



SPONSORED CONTENT FÜR



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Hörmann Schweiz AG

«Nur Medizinball und Äpfel halten Mitarbeitende nicht fit»

Massage, Fitness, Ernährungsberatung, Chef-Tag: Mit dem Label «**Friendly Work Space**» fördert Hörmann Schweiz die Gesundheit der Mitarbeitenden und setzt sich für gute Arbeitsbedingungen ein.



FITNESS

«Die körperliche Gesundheit trägt auch zur psychischen bei.»
Deshalb unterstützt Hörmann Schweiz AG auch die Initiative «Bike to Work» von Gesundheit Schweiz.



Während frühere Generationen oft finanzielle Sicherheit und beruflichen Erfolg anstrebten, stehen heute bei Arbeitnehmenden Aspekte wie Flexibilität, Teamarbeit und Wohlbefinden im Mittelpunkt. Gefragt ist eine gute Work-Life-Balance. «Ein Unternehmen kann nur gesund sein, wenn die Mitarbeitenden es auch sind», sagt Andreas Breschan, CEO von Hörmann Schweiz AG.

Die Firma mit Hauptsitz in Oensingen SO ist auf die Herstellung von Toren, Türen, Zargen und Antrieben spezialisiert. Dem Familienbetrieb sind **Gesundheitsförderung** und Prävention wichtig. Seit 2015 ist Hörmann Schweiz AG mit dem Label «**Friendly Work Space**» zertifiziert. «Diese Auszeichnung ist eine Belohnung für unsere Bemühungen, gleichzeitig aber auch ein Auftrag weiterzumachen und dem Label gerecht zu bleiben», so Breschan. Alle drei Jahre prüfen unabhängige Assessoren die Weiterentwicklung des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM).

Neun Angestellte aus den verschiedensten Bereichen des Unternehmens sind für das BGM zuständig. «Ihre Aufgabe ist es, dass Mitarbeitende brennen können, ohne auszubrennen.» Das Gremium nimmt Anliegen der Belegschaft auf und setzt Massnahmen zur Verbesserung des Wohlbefindens am Arbeitsplatz um.

«BRENNEN KÖNNEN, OHNE AUSZUBRENNEN»

Damit sich ein Angestellter oder eine Angestellte in einer Firma wohlfühlen kann, müssen laut Breschan folgende Bereiche abgedeckt sein: Wertschätzung, Selbstbestim-

mung, Perspektiven und keine Unter- oder Überforderung, sondern angemessene Förderung. Das Befinden der Mitarbeitenden liegt der Firma speziell am Herzen. «Wenn jemand krank ist und eine Woche ausfällt, suche ich nach seiner oder ihrer Rückkehr das persönliche Gespräch», sagt Breschan. «Ich erkundige mich, wie es ihm oder ihr geht, und sage auch, dass wir uns freuen, dass er oder sie zurück ist.»

Auch einen Chef-Tag gibts bei Hörmann Schweiz AG. «Mitarbeitende können sich an einem bestimmten Tag jeden Monat einen Termin buchen und mir direkt sagen, was ihnen auf dem Herzen liegt», sagt Andreas Breschan. «Ich höre ihnen zu, gebe Ratschläge und nehme ihre Anliegen ernst.»

CHEF-TAG, MASSAGEN UND ERNÄHRUNG

«Das BGM ist mehr als nur Medizinball, Nüssli und Apfel», stellt Breschan klar. Mittels eines Briefkastens können Mitarbeitende ihre Anliegen anonym oder persönlich darlegen. Dieses Angebot wird auch rege genutzt. «Führungskräfte haben ein Tagesgeschäft zu stemmen, müssen aber immer auch ein offenes Ohr haben für die Mitarbeitenden. Das ist nicht immer einfach», sagt Breschan. «Meist geht es bei den Anliegen darum, dass sich jemand von den Vorgesetzten nicht abgeholt fühlt.» Der Briefkasten wird aber auch für Lob genutzt. «Manchmal bedanken sich Mitarbeitende auch einfach und das freut mich besonders.» Zudem steht der Belegschaft eine neutrale Stelle ausserhalb der Firma zur Verfügung, die professionelle Beratung anbietet. «Es können auch private Probleme sein, die einen beschäftigen.»

Das Unternehmen bietet auch di-

rekte gesundheitsfördernde Massnahmen wie etwa monatliche Massagen an, von denen die Firma den Grossteil der Kosten übernimmt. Ergonomische Arbeitsplätze, Fussmatten und Medizinbälle sind in jeder Abteilung zu finden. «Für das Homeoffice haben wir ein Package zusammengestellt, um sicherzustellen, dass unsere Mitarbeitenden von daheim aus arbeiten können, ohne eine Nackenstarre zu erhalten.» Auch auf Ernährungsberatung können Mitarbeitende zurückgreifen. «Wenn man nur Kohlenhydrate oder Fett zum Zmittag isst, ist man nicht wirklich leistungsfähig», sagt Breschan. «Die körperliche Gesundheit trägt auch zur psychischen bei.» Deshalb unterstützt Hörmann Schweiz AG auch die Initiative «Bike to Work». «Wir lancieren jeweils einen internen Wettbewerb mit verschiedenen Gruppen, die besten drei werden prämiert.» Der Teamgedanke soll dabei im Vordergrund stehen.

HAUSEIGENE AKADEMIE

Die Hörmann Schweiz AG will auch jungen Berufsleuten eine Perspektive bieten und hat deshalb ein Trainee-Programm ins Leben gerufen. «Unser Ziel ist es, unsere Fachleute aus unseren Reihen zu rekrutieren», so Breschan. «In dem achtmonatigen Programm erhalten sie einen Einblick in all unsere Bereiche wie Verkauf, Innen- oder Aussendienst, Servicetechnik oder Projektleitung - und können am Schluss entscheiden, in welche Richtung ihr beruflicher Weg bei uns gehen soll», erklärt der CEO.

Andreas Breschan ist es wichtig, dass seine Mitarbeitenden morgens gerne aufstehen und zur Arbeit kommen. Und wie sieht es bei ihm



selber aus? «Ich fahre immer guten Mutes ins Geschäft und bin noch nie mit schlechter Laune aufgestanden, weil ich arbeiten muss.»



Dieser Beitrag wurde vom Ringier Brand Studio im Auftrag eines Kunden erstellt.



OFFENE TÜREN

Der Chef-Tag ist Andreas Breschan wichtig: «Mitarbeitende können mir direkt sagen, was ihnen auf dem Herzen liegt.»



Das Label «Friendly Work Space»

Das Label «Friendly Work Space» setzt den Schweizer Qualitätsstandard für systematisch umgesetztes Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) und wird vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und vom Bundesamt für Gesundheit (BAG) gestützt. Die Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz, die einen gesetzlichen Auftrag hat, stellt die Zertifizierung aus. Die Basis bilden sechs Qualitätskriterien, welche die Gesundheit der Mitarbeitenden fassbar und bewertbar machen und von unabhängigen, externen Assessierenden geprüft und bestätigt werden.



«Systematisches BGM lohnt sich für Firmen und Organisationen unter anderem aufgrund der präventiven Wirkung, der Massnahmen zur raschen Wiedereingliederung und der entsprechenden Kosteneinsparungen. BGM und das Label «Friendly Work Space» werden zudem immer wichtiger beim Employer Branding», so Thomas Brändli, Projektleiter Kommunikation BGM.

www.friendlyworkspace.ch