

„Digitale Technologien müssen in die strategischen Gesundheitsziele eingebunden sein“

Das Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) ist im digitalen Zeitalter angekommen. Dr. Filip Mess, Professor für Gesundheitsförderung an der Pädagogischen Hochschule Schwäbisch Gmünd, spricht im Interview mit der Personalwirtschaft über Chancen und Risiken moderner E-Health-Tools in der Gesundheitsförderung der Arbeitnehmer.



Prof. Dr. Filip Mess

Personalwirtschaft: Sie begleiten seit einigen Jahren die Entwicklung digitaler Maßnahmen im Betrieblichen Gesundheitsmanagement. Wo steht der Markt heute?

Filip Mess: Es tut sich eine Menge. Zwar noch nicht in der Breite, aber immer mehr. Wir sehen hier drei Bereiche, die sich für die betriebliche Praxis nutzen lassen: Gesundheits-Apps, Gesundheitsportale und smarte Fitness-Tools, sogenannte Wearables. Einige BGM-Dienstleister entwickeln bereits Lösungen für unterschiedliche Endgeräte, und die Zahl der Anbieter wird wohl weiter steigen, denn viele Experten sehen auch im Setting-Betrieb ein großes Marktpotenzial.

Das Internet bietet bereits Tausende Gesundheits-Apps und viele Plattformen zu jedem beliebigen Gesundheitsthema. Wie unterscheidet sich der Einsatz dieser Werkzeuge im betrieblichen Kontext?

Zum einen gibt es Unterschiede bei der Zielgruppe. Wer privat bereits eine Ernährungs- oder Bewegungs-App nutzt, gehört sicher nicht zum gesundheitsfernen Klientel. Die digitalen Tools im betrieblichen Kontext richten sich aber in erster Linie an diejenigen, die zwar täglich online sind, aber denen bisher die Motivation

fehlt, aktiv zu werden. Zum anderen zeigt die Erfahrung, dass die privat genutzten, allgemeinen Fitness-Apps nicht immer etwas bringen: Sie sind für einen gewissen Zeitraum spannend, werden aber meistens irgendwann wieder vernachlässigt. Betriebliches Gesundheitsmanagement setzt jedoch auf Nachhaltigkeit. Das bedeutet, dass digitale Technologien – ob Fitness-App oder Gesundheitsplattform – in die strategischen Gesundheitsziele des BGM eingebettet und mit anderen Maßnahmen verknüpft werden sollten. So stoßen beispielsweise Aktionen, die einen internen Wettbewerb unter Abteilungen oder Standorten anregen, auf gute Resonanz. Auf diese Weise nähert man sich dem Thema spielerisch und sensibilisiert auch durch positive Gruppendynamik. Andere vielversprechende Tools gibt es im Bereich des Vitaldaten-Monitorings, durch das die Beschäftigten wertvolle Informationen über ihr eigenes Aktivitäts- oder Schlafverhalten erhalten. Diese sind inzwischen sogar teilweise wissenschaftlich evaluiert worden.

Schritte zu zählen oder an die Rückengymnastik am Arbeitsplatz zu erinnern, mag datenschutzrechtlich unproblematisch sein. Doch beim Vitaldaten-Monitoring über Wearables oder andere

Sensoren werden persönliche Gesundheitsdaten erhoben. Selbst bei der elektronischen Gesundheitskarte wird der Patient einer Übermittlung seiner Werte an Ärzte oder die Kassen widersprechen können. Die Grenze zwischen Betrieblicher Gesundheitsförderung und Überwachung scheinen fließend.

Bei diesen Anwendungen liegen auch die größten Widerstände. Bei Vorträgen erlebe ich regelmäßig ein sehr kontroverses Meinungsbild: von Begeisterung bis hin zu Anfeindungen. Das Thema Datenschutz ist ein sehr sensibles Thema, und es herrscht die Angst vor der „Vermessung der Beschäftigten“. Angst davor, dass die Informationen an die Personalverantwortlichen oder Geschäftsführer weitergegeben werden. Einige Studien zeigen, dass die junge Generation bereit ist, auch ihre Gesundheitsdaten preiszugeben, so wie sie tagtäglich auch andere persönliche Daten weitergibt. Darin sehe ich natürlich eine Gefahr.

... der man wie begegnen sollte?

Die Daten sollten auf jeden Fall beim Anbieter bleiben und nicht an Arbeitgeber oder Krankenkassen weitergereicht werden. In diesem Kontext können auch Vertraulichkeitserklärungen zum Beispiel zwischen den Anbietern und dem

Betriebsrat helfen. So sorgen wir in unseren eigenen Projekten mit Unternehmen für Vertrauen. Ich sehe neben den Risiken und verständlichen Ängsten aber auch viele Chancen von BGM 2.0.

Wo liegen die Ihrer Ansicht nach?

Der private Nutzer ist ohnehin viel mit seinen Endgeräten beschäftigt. Dies lässt sich elegant fürs BGM nutzen. Beschäftigte können sich Informationen beschaffen, an Online-Kursen teilnehmen, über Gamification aktiviert werden und so ihre individuellen Gesundheitsaktivitäten mit der unternehmerischen Gesundheitsförderung verknüpfen. Ich persönlich sehe eine hohe Attraktivität bei interaktiven Apps und Wearables und sehe sie in der Zukunft auch in immer mehr Unternehmen zur Anwendung kommen. Sie stellen einen Anreiz dar, sich stärker mit der eigenen Gesundheit oder dem Aktivitätsverhalten auseinanderzusetzen, und können sogar mit einem persönlichen Health-Report verbunden werden. So lassen sich neue Zielgruppen erschließen, vor allem auch junge Mitarbeiter, die irgendwann die „Alten“ von morgen sein werden.

Manche Arbeitgeber setzen im BGM bewusst auf online-freie Maßnahmen, gerade weil die Mitarbeiter nicht nur privat, sondern auch beruflich permanent online leben.

Das ist eine wichtige Perspektive. Und wer lieber diesen Weg gehen will, für den gibt es auch spannende Ansätze wie etwa die aufsuchende Gesundheitsförderung, bei der Gesundheitsangebote direkt in den Arbeitsalltag der Beschäftigten integriert werden. Nichtsdestotrotz gehören die digitalen Medien inzwischen zum Alltag dazu. Und wenn sie privat von den Beschäftig-

ten genutzt werden, dann spricht aus meiner Sicht nichts dagegen, sie auch für das BGM zu verwenden – sofern Arbeitnehmerrechte und der Datenschutz gewahrt bleiben. Man wird natürlich nie alle Beschäftigten damit erreichen und dafür begeistern können. Dennoch sehe ich insgesamt mehr Chancen als Risiken.

Wie wird der Datenschutz sichergestellt?

Es muss klar sein, wo die Informationen hinfließen, nämlich nur zum Anbieter – am besten verschlüsselt. Deutsche Anbieter können hier zudem Vertrauen schaffen, wenn die erhobenen Daten auf einem vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) zertifizierten Server liegen, der zuverlässig gegen externe Zugriffe geschützt ist.

Wenn Unternehmen selbst Apps entwickeln, sollte dies in Zusammenarbeit mit den Datenschutzbeauftragten geschehen. Es muss natürlich sichergestellt sein, dass keine Informationen über den Gesundheitszustand der Belegschaft an die Geschäftsführung oder die Personalverantwortlichen gelangen. Zudem ist es entscheidend, dass jegliche Nutzung oder Teilnahme auf Freiwilligkeit beruht.

Wie groß ist der nachgewiesene Nutzen von E-Health im Betrieb?

Es gibt zwar immer mehr Anbieter, aber der Nutzen ist – wissenschaftlich betrachtet – noch nicht nachgewiesen. Die meisten Anbieter werben mit konkreten Zahlen und Fakten, aber es gibt kaum verlässliche Studien. Hier gibt es große Defizite, zum Beispiel was die Überprüfung der Bindung an gesundheitssportliches Verhalten durch digitale Technologien angeht. Auch neuere Entwicklungen aus dem Bereich des Cybertrainings – das Training durch einen virtuellen Coach – wurden noch nicht ausreichend hinsichtlich ihrer Wirksamkeit überprüft. Hier wird die Wissenschaft in den kommenden Jahren aber gewiss nachziehen.

Das Interview führte Christiane Siemann.

Mehr zum Thema

Die Chancen und Risiken von digitalen BGM-Angeboten beleuchten Professor Filip Mess und der Sportwissenschaftler Thomas Viegner auf der Website www.digitales-bgm.ifbg.eu.