

DiBa FIT - Kommunikationsoffensive 2015

Die Bewerbung kompakt:

- **Die Ziele:** Mit einer Kommunikationsoffensive das Thema Vorsorge nachhaltig im Bewusstsein der Beschäftigten zu verankern. Breite Aufmerksamkeit für das Gesundheitsprogramm zu erreichen.
- **Im Mittelpunkt:** Die Initiativen „Gesundheitstage“, „Leben in Balance“, „DiBa FIT-Bonusheft“.
- **Motivierend:** Das DiBa FIT-Bonusheft trägt dazu bei, dass die Beschäftigten mehr für ihre Gesundheit tun.
- **Wirksam:** Durch die Kommunikationsoffensive steigt die Nutzung des DiBa Fit-Gesundheitsprogramms signifikant an.



“ Die Kommunikationsoffensive für mehr Gesundheit ist wirksam und übertragbar auf andere Unternehmen. “





Das Unternehmen:

ING-DiBa ist ein Kreditinstitut mit 3.500 Beschäftigten und einer Zentrale in Frankfurt am Main.

Das Projekt:

Beworben hat sich das Unternehmen mit einer Kommunikationsoffensive für mehr Gesundheit der Beschäftigten.

Mit seinem Gesundheitsmanagement fördert ING-DiBa die gesundheitliche Eigenverantwortung ihrer Mitarbeiter. Herzstück ist das DiBa FIT-Programm mit einem Paket an gesundheitsfördernden Maßnahmen, Vorsorgeversicherung, Helpline und vielem mehr.

Mit der Kommunikationsoffensive 2015 verfolgt das Unternehmen drei Ziele: Das Thema Vorsorge nachhaltig im Bewusstsein verankern, breite Aufmerksamkeit für das DiBa FIT-Angebot schaffen und Feedback für das Qualitätsmanagement zu nutzen. Im Mittelpunkt der Offensive stehen die Initiativen Gesundheitstage, „Leben in Balance“ und das DiBa FIT-Bonusheft.

Mit Hilfe des DiBa FIT-Bonusheftes werden die Beschäftigten erfolgreich motiviert, das DiBa-FIT-Programm zu nutzen. Innerhalb eines Jahres können die Mitarbeiter Punkte sammeln, u. a. durch Besuche von Sport-, Ernährungs- und Nichtraucherkursen, Nutzung der Gesundheitsversicherung oder sportliche Freizeitaktivitäten. Jeder der Teilnehmer erhält attraktive Preise. Die Nutzung der DiBa FIT-Angebote steigt nach der Kommunikationsoffensive deutlich an.

Erreichte Ziele:

- Nachhaltige Verankerung von Vorsorge bei den Beschäftigten
- Bonusheft motiviert, mehr für die Gesundheit zu tun
- Ausfallkosten durch Krankheit sinken
- Nutzung des DiBa FIT-Gesundheitsprogramms steigt signifikant an



v.l.n.r.: Corinna Vogt, Rifka Pieper (beide ING DiBa) und Jurymitglied Prof. Dr. Jürgen Freiwald, Bergische Universität Wuppertal