

Betriebliche Gesundheitsförderung

Chancen als Ernährungsberater UGB



Susanne Mücke ist seit 2015 selbstständige Ernährungsberaterin – einer ihrer Schwerpunkte ist die Betriebliche Gesundheitsförderung. Die Oecotrophologin mit der Zusatzqualifikation Ernährungsberaterin UGB berichtet, worauf es ankommt, um in Firmen Fuß zu fassen.

Mein Weg hat mich nach über 20 Jahren im Management namhafter Unternehmen wieder zurück zu meinen Wurzeln der Ernährung geführt. Und ich wusste relativ schnell, dass der Schwerpunkt meiner zukünftigen Tätigkeit auf den Bereich der Ernährungsprävention ausgerichtet sein sollte. Nach meiner Qualifikation durch den UGB zur Fachberaterin Vollwerternährung und zur Zertifizierten Kursleiterin und Beraterin, war der Weg zur Ernährungsberaterin UGB nicht weit. Die damit verbundene Anerkennung durch die gesetzlichen Krankenkassen eröffnete viele Spielräume, in denen ich auf dem Gebiet der Primärprävention tätig werden konnte: Sei es im Bereich der Einzelberatung, der Präventionskurse oder auch in der Betrieblichen Gesundheitsförderung (BGF). Gerade im *Setting Betrieb* zeichnete sich großer

Handlungsbedarf ab und Arbeitgeber öffnen sich angesichts des Fachkräftemangels und steigender Krankenstände zunehmend dem Präventionsgedanken.

Aller Anfang ist schwer

Meine Vision war klar: Ich wollte Berufstätige für eine gesunde Lebensweise sensibilisieren und ihnen zeigen, wie man sich trotz Zeitmangel, Stress oder schlechter Kantinenverpflegung besser ernähren kann. Aber was will der Markt? Was biete ich an und was darf es kosten? Eine gute Basis für den Start lieferte mir das UGB-Seminar zur Betrieblichen Gesundheitsförderung (siehe S. 221). Im Nachgang betrachtet ist dennoch einiges nach dem Prinzip *Trial and Error* verlaufen. Man darf sich nichts vormachen. Mit Betrieben zu arbeiten bedeutet, in hohem Maße selbst unternehmerisch zu arbeiten:

Konzepte erstellen, Kosten exakt kalkulieren, Vorträge auch optisch ansprechend aufarbeiten und mit den Verhandlungspartnern auf Augenhöhe kommunizieren. Und, jedes Unternehmen ist(s) anders. Mit einer Standardpräsentation ist es nicht getan. Die Wünsche und Bedürfnisse der jeweiligen Betriebe müssen im Vorfeld genau eruiert und individuelle Ansätze entwickelt werden.

Dennoch empfehle ich wärmstens, das eigene Leistungsspektrum bereits zu konzipieren, bevor man als Anbieter auf den Markt tritt. Dazu gehören allgemeine Vorträge wie „Besser essen im Arbeitsalltag“ oder diverse Workshop-Angebote. Die Praxis zeigt, dass Unternehmen oft sehr kurzfristig Vorschläge für Aktionen benötigen. Sind diese Basics erst einmal ausformuliert, lässt sich das Angebotsportfolio mit auf den Betrieb zugeschnittenen Schwerpunkten später ausbauen.

Wie gewinnt man Kunden?

Was nützt das beste Angebot, wenn niemand etwas von mir weiß? Meine Erfahrung zeigt, dass die meisten Unternehmen im Internet nach



Appetitliche Häppchen (links) und attraktive Präsentationen (oben) sind wichtig für das Image und erleichtern den Zugang zu den Verantwortlichen im Betrieb.

möglichen Anbietern im Bereich der Betrieblichen Gesundheitsförderung suchen. Dies bedeutet, in Suchmaschinen präsent zu sein und idealerweise schon unter dem Stichwort „Betriebliche Gesundheitsförderung Stadt XY“ gefunden zu werden. Eine aussagekräftige Homepage ist überaus hilfreich. Nicht selten höre ich am Telefon von potenziellen Auftraggebern, dass man mich aufgrund meiner Website und den dort vermittelten Informationen kontaktiert hat. Hilfreich ist auch der Eintrag im Netzwerk Gesunde Ernährung auf der Plattform fairberaten.net.

Zusätzlich empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit einer Krankenkasse. Hier hatte ich Glück und wurde von einer bedeutenden Krankenkasse angesprochen, für die ich als Referentin bis heute tätig bin. Der Vorteil einer längerfristigen Zusammenarbeit liegt für beide Seiten auf der Hand: Meinerseits reduziert sich der Aufwand zur Kundengewinnung; umgekehrt kann sich die Krankenkasse auf einen kompetenten Partner verlassen. Um für die Krankenkassen tätig zu werden, ist die Zusatzqualifizierung zum zertifizierten Ernährungsberater zwingend notwendig, da diese gemäß *Leitfaden Prävention* nur mit Anbietern zusammenarbeiten dürfen, die dieses Kriterium erfüllen. Aber auch für andere Unternehmen ist die Anbieterqualifikation nach § 20 SGB V relevant, wie Instituti-

onen im öffentlichen Sektor wie Bundeswehr, Behörden oder Justiz. Der Schritt zum Ernährungsberater UGB ist somit jedem zu empfehlen, der auf diesem Gebiet tätig sein möchte. UGB-Gesundheitstrainer können in aller

Regel nicht für Maßnahmen der Krankenkassen eingesetzt werden. Möglich ist aber eine Kooperation mit einem zertifizierten Ernährungsberater – sozusagen als Assistenz.

Auch wenn für die Finanzierung der Betrieblichen Gesundheitsförderung eine staatliche Förderung für die Versicherten existiert, sollte man bei der eigenen Kalkulation realistisch bleiben. Wenn ein Unternehmen sich an mich wendet, hat es meist ein vorgegebenes Budget. Nach den ersten Angebotsabgaben merkt man sehr schnell, inwieweit man im Marktumfeld mithalten kann.

Erfolgreiches Marketing

Maßnahmen der Betrieblichen Gesundheitsförderung sind nur dann für Unternehmen nachhaltig, wenn sie kontinuierlich durchgeführt werden. Wer als Anbieter also schon eine Aktion erfolgreich durchgeführt hat, hat große Chancen, für das Unternehmen erneut aktiv zu werden. Wichtig ist immer, die Mitarbeiter zu begeistern und nicht dogmatisch zu belehren. Und hier haben UGB-Absolventen einen klaren Vorteil: Ich habe recht schnell bemerkt, wie hilfreich die Seminare im Bereich Kommunikation, Rhetorik, Beratung und Motivation gewesen sind und mir blieb dadurch sicherlich so manches „Fettnäpfchen“ erspart. Es lohnt sich aber auch, den eigenen Auftritten eine individuelle Note zu geben: Vorträge durch eine leckere Verkostung

zu bereichern oder im Nachgang noch für individuelle Fragen der Mitarbeiter zur Verfügung zu stehen. Das schafft Kundenbindung.

Blick in die Zukunft

Mittlerweile weiß ich, dass es keine klassischen Erfolgsrezepte für die Betriebliche Gesundheitsförderung im Sinne von geprüften Maßnahmenkatalogen, vorgegebenen Preisen und Standardaktionen geben kann. Zu unterschiedlich sind die Anfragen, die Unternehmen selbst und die regionalen Märkte. Ich weiß aber auch, dass im Tätigkeitsfeld BGF vieles möglich ist, wenn man offen und flexibel ist und das Preis-Leistungsverhältnis stimmt. Für die Zukunft erhoffe ich mir im meinem Netzwerk einen verstärkten Ausbau von Kooperationen mit anderen Akteuren im Bereich der BGF – aus der Unternehmensberatung, der Bewegung, des Stressmanagements oder der Ernährung –, um größere Projekte gemeinsam umzusetzen, neue Konzepte auszutesten oder Synergien bei der Akquise zu nutzen.

Ich gehe fest davon aus, dass die Betriebliche Gesundheitsförderung als wichtiger Teil der Primärprävention weiter an Bedeutung gewinnt. Gerade im Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen herrscht diesbezüglich großer Nachholbedarf. Der Markt ist noch lange nicht gesättigt und bietet damit jede Menge Chancen für zertifizierte Ernährungsberater.“

Anschrift der Verfasserin:
Dipl. oec. troph.
Susanne Mücke
Ernährungsberatung und
Betriebliche Gesundheitsförderung,
Eduard-von-Hartmann-Str. 15
D-04157 Leipzig
www.purplus-genuss.de



Das tut mir gut!