenversicherung pro Person etwa 500 Euro im Jahr. „Das haben Unternehmer meistens schon nach zwei Krankheitstagen raus“, erklärt der Experte. Noch deutlicher wird es im Krankheitsfall: Während Kassenpatienten vier Wochen auf einen Facharzttermin warten, bekommen ihn Privatpatienten schon nach drei Tagen. „Das sind 17 Arbeitstage weniger, also

mehr als 5.000 Euro geringere Kosten“, erklärt Trautner. Auf diese Weise hilft betriebliche Krankenversicherung, Fehlzeiten zu reduzieren und Kosten zu senken.

Damit es erst gar nicht soweit kommt, gibt es Angebote wie machtfit. Philippe Bopp hat diese Firma 2011 mit vier Freunden gegründet. Seitdem unterstützt der 36-Jährige Unternehmen bei betrieblicher Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeitenden – vor allem bei Prävention. „Ergonomie, Bewegung, Ernährung, Psyche: Prävention ist überall wichtig“, sagt er.

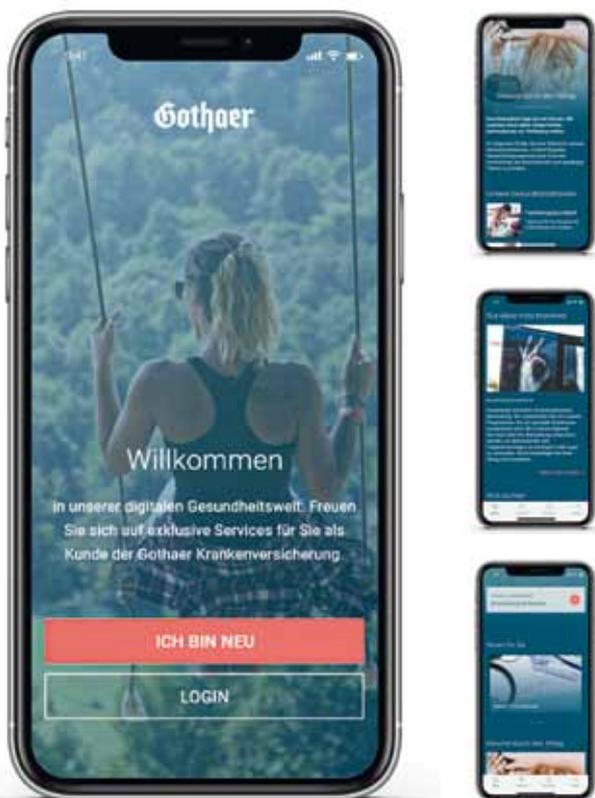
Herzstück seines Angebots ist eine digitale Plattform. „Damit können die Kunden Gesundheitsangebote steuern“, sagt Bopp. Diese Plattform ist aufgeteilt in drei Bereiche. Der erste besteht aus einem Health-Center für Gesundheitsangebote. Hier können sich Nutzerinnen und Nutzer für Kurse einwählen. Der zweite Bereich ist der sogenannte Content-Bereich. Hier werden Expertentipps veröffentlicht oder Video-Clips für Workouts sowie Rezepte für gesunde Gerichte eingestellt. Den dritten Bereich können Kunden so befüllen, wie sie möchten – etwa mit den Terminen für den nächsten Firmenlauf oder die nächste Gripeschutzimpfung.

Egal ob durch eine gesunde Unternehmenskultur, gute Führung oder konkrete Maßnahmen: „Der Gesundheitsschutz der Belegschaft ist ein sehr wichtiger Faktor für den Erfolg einer Firma“, sagt Arbeits- und Organisationspsychologin Tiedemann. Mit anderen Worten: Gesundheitsschutz sorgt nicht nur für gesunde Mitarbeitende, sondern auch für ein wirtschaftlich gesundes Unternehmen. Das belegt zum Beispiel der iga.Report 28 der Initiative für Gesundheit & Arbeit. Demnach kann Gesundheitsförderung die Fehlzeiten in Unternehmen um bis zu 25 Prozent reduzieren. Auf der anderen Seite senkt jeder in Gesundheitsförderung investierte Euro die Kosten für Krankheitstage um 2,37 Euro. Geld, das Firmen gerade in der Corona-Zeit gebrauchen können.

Das Virus hat die Gesundheitsförderung jedoch auf allen Ebenen verändert, sagt Tiedemann. Die Unternehmenskultur ist im Homeoffice kaum noch zu spüren, Führung funktioniert über Video-Chat nicht wirklich optimal, und Sport- und Fitnesskurse sind über den Livestream auch eher gewöhnungsbedürftig. Auf der anderen Seite ist die Corona-Situation für all diese Bereiche aber auch eine große Chance, sagt die Psychologin: „Gerade jetzt können Betriebe und ihre Führungskräfte durch Einsatz, Engagement und einen engen Kontakt zur Belegschaft beweisen, dass ihnen die Angestellten wichtig sind.“

GESUNDHEITSAPP: SMARTER SERVICE FÜR DIE HOSENTASCHE

Mit der Gesundheitsapp der Gothaer profitiert die Belegschaft mit bKV-Vertrag von Services, Tools und weiteren Vorteilen – immer und überall.



ALLES IN DER APP

Den passenden Facharzt oder die richtige Fachärztin finden, Termin vereinbaren und direkt digital per Video-Chat beraten lassen: Mit der Gesundheitsapp der Gothaer haben Kunden ihren Arzt oder ihre Ärztin immer in der Hosentasche. Die App steht krankenversicherten Kunden zur Verfügung und bietet weitere Services: Rechnungen oder Rezepte bequem per App einreichen und die Abrechnungen digital abrufen.

„Am besten ist ein Dreier-Paket“

Gesundheitsexperte Andreas Trautner erklärt, wie wirksamer Gesundheitsschutz für Mitarbeitende funktioniert – und warum eine betriebliche Krankenversicherung die beste Lösung ist.



Gesundheitsexperte Trautner: „Jeder Tag im Krankenstand kostet die Firma Geld.“

„Der Gesundheitsschutz ist die wichtigste Lohnnebenleistung“, sagt Andreas Trautner. Er muss es wissen. Trautner hat Sportwissenschaften studiert und beschäftigt sich seitdem mit Prävention und Rehabilitation – kurzum: mit dem Wohlbefinden des Menschen. Als Versicherungsvermittler hat er die betriebliche Krankenversicherung zu seinem Fachgebiet gemacht. Als Referent zur bKV weiß er, wie Unternehmen mit Gesundheitsförderung ihren Mitarbeitenden selbst etwas Gutes tun.

Herr Trautner, ich möchte mich als Unternehmen stärker für die Gesundheit meiner Mitarbeitenden einsetzen. Was kann ich tun?

Andreas Trautner: Im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung gibt es drei Säulen: Ernährung, Bewegung und medizinische Versorgung. Viele legen ihre Schwerpunkte auf die ersten beiden Punkte und bieten Sportkurse an, geben Tipps für gesundes Essen und richten die Arbeitsplätze ergonomisch ein. Das ist gut. Aber richtig gut wird das Gesundheitsangebot erst, wenn auch die medizinische Versorgung passt.

Warum?

Bewegung, Ergonomie, Gesundheit, Psyche; das ist alles gut für die Gesundheit. Aber wenn der Mitarbeitende trotzdem krank wird und ausfällt, dann nützt mir das alles gar nichts mehr. Dann brauche ich die bestmögliche Versorgung, damit der Mitarbeitende schnell wieder gesund wird. Denn jeder Tag im Krankenstand kostet die Firma viel Geld, am Ende sind das immer zwischen zwölf und 15 Prozent der Lohnkosten.

Sie sind Experte für betriebliche Krankenversicherungen. Was raten Sie Unternehmen?

Eine betriebliche Krankenversicherung deckt alle drei Säulen gleichermaßen ab. In Sachen medizinische Versorgung bietet sie darüber hinaus Services wie schnelle Terminvergabe beim Facharzt, Privatpatientenbehandlung im Krankenhaus oder auch Vorsorgeleistungen.

Wie sollten Unternehmen dieses Thema angehen?

Ich würde zu meinem Versicherungsberater oder meiner Versicherungsberaterin gehen und mir von ihm oder ihr eine betriebswirtschaftliche Analyse meiner Personalsituation erstellen lassen: Wie hoch ist das Durchschnittsalter? Wie hoch sind die Fehlzeiten pro Mitarbeitenden pro Kalenderjahr? Wie verteilen sich diese? Sobald ich das weiß, kann ich entsprechend gegensteuern.

Was sind die wichtigsten Bausteine, die man haben sollte?

Gemessen an den Personalkosten und dem Wirkungsgrad sind es sicherlich die stationären Tarife. Was Unternehmen oft nicht wissen: Fast 50 Prozent der Ausfallzeiten entstehen durch Angestellte, die länger als sechs Wochen krank sind. Die Langzeitkranken sind das betriebswirtschaftliche Problem.

Die wichtigste Frage zum Schluss: Was kostet das alles?

Am besten ist ein Dreier-Paket. Es beinhaltet einen Vorsorge-Tarif, einen stationären Tarif für Krankenhausaufenthalte und einen Budgettarif mit all seinen wichtigen Service-Leistungen, beispielsweise im Bereich Zahnersatz. Das kostet zwischen 42 und 43 Euro pro Mitarbeiter im Monat. Weil bKV-Beiträge schon seit Jahren wieder als Sachbezug gelten, sind sie bis 44 Euro im Monat noch sozialabgaben- und steuerfrei.

mauser

möbel die mitdenken – seit 1896

Ihr Partner für ganzheitlichen Gestaltungsanspruch



mauser einrichtungssysteme ist einer der führenden Hersteller von Stahlmöbeln für Büro, Archiv, Betriebs- und Sozialeinrichtungen. mauser Möbel schaffen Raumstruktur, Ambiente, Ordnung und Sicherheit. Sie sind nachhaltig, funktional durchdacht, mit hohem Designanspruch bis ins Detail perfekt verarbeitet. Durch seine Einrichtungskompetenz hat sich mauser einen hervorragenden Ruf bei Kunden und Partnern erarbeitet. Diese Reputation wurde durch ein Qualitätssiegel bestätigt. mauser gehört zur Auswahl „Deutschlands Beste Büromöbel 2018“.





Reinigen ist ihr Geschäft: Ein Teil der Belegschaft der Jolmes Gruppe kümmert sich unter anderem um die akribische Säuberung von Büroräumen.

Unser Vater, der Ölscheich

Die Jolmes Gruppe vereint viele Dienstleistungen unter einem Dach – das birgt auch Risiken. Für die Absicherung des spannenden Multi-Unternehmens haben die Geschäftsführer-Brüder Wilfried und Jürgen eine besondere Lösung gefunden: Sie setzen auf ganzheitlichen Schutz.

Der Schaden war winzig klein, aber das Ausmaß umso größer. Als die Reinigungskräfte der Jolmes Gruppe die Glasfassade eines Neubaus für die Übergabe an den Kunden reinigten, fielen ihnen dabei kleine Kratzer auf den Fensterscheiben auf. „Die haben das der Bauaufsicht zwar berichtet, aber leider nicht dokumentiert“, sagt Wilfried Jolmes. Das böse Erwachen erreichte den Geschäftsführer gut sechs Wochen später: Eine Reklamation inklusive beträchtlicher Schadensumme. „Und wir hatten natürlich nichts in der Hand, was wir entgegenhalten konnten“, sagt Jolmes.

Was der Unternehmer stattdessen aber hatte: eine Betriebshaftpflichtversicherung bei der

Gothaer. Ein Anruf bei seinem Berater – und kurze Zeit später war alles organisiert. „Die Gothaer hat sich ziemlich großzügig an den Kosten beteiligt und gezeigt, dass sie nicht nur verspricht, ein guter Versicherer zu sein, sondern dieses Versprechen auch einhält“, erzählt Jolmes. Die Jolmes Gruppe ist ein Familienunternehmen aus Paderborn und wurde von Wilfrieds Vater Hans Jolmes 1956 als Handel für Mineralöl gegründet. „Unser Vater war in Paderborn sehr angesehen und wurde im Spaß oft ‚Ölscheich‘ genannt“, sagt der Junior. Nebenher hat sein Vater Reinigungsmittel von der Shell-Chemie verkauft. Als ein Kunde,

eine Gebäudereinigung aus Dortmund, die Rechnungen nicht mehr zahlen konnte und stattdessen die Paderborner Niederlassung angeboten hat, hat er zugeschlagen. Den Öl-Handel verkaufte der Gründer später an die Shell AG und setzte auf die Erfolgsgeschichte Reinigung. Im Laufe der Zeit ist das Unternehmen immer weiter gewachsen. Neben dem Reinigungsgeschäft wurde ein Handwerksbetrieb aufgebaut. „Wir sanieren mittlerweile überregional Brand- und Wasserschäden inklusive der kompletten Wiederherstellung bis hin zur Inbetriebnahme der Gebäude“, erzählt der Junior, der 1987 in die Firma eingestiegen ist.



Auf ähnliche Art ist auch die Energieberatung entstanden. Mit zertifizierten Fachleuten hilft dieser Geschäftsbereich der Jolmes Gruppe Unternehmen dabei, sich in Sachen Energieversorgung effizient aufzustellen. Und wer neues Personal sucht, kann sich damit ebenfalls an die Firmengruppe wenden. In diesem Fall hilft der Jolmes Personalservice weiter. Insgesamt beschäftigt die Firmengruppe heute fast 1000 Angestellte; mehr als 80 Prozent davon in der Gebäudereinigung. Aber die Jolmes Gruppe vereint nicht nur viele Menschen und viele Dienst- und Handwerksleistungen unter einem Dach, sondern es entstehen dadurch auch die unterschiedlichsten Haftungsrisiken. „Da den Überblick zu behalten, ist nicht immer ganz einfach“, sagt Jolmes. Deshalb hat sich der 64-jährige Unternehmer, der die Firmengruppe gemeinsam mit seinem Bruder Jürgen leitet, für eine ganz besondere Form der Absicherung entschieden, die Fachleute als „ganzheitliche Beratung“ bezeichnen. Man könnte auch sagen: Eine Lösung für alle Fälle. Das Prinzip ist einfach. Statt einzelne Risiken im Betrieb zu identifizieren und zu versichern, hat Jolmes Kontakt zu seinem Versicherungsberater aufgenommen und ihm diese Angelegenheit überlassen. Das Ergebnis: Seit fast

„MEIN BERATER ERKENNT DIE NEUEN GEFAHREN MEISTENS SCHON, BEVOR SIE ÜBERHAUPT DA SIND“

fünf Jahren genießt die Firma weitreichenden Versicherungsschutz bei nur einem Anbieter – der Gothaer. Da sind neben der Betriebshaftpflicht, die im Fall des Glasschadens geholfen hat, etwa eine Transportversicherung für den Transport von Waren und Werkzeugen, eine Kfz-Versicherung für den firmeneigenen Fuhrpark oder eine betriebliche Krankenversicherung für die Belegschaft. „Die kommt besonders gut an“, sagt der Firmenchef.

Aber da ist nicht nur der weitreichende Schutz, es gibt noch mehr Vorteile. Zum Beispiel der direkte Kontakt zur Gothaer. „Wenn wir Fragen haben, etwa zur Risikoabsicherung, geht das immer schnell und verlässlich“, sagt

Jolmes. „Dadurch wissen wir, dass unsere Risiken geschützt sind und wir keine offenen Flanken haben.“ Bei Mitbewerbern habe er das durchaus schon anders erlebt: „Da wurden dann Leistungen gekürzt, ohne dass man uns das gesagt hat.“ Und auf der anderen Seite: „Wenn ein neues Risiko entsteht, weil sich ein Unternehmen der Firmengruppe verändert, erkennt mein Berater die neuen Gefahren meistens schon, bevor sie überhaupt da sind“, sagt Jolmes. Bei der Gothaer schätzt er deshalb vor allem die schnelle Hilfe seines Beraters, die großzügigen Leistungen der Ver-

DARÜBER LOHNT ES SICH, MIT IHREM BERATER ZU SPRECHEN

1

Es gibt Risiken, die völlig unerwartet sind, und auf die man sich nicht vollumfänglich vorbereiten kann. Und es gibt Risiken, die als solche nicht erkannt oder nicht weiter ernst genommen werden! Ein systematisches Risikomanagement ist daher unerlässlich.

2

Die Gothaer bietet mit GewerbeProtect eine flexible und individuell anpassbare Produktwelt aus frei kombinierbaren Bausteinen.

3

Wenn sich der Bedarf ändert, können einzelne Bausteine problemlos angepasst werden.

sicherung wie etwa im Fall des Glasschadens, sowie die vertrauensvolle Zusammenarbeit. Eine Zusammenarbeit, die übrigens in beide Richtungen funktioniert. Denn Jolmes ist nicht nur Gothaer-Kunde, sondern die Gothaer setzt auch auf die Expertise der Firmengruppe. Wenn etwa Brandschäden abgewickelt werden müssen, kommen die Jolmes-Leute, bewerten den Schaden für die Gothaer und beseitigen ihn. Dabei ist dem Unternehmer eine Sache aufgefallen: „Bei der Gothaer habe ich es noch nie erlebt, dass ein Kunde unterversichert war.“ Zum Glück kann Jolmes das für seine eigene Firma auch behaupten.



Sie haben das Geschäft vom Vater übernommen und erweitert: Wilfried (l.) und Bruder Jürgen Jolmes.



Firmengründer Hans Jolmes (l.) und seine Fahrer.



Umweltfreundlich durch die Stadt: Die Fahrer und Fahrerinnen der Rikolonia-Rikschas transportieren ihre Gäste mit Muskelkraft.

Vorausschauendes Fahren

Seit fast 13 Jahren fährt Stefan Schlitt Touristen und Touristinnen auf seinen Rikschas durch Köln – bis Corona kam und Gäste ausblieben. Kurzerhand gründete er eine zweite Firma: Lamica transportiert nun Waren statt Menschen. So meistern er und seine Mitarbeitenden die Krise.

Wenn Stefan Schlitt in der Kölner Innenstadt unterwegs ist, kommt es nicht selten vor, dass die Menschen ihn erkennen. „Hey, du bist doch der Rikschamann“, rufen sie dann. Und das stimmt: Stefan Schlitt ist tatsächlich der Rikschamann. Seit fast 13 Jahren fährt er auf seinem Dreirad mit Fahrradsattel und Gästekabine Menschen durch Köln. Erst als Freiberufler, seit 2013 als Unternehmer für seine eigene Firma Rikolonia. Auf seiner Rikscha gehört Schlitt zum Stadt-

bild, fast wie der Dom, die Hohenzollernbrücke oder der Hauptbahnhof, wo er häufig auf Gäste wartet.

Aber seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie wartete er vergeblich. Seine Kunden, meistens Kreuzfahrttouristen, Tagesgäste oder Städtereisende, blieben weg. Stattdessen gab es immer neue Verordnungen. Zwar sei Rikschafahren nie explizit verboten worden, sagt er, aber Abstandsregel und Kontaktbeschränkungen machten sein Geschäft faktisch unmöglich.

„Wir sind während der Lockdowns gar nicht mehr mit Gästen gefahren“, sagt Schlitt.

Aber statt sich der Krise zu ergeben, ist der Unternehmer positiv geblieben und hat schnell an einer neuen Geschäftsidee gearbeitet. „Ich dachte mir, die Menschen sind alle im Lockdown und bestellen sich ihr Essen nach Hause. Das könnten wir doch ausliefern.“ Also nahm er Kontakt zu Gastronomiebetrieben auf. Einer davon war die Kette L’Osteria, die in Köln sieben Restaurants betreibt, vier davon in der Innenstadt. Der Deal kam schnell zustande und so kutschierten die Fahrer, die Schlitt beinahe hätte entlassen müssen, statt Touristen und Touristinnen Pizza und Pasta durch die Stadt. Im Herbst kam ein weiterer Betrieb hinzu, für den Rikolonia einspringt, wenn die Fahrer und Fahrerinnen der Bestellflut nicht standhalten können. Und sogar die Produkte eines Zahntechniklabors fahren Schlitts Leute jetzt hin und her. „Wir bringen Abdrücke ins Labor und holen Prothesen wieder ab“, sagt er.

Die neue Geschäftsidee war kein Lückenfüller, sondern erwies sich als Initialzündung für eine neue Firma, die Schlitt zusammen mit einem befreundeten Fahrradhändler jetzt gegründet hat: die LAMICA GmbH. „Der Name steht für Last Mile Cargo und beschreibt exakt, was wir tun: den Transport von Waren auf der sogenannten letzten Meile“, erklärt Schlitt. Statt mit einer Kabine für Gäste fährt die Flotte nun mit einer Art Kofferraum durch die Stadt. Der kann immerhin



Chefsache: Stefan Schlitt belädt die Box des Lastenfahrrads. Eine halbe Tonne Gewicht kann er mitnehmen.



mit einem Gesamtgewicht von bis zu einer halben Tonne beladen werden.

Der Konkurrenz auf vier Rädern sind die umgebauten Rikschas in vielen Dingen überlegen. Während sich die Transporter in den vollgestopften Straßen der Innenstadt stauen, düsen die Räder einfach dran vorbei.

Außerdem können sie sich in der engen Altstadt besser bewegen und finden immer einen Parkplatz. „Diese Flexibilität bringt mehr Tempo auf die letzte Meile“, sagt Schlitt. Hinzu kommt, dass seine Fahrräder im Gegensatz zum Dieseltransporter keinerlei CO₂ in die Luft pusten. „Immer mehr Firmen achten darauf“, sagt der Gründer. Einige Kunden hat er bereits aus diesem Grund gewonnen. Zum Beispiel Memo, einen Versandhändler für nachhaltigen Bürobbedarf, oder die Apotheke am Neumarkt, eine der größten der Stadt. Hinzu kommen noch jene Firmen, die Schlitt ohnehin schon für Rikolonia begeistert hatte. Die Idee, mit der Rikscha Waren zu transportieren, habe ihn schon lange immer mal wieder beschäftigt. „Corona hat uns jetzt dazu gezwungen“, sagt Schlitt.

Zur Rikscha kam er eher zufällig. Schlitt ist in Aachen geboren und in Leverkusen aufgewachsen. Er hat Maschinenbau- und Kommunikationswissenschaften in Aachen studiert. Und landete

irgendwann in Köln, wo er neben der Uni als Assistent beim WDR arbeitete. Die Redaktion des Senders befand sich direkt am Hauptbahnhof. „Da habe ich zum ersten Mal eine Rikscha gesehen – und war sofort verzaubert“, sagt er. 2008 stieg er selbst aufs Rad. Fünf Jahre später

machte er sich selbstständig. „Den Mut dazu habe ich von meinen Eltern geerbt“, sagt Schlitt, Sohn eines Arztes und einer Softwareunternehmerin.

Und dieser Mut wurde auch belohnt. Beim Start seiner ersten Firma Rikolonia 2013 waren es fünf Rikschas, die er selbst und vier freie Mitarbeiter durch Köln fuhren. Heute hat der 45-Jährige zwei Unternehmen mit 23 Angestellten. Auch der Fuhrpark ist angewachsen – auf zwölf Rikschas; eine davon nur für Hochzeitspaare und eine, die er für TV-Produktionen umgebaut hat.

Schon jetzt freut sich Schlitt auf die Zeit nach Corona, wenn die Touristen zurückkehren und auch Stadtrundfahrten

wieder zum Standardprogramm gehören, denn die machen in normalen Zeiten immerhin zwei Drittel seines Umsatzes aus. „Ich werde einfach mehr Personal brauchen“, sagt Schlitt, „aber daran arbeite ich bereits.“

Vorausschauendes Fahren – auf der Straße genauso wie am Steuer seiner Unternehmen.



DER VERSICHERUNGSBEDARF ÄNDERT SICH, WENN DIE FIRMA WÄCHST. DAS SOLLTEN SIE MIT IHREM BERATER BESPRECHEN

1

Eine Betriebshaftpflichtversicherung ist Basis einer jeden Unternehmung. Sie sollte in ihrer Deckung unbedingt mit dem Unternehmen wachsen.

2

Die Digitalisierung bietet Angriffspunkte für IT-Kriminalität. Schäden durch Cyberattacken können existenzbedrohende Folgen haben. Der Schutz vor diesen Schäden wird daher immer wichtiger.

3

Die Cyberpolice der Gothaer bietet umfassenden Schutz und ein weitreichendes Maßnahmenpaket.

Fotos: Lamica, Rikolonia

Die beste Idee meines Lebens

Auf dieser Seite schreiben in jeder Ausgabe Führungskräfte über Entscheidungen, die sie auf Erfolgskurs gebracht haben. Diesmal: Jürgen Henke, Chef der prima events GmbH.

Wenn ich über die Elbbrücken in meine Wahl-Heimat Hamburg fahre, liegt gleich hinter der Autobahn ein Unternehmen, das weltweit zu den bedeutendsten seiner Art gehört. Das Erstaunliche ist: Kaum jemand kennt den Namen dieses Unternehmens und nur wenige wissen, was dort produziert wird. Das Unternehmen selbst sagt es so: „Sie kennen vielleicht unseren Namen nicht, aber wir sind sicher, dass Sie fast jeden Tag unseren Produkten begegnen, zum Beispiel in Milcherzeugnissen, Backwaren oder Soßen.“ Ein Hidden Champion also, ein heimlicher Weltstar der Industrie. Aber warum erzähle ich das, wenn es hier doch um die beste Idee meines Lebens als Unternehmer gehen soll? Klar: Die Antwort hängt mit dieser Geschichte zusammen. Als Unternehmer in der Veranstaltungsbranche habe ich mich mit meiner Agentur darauf spezialisiert, Events für Firmen auszurichten. Dabei bin ich viel herumgekommen, habe viele Unternehmen kennengelernt. Und oft war es so, dass ich staunte, warum niemand etwas über diese spannenden Firmen wusste. Aus diesen Erlebnissen wuchs bei mir ein Impuls: Das könnte man doch ändern. Einerseits wollte ich der breiten Öffentlichkeit diese coolen Unternehmen zeigen, aber andererseits auch den Unternehmen die Möglichkeit geben, sich in Zeiten drückenden Fachkräftemangels als Unternehmen zu präsentieren, das interessante Jobs anzubieten hat. Und damit war die Idee zu einer Veranstaltung eigentlich schon geboren, zu einer Eventreihe, die wir „Lange Nacht der Industrie“ nannten. Und das war die beste Idee meines Lebens! Seit 2008 veranstalten wir in fast allen Bundesländern regelmäßig diese Events. Dabei

„DIE LANGE NACHT DER INDUSTRIE“: 81 NÄCHTE, 700 UNTERNEHMEN UND 80.000 BEGEISTERTE GÄSTE



ZUR PERSON

Jürgen Henke, 61, studierte an der Bundeswehr-Hochschule in Hamburg Pädagogik, ehe er einen Job in der freien Wirtschaft antrat – bei Christ, dem größten Juwelier Deutschlands. 1994 gründete er seine Agentur prima events. Seitdem ist er Gothaer Kunde.

haben wir bislang 81 Nächte mit fast 700 Unternehmen und 80.000 Gästen organisiert. Sicher, Führungskräfte bemessen Erfolg oft an der Größe ihrer Firma oder an der Höhe des Umsatzes. Aber darüber hinaus möchte man doch auch etwas Sinn stiftendes bewegen. Und das tun diese Veranstaltungen. Genau wie bei den langen Nächten der Museen oder den langen Nächten der Theater fahren die Menschen während der Industrie-Nächte von Schauplatz zu Schauplatz – und das sind dann eben hoch spannende Unternehmen, die man sonst nie kennenlernen würde. In den Bussen, mit denen wir die Teilnehmenden von Location zu Location fahren, treffen wir jedenfalls immer begeisterte Menschen.

Ich selbst sitze übrigens derzeit anstatt in meiner Agentur als Oberst der Reserve in der Führungsakademie der Bundeswehr im German Institute for Defence and Strategic Studies (GIDS); das ist ein Think Tank der Bundeswehr. Dort baue ich ein Netzwerk für Alumni auf und führe hybride Veranstaltungen durch. Während Corona mich in meinem eigentlichen Beruf weitgehend zur Untätigkeit verdammt, ist dies sicher auch eine der besseren Ideen in meinem Leben, bevor es wieder zurückgeht an das Management der „Langen Nächte der Industrie“. Das Unternehmen, von dem ich am Anfang schrieb, heißt übrigens Ingredion und produziert Speisestärke. Schon mal gehört?



THE FINE ART OF AFRICA

Lebensgroße Unikate erzielen hohe Aufmerksamkeit zuhause und in Ihrem Unternehmen. Jede Skulptur wird in Simbabwe aus recycelten Metallen handgefertigt.

Sie finden Pferde, Flamingos, Geparden, Löwen, Giraffen, Elefanten, Reiher, musizierende Frösche, Paviane unter:

JMP
Skulpturen

www.jump-skulpturen.de
info@jump-skulpturen.de



Bitte geben Sie bei Interesse oder Kauf das Kennwort „Chefsache“ an.



Ich werde
die Motivation meiner
Mitarbeiter steigern.

Mit der Gothaer Gemeinschaft stellen
Sie Ihr Team in den Fokus – und bieten
eine ganzheitliche Absicherung.

Für mehr
Unternehmens-
attraktivität



**Ihr individuelles TeamKonzept
der Gothaer.**

Mehr auf gothaer.de oder beim
Gothaer Berater in Ihrer Nähe.

Gothaer
Kraft der Gemeinschaft