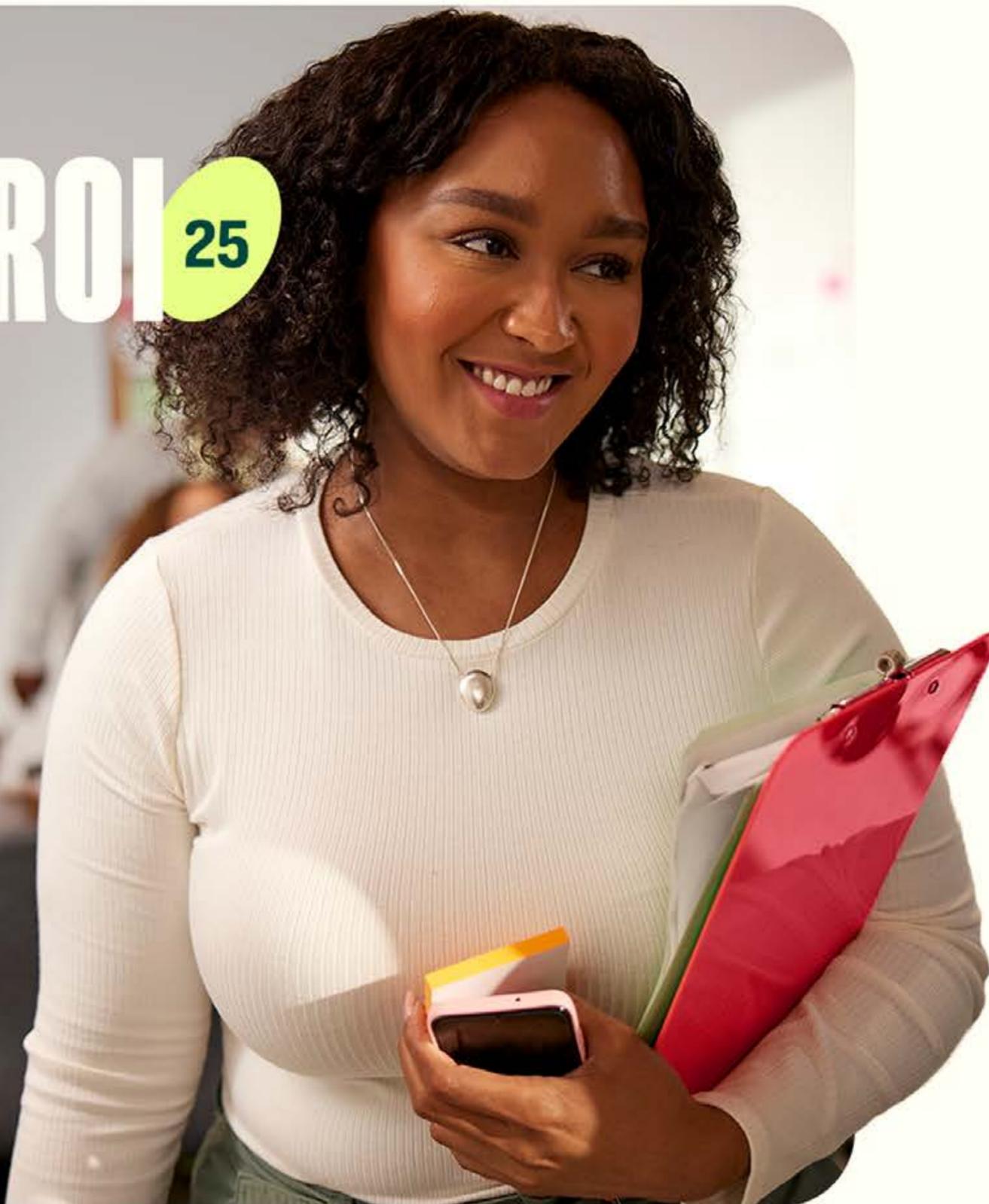




# WELLBEING-ROI **25**

Wohlbefinden am  
Arbeitsplatz als  
Zukunftsstrategie



**wellhub**

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	5
1.1	Vorwort .....	5
1.2	Zentrale Statistiken .....	8
<b>2</b>	<b>Wie CEOs Wohlbefinden wahrnehmen</b> .....	11
2.1	Was CEOs wirklich über Wohlbefinden am Arbeitsplatz denken .....	11
2.2	Was CEOs wirklich über Wellbeing-Programme denken .....	15
2.3	Bei CEOs beliebte Wellbeing-Programme .....	29
2.4	Die größten Vorbehalte von CEOs gegenüber Wellbeing-Programmen (und wie man sie ausräumt) .....	34
<b>3</b>	<b>Die ROI-Rechnung: Die Bewertungskriterien der CEOs für Wellbeing</b> .....	41
3.1	Was CEOs am meisten an Wellbeing-Programmen schätzen .....	41
3.2	Wie CEOs die Wirkung messen .....	48
3.3	Aus welchen Gründen CEOs mehr in Wellbeing investieren .....	63

<b>4 Die Rolle der CEOs beim Wellbeing</b> .....	79
<b>4.1</b> So steht es um das Wohlbefinden der CEOs .....	79
<b>4.2</b> Vorbildfunktion .....	94
<b>5 Die Zukunft von Wohlbefinden am Arbeitsplatz</b> .....	99
<b>5.1</b> Aufkommende Wellbeing-Trends .....	101
<b>5.2</b> Personalisierung, Prävention und technologiegestütztes Wohlbefinden .....	101
<b>5.3</b> Langfristige Erfolge und ganzheitliche Gesundheit sind zentrale Themen .....	103
<b>5.4</b> Die Zukunft heißt Flexibilität – auch wenn sich manche Führungskräfte dagegen sträuben .....	103
<b>6 Überwindung von Hürden bei der Einführung von Wellbeing-Programmen</b> .....	106
<b>6.1</b> Einwand 1: Unsere Mitarbeitenden werden das Wellbeing-Programm nicht nutzen .....	107
<b>6.2</b> Einwand 2: Wir haben beim Budget andere Prioritäten .....	109
<b>6.3</b> Einwand 3: Wir unterstützen das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden bereits .....	111
<b>6.4</b> Einwand 4: Wellbeing-Programme verbessern das Wohlbefinden von Mitarbeitenden nicht wirklich .....	113
<b>6.5</b> Einwand 5: Die Verwaltung von Wellbeing-Programmen ist zu aufwändig .....	115

<b>7</b>	<b>Der Wellhub-Effekt</b> .....	118
7.1	Eine vom Management geförderte Kultur des Wohlbefindens .....	118
7.2	Wellbeing beginnt ganz oben – mit gesunden CEOs .....	120
7.3	Der Wellbeing-ROI: Wie Wellhub Leistung und Gewinn steigert .....	122
<b>8</b>	<b>Fazit</b> .....	125
<b>9</b>	<b>Wohlbefinden weltweit</b> .....	127
<b>10</b>	<b>Über Wellhub</b> .....	137
<b>11</b>	<b>Anhänge</b> .....	139
11.1	Methodik .....	140
11.2	Umfragefragen .....	140
11.3	Quellenangaben .....	144

# 1 Einleitung

## 1.1. Vorwort

**Bei Innovation geht es nicht nur um Technologie – es geht auch um Menschen. Mitarbeitende legen immer mehr Wert auf ihr Wohlbefinden, und Unternehmen, die ihre Belegschaft nicht entsprechend unterstützen, werden den Anschluss verlieren. Wohlbefinden am Arbeitsplatz ist kein nettes Extra, sondern eine unternehmerische Notwendigkeit.**

Ich weiß aus erster Hand, wie einfach man diese grundlegende Wahrheit vergessen kann. Ich bin in Brasilien aufgewachsen, wo mir quasi unbegrenzte Optionen zur Verfügung standen, mich um mein Wohlbefinden zu kümmern.



Das warme Klima, viele Parks und eine aktive Lebenskultur sorgten dafür, dass körperliche Bewegung ganz von allein fest in den Alltag integriert war. Das änderte sich jedoch drastisch, als ich meine Karriere begann. Als Analyst, Berater und später als Führungskraft wurde es immer schwieriger, etwas für mein Wohlbefinden tun zu können. Aufgrund von Zeitmangel, Arbeitsdruck und zunehmenden konkurrierenden Prioritäten wurde es zusehends komplizierter, meinen lang gepflegten Gewohnheiten weiter nachzugehen – mit negativen Auswirkungen auf meine Gesundheit, meine Konzentrationsfähigkeit und meine zwischenmenschlichen

Beziehungen. Dieser Zustand war auf lange Sicht nicht tragbar, und ich wusste, dass mein persönliches Problem weit verbreiteter war als ich in Zahlen ausdrücken konnte.

Daraus entstand die Idee für Wellhub: etwas Verlorenes zurückzuerlangen – nämlich die Möglichkeit, als vielbeschäftigter Mensch im modernen Alltagsleben auf ganz einfache und natürliche Art und Weise etwas für sein Wohlbefinden tun zu können, und zwar mit Unterstützung durch den Arbeitgeber.

Meine Geschichte hat mich eine wichtige Lektion gelehrt, die auch für andere CEOs und Führungskräfte hilfreich sein kann: Wenn Unternehmen ihren Mitarbeitenden Krankenzusatzversicherungen, betriebliche Altersvorsorge und Lebensversicherungen anbieten, ist der nächste logische Schritt, in das Wohlbefinden am Arbeitsplatz zu investieren, um ihre Belegschaft in der heutigen Arbeitswelt zu unterstützen. Wir bestimmen selbst, ob sich die Menschen in unserem Unternehmen wohlfühlen.

In dieser dritten Ausgabe unserer *Studie zum Wellbeing-ROI* zeigen wir auf, wie das persönliche Wohlbefinden von CEOs richtungsweisend für das gesamte Wellbeing-Programm eines Unternehmens sein kann. Unsere Umfrage unter mehr als 1.500 CEOs und Führungskräften aus verschiedenen Ländern zeigt: Je häufiger eine Führungskraft aktiv am Wellbeing-Programm ihres Unternehmens teilnimmt, desto besser ist ihr persönliches Wohlbefinden **und desto eher ist sie bereit, die Mittel**

**für das Programm zu bewilligen – und zu erhöhen.** Eine Unternehmensführung, die Wohlbefinden zur Priorität macht, hat einen enormen strategischen Vorteil in einer Welt, in der gesunde Mitarbeitende mehr Produktivität, geringere Fluktuation und höhere finanzielle Erträge bedeuten.

CEOs folgen nicht nur einem Trend. Das Thema liegt ihnen wirklich am Herzen. 60 % aller CEOs sind *fest* davon überzeugt, **dass ihr Unternehmen eine Verantwortung für das Wohlbefinden seiner Mitarbeitenden hat. Mehr als die Hälfte – 58 % – stimmen der Aussage voll und ganz zu, dass Wohlbefinden für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens von entscheidender Bedeutung ist.** Das erklärt sich damit, dass Wellbeing-Programme, wenn sie von den Mitarbeitenden regelmäßig genutzt werden, eine messbare Rendite generieren, da sie die Gesundheitskosten senken und die Produktivität verbessern. CEOs haben verstanden, dass eine Belegschaft, der es gut geht, nicht nur moralisch erstrebenswert ist, sondern einen echten Wettbewerbsvorteil bietet.

**Personalverantwortlichen kommt dabei eine entscheidende Rolle zu.** Sie verwalten nicht nur Initiativen, sondern sind das entscheidende Bindeglied zwischen der Strategie der Unternehmensleitung und der Lebenswelt der Mitarbeitenden. Sie verfügen über die Daten, Erkenntnisse und Strategien, die Wellbeing in bare Münze verwandeln. Und wenn CEOs und Personalabteilungen Hand in Hand arbeiten, sind die Auswirkungen deutlich spürbar.

CEOs, die strategische Updates zu den Auswirkungen ihrer Initiativen erhalten, genehmigen mit viel größerer Wahrscheinlichkeit höhere Budgets: **58 % derjenigen, die monatlich über ihre Wellbeing-Programme informiert werden, haben im letzten Jahr mehr Mittel für diese Initiativen freigegeben.**

Das liegt daran, dass diese Berichte genau die Ergebnisse hervorheben, die CEOs sich von Wellbeing-Programmen erhoffen: geringere Fehlzeiten, höhere Produktivität, bessere Arbeitsmoral, niedrigere Fluktuation, erfolgreicherer Recruiting und geringere Gesundheitsausgaben. Es liegt also an Ihnen, liebe Personalverantwortliche, Ihrer Vorstandsebene zu zeigen, dass Wellbeing-Programme eine Investition sind und kein Kostenpunkt. **Sie sind der Grund, warum 82 % aller CEOs positive Renditen mit ihren Wellbeing-Programmen erwirtschaften.**

Bei Wellhub sind wir überzeugt davon, dass Wohlbefinden nicht bloß ein Nice-to-have ist, ein weiteres Modewort der Unternehmenswelt oder ein Punkt auf einer To-do-Liste – es sollte im Zentrum jedes Unternehmens stehen. Wohlbefinden ist eine grundlegende Unternehmensstrategie, die echte Ergebnisse liefert: bessere Mitarbeiterbindung, höhere Produktivität und eine gesunde Unternehmenskultur.

Was mich enorm motiviert ist die Tatsache, dass die Teilnahmequoten mit Wellhub konstant über dem Branchendurchschnitt liegen. Denn hinter diesen Zahlen stehen echte Menschen, denen wir die Möglichkeit geben, gesünder und glücklicher zu leben. Wenn Mitarbeitende sich aktiv um ihr Wohlbefinden kümmern, ist das ein

Gewinn für alle – für sie selbst, ihre Familien, und ja, auch für das Unternehmen.

In dieser Studie möchte ich mich besonders den Bedenken widmen, die ich häufig von anderen CEOs zu Wellbeing-Programmen höre. Mir ging es auch einmal so. Ich verstehe ihr Zögern und ihre Zweifel. Aber ich habe auch selbst gesehen, welche massive Wirkung der richtige Ansatz beim Wohlbefinden am Arbeitsplatz auf das Unternehmensergebnis haben kann.

Deswegen zeigen wir in dieser Studie auf, wie man die häufigsten Bedenken von CEOs zu Wellbeing-Programmen ausräumen kann, damit Sie den Weg für den Wandel durch Wohlbefinden in Ihrem Unternehmen freimachen können.

Die Zukunft gehört Unternehmen, die erkennen, dass ihre Mitarbeitenden ihre wichtigsten Assets sind – und die dementsprechend investieren. Dieser Wandel beginnt in der Führungsetage. **Er beginnt mit uns.**



*Cesar Carvalho*

**Cesar Carvalho**

CEO und Mitgründer von Wellhub

## 1.2.1 Zentrale Statistiken

**58 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**94 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**58 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**50 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**56 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**63 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**82 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**47 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**30 %**

der CEOs geben als größte Sorge die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen an, womit dies der häufigste Hinderungsgrund für die Einführung solcher Programme ist.

## 1.2.2 Zentrale Erkenntnisse

- #1** CEOs erkennen Wohlbefinden als Unternehmens-Asset an, überschätzen aber das Wohlbefinden der Belegschaft und laufen somit Gefahr, zu wenig in diesen strategischen Wettbewerbsvorteil zu investieren.
- #2** CEOs halten Teilnahmequoten für die effektivste Möglichkeit, den ROI von Wellbeing-Programmen zu messen.
- #3** CEOs verzeichnen durch Wellbeing eine höhere Mitarbeiterproduktivität und -bindung, was zu einer höheren Rendite führt.
- #4** CEOs brauchen klare ROI-Kennzahlen, um Ausgaben für das Wohlbefinden zu rechtfertigen.

- #5** CEOs, die häufig Berichte zu den Auswirkungen von Wellbeing-Initiativen erhalten, genehmigen eher höhere Budgets.
- #6** CEOs genehmigen mit höherer Wahrscheinlichkeit Mittel für Wellbeing-Initiativen, wenn sie als strategische Investition präsentiert werden statt als Luxus-Benefit.
- #7** Wenn CEOs selbst an Wellbeing-Programmen teilnehmen, wird Wohlbefinden eher als Bestandteil der Unternehmenskultur angesehen und stärker gefördert.



## 1.2.3 Zentrale Aktionspunkte



### Häufige Berichte zur Wirkung des Wellbeing-Programms

Liefern Sie der Unternehmensleitung mindestens einmal im Monat klare ROI-Kennzahlen zum Wohlbefinden.



### Wohlbefinden als präventive Gesundheitsversorgung

Integrieren Sie die Ausgaben für Wellbeing-Initiativen in das Budget für das betriebliche Gesundheitsmanagement, um die Investition zu festigen und die Langzeitwirkung zu optimieren.



### Vorbereitung auf die Zukunft

Investieren Sie in flexibles Arbeiten, Unterstützung für das mentale Wohlbefinden und ganzheitliche, technologiegestützte Wellbeing-Lösungen.



### Positionierung von Wohlbefinden als Unternehmens-Asset

Verknüpfen Sie das Thema argumentativ mit Produktivität, Kostensenkungen und Mitarbeiterbindung.



### Minimierung der Wahrnehmungsunterschiede zwischen CEO und Mitarbeitenden

Zeigen Sie der Unternehmensführung anhand von Mitarbeiterfeedback auf, dass sie nicht von ihrem eigenen Wohlbefinden auf das ihrer Mitarbeitenden schließen kann.



# Wie CEOs Wohlbefinden wahrnehmen

## 2.1 Was CEOs wirklich über Wohlbefinden am Arbeitsplatz denken

### ZENTRALE ERKENNTNISSE

CEOs glauben an die Wichtigkeit von Wohlbefinden am Arbeitsplatz: 60 % sind fest davon überzeugt, dass es in die Verantwortung ihres Unternehmens fällt, und die Hälfte (50 %) glaubt, dass Wohlbefinden für ihre Mitarbeitenden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt. Sie sehen außerdem die Auswirkungen auf das Unternehmen: 58 % stimmen voll und ganz der Aussage zu, dass das Wohlbefinden der Mitarbeitenden entscheidend zum finanziellen Erfolg beiträgt.

Leider hat sich diese positive Energie noch nicht auf die Belegschaft übertragen. Während 92 % der Führungskräfte glauben, dass die Mitarbeitenden davon überzeugt seien, dass die Unternehmensführung ihrem Wohlbefinden Priorität einräumt, stimmen dieser Aussage nur 68 % der Mitarbeitenden zu (Fisher et al., November 2023). Nur die Hälfte (50 %) glaubt, dass die Führungsetage sich

tatsächlich um ihr Wohlbefinden kümmert, und fast die Hälfte (47 %) gibt an, dass der Arbeitsstress ihre mentale Gesundheit beeinträchtigt (Fisher et al., November 2023; Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

Dennoch glauben CEOs, dass ihre Mitarbeitenden ihr Engagement für das Wohlbefinden anerkennen. Ganze 77 % aller Führungskräfte sind der Meinung, dass sich das mentale Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden im letzten Jahr verbessert hat. Dem stimmen allerdings nur 33 % der Mitarbeitenden zu. Ebenso groß ist die Diskrepanz beim körperlichen (80 % vs. 36 %) und finanziellen Wohlbefinden (76 % vs. 30 %). Und selbst wenn CEOs glauben, mit gutem Beispiel voranzugehen – 72 % geben an, dass sie ihre eigenen Erfahrungen zum Thema Wohlbefinden mit ihren Mitarbeitenden teilen –, kommt dies nur bei 16 % der Mitarbeitenden an (Fisher et al., Juni 2023).

Diese Wahrnehmungslücke ist nicht nur ein optisches Problem. Sie ist ein Unternehmensrisiko in Form von fehlendem Engagement, höherer Fluktuation und sinkender Produktivität. HR-Verantwortliche müssen ihre Annahmen hinterfragen und echte, sichtbare Veränderungen beim Wohlbefinden vorantreiben, damit das Potenzial, das CEOs darin sehen, auch wirklich ausgeschöpft werden kann.

## IM DETAIL

CEOs reden nicht nur über Wohlbefinden – sie predigen es geradezu. 60 % sind der *festen* Überzeugung, dass ihr Unternehmen eine Verantwortung für das Wohlbefinden seiner Mitarbeitenden hat (und beeindruckende 97 % stimmen dieser Aussage zumindest teilweise zu). Sie sind davon überzeugt, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt – 50 % stimmen dem voll und ganz zu.

Beim Thema Neueinstellungen steht genauso viel auf dem Spiel: 74 % der CEOs stimmen zu bzw. stimmen voll und ganz zu, dass Arbeitssuchende ihr Unternehmen nicht einmal in Betracht ziehen würden, wenn Wohlbefinden keine klare Priorität wäre.

Und damit nicht genug: 66 % stimmen zu bzw. stimmen voll und ganz zu, dass Mitarbeitende kündigen würden, wenn ihr Unternehmen das Wohlbefinden nicht zu einer Priorität machen würde. Unsere Umfrage zeigt, dass CEOs durchweg äußerst hohe Erwartungen daran haben, wie ihr Unternehmen das Wohlbefinden der Belegschaft priorisieren sollte – unabhängig davon, ob die Mitarbeitenden am Schreibtisch arbeiten oder einen Fabrikjob haben.

Ihre Mitarbeitenden stimmen mit ihnen überein. Ganze 85 % sagen, dass ihr Unternehmen bei ihrem Wohlbefinden eine Rolle spielen sollte. 88 % geben an, dass Wohlbefinden genauso wichtig ist wie die Bezahlung und 83 % würden kündigen,

wenn ihr Arbeitgeber ihrem Wohlbefinden keine Priorität einräumt (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

Das klingt fast zu schön, um wahr zu sein: Arbeitgeber und Arbeitnehmer sind sich einig! Gesundheit und Wohlbefinden sind für alle eine Priorität.

Doch es gibt ein Problem. Die Mitarbeitenden glauben nicht, dass das Thema ihre Chefetage wirklich kümmert. Nur die Hälfte ist der Meinung, dass ihre Führungsebene ihrem Wohlbefinden tatsächlich Priorität einräumt (Fisher et al., November 2023). Und es besteht zunehmende Skepsis: Mehr als die Hälfte (52 %) glaubt mittlerweile, dass das Engagement ihres Unternehmens für das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden nur vorgetäuscht ist. Vor zwei Jahren waren es nur 46 % (Hemmerdinger, 2023).

Das ist eine bittere Erkenntnis für Führungskräfte, die sich als Verfechter:innen von Wohlbefinden am Arbeitsplatz sehen.

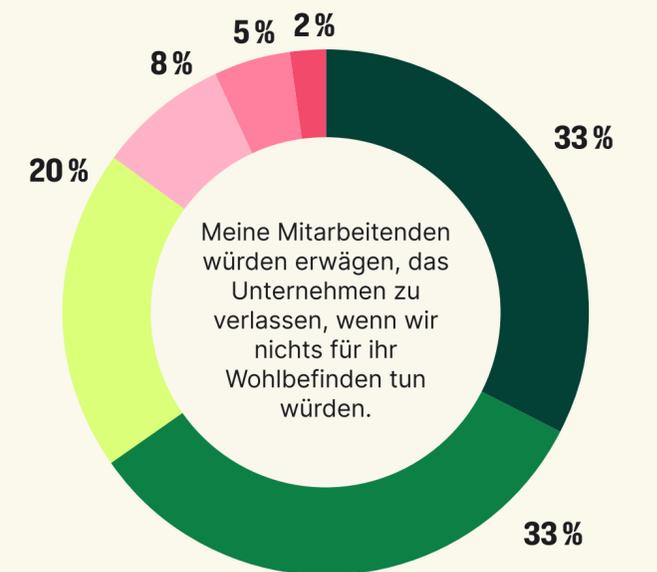
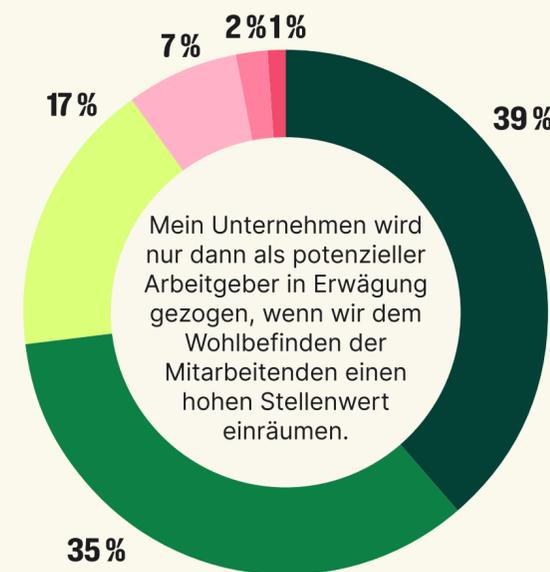
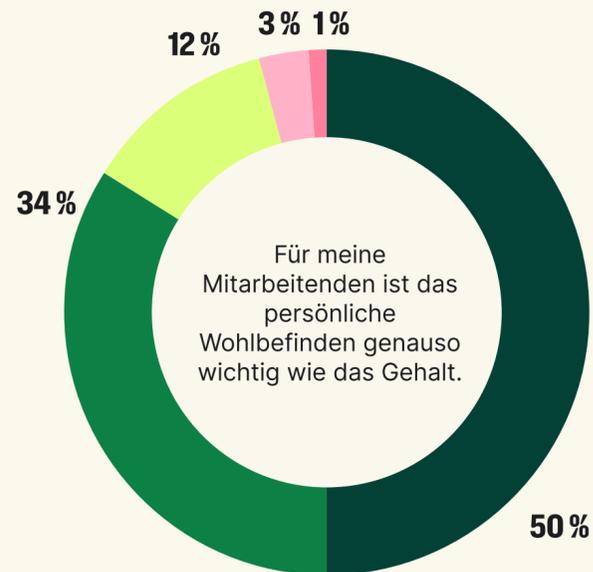
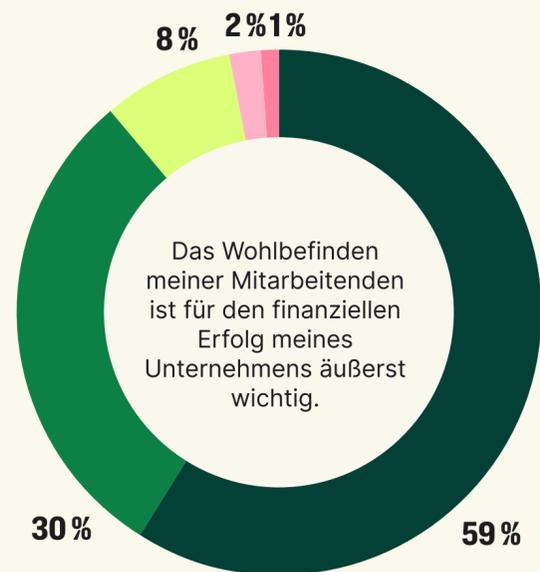
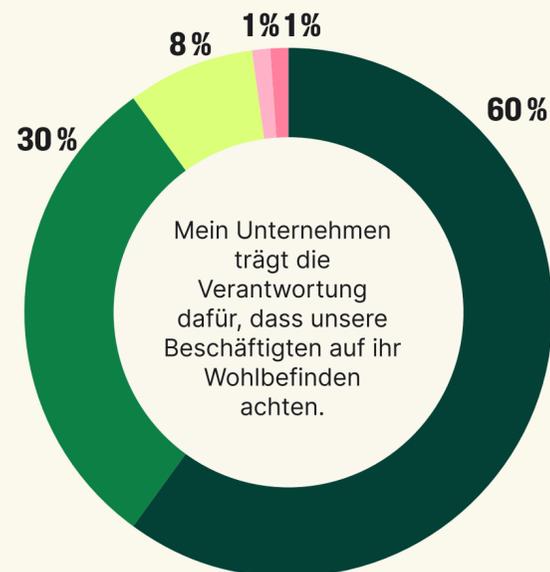
Viele Mitarbeitende fühlen sich nicht nur ignoriert, sondern dazu auch noch ausgelaut. Fast die Hälfte (47 %) gibt an, dass der Arbeitsstress ihre mentale Gesundheit beeinträchtigt und damit die Hauptursache für emotionale Belastungen ist. Noch schlimmer: Nur jeder dritte Mitarbeitende glaubt, dass die Arbeit einen positiven Einfluss auf sein körperliches, mentales und soziales Wohlbefinden hat (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

Und damit nicht genug: CEOs glauben, dass ihre Wellbeing-Strategien etwas bewirken, allerdings kommt das bei den Mitarbeitenden nicht an. Während 77 % der Führungskräfte glauben, dass sich das mentale Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden im letzten Jahr verbessert habe, stimmen dem nur 33 % der Mitarbeitenden zu (Fisher et al., Juni 2023).

Ebenso groß ist die Kluft beim körperlichen Wohlbefinden: 80 % der Führungskräfte geben an, dass sich die Situation verbessert hat, aber auch hier sehen dies nur 36 % der Mitarbeitenden so. Noch schlechter ist es um das finanzielle Wohlbefinden bestellt. 76 % der Führungskräfte sind der Meinung, dass sich die finanzielle Situation ihrer Mitarbeitenden gebessert habe, aber nur 30 % der Mitarbeitenden teilen diese Sichtweise (Fisher et al., Juni 2023).

**CEOs HALTEN MITARBEITERGESUNDHEIT FÜR EINE GESCHÄFTSKRITISCHE KENNZAHL**

■ Stimme voll und ganz zu 
 ■ Stimme zu 
 ■ Stimmer eher zu 
 ■ Stimme eher nicht zu 
 ■ Stimme nicht zu 
 ■ Stimme überhaupt nicht zu



Die meisten CEOs glauben, dass sie mit gutem Beispiel vorangehen: 72 % teilen laut eigener Angabe ihre persönlichen Erfahrungen zum Thema Wohlbefinden „immer“ oder „oft“. Die Mitarbeitenden scheinen davon jedoch nichts mitzubekommen: Nur 16 % sagen, dass ihre Führungskräfte über ihre Wellbeing-Routinen sprechen (Fisher et al., November 2023).

Die Lösung sind konkrete Maßnahmen statt nur leerer Worte. Wenn CEOs ihren Worten Taten folgen lassen, spüren die Mitarbeitenden das. Sieben von zehn Mitarbeitenden geben an, dass ein stärkeres Engagement ihrer Führungskräfte für ihr Wohlbefinden ihre Motivation, ihre Arbeitszufriedenheit, ihre Produktivität und ihre Bindung an das Unternehmen verbessern würde. Engagierte Mitarbeitende, die ihren Führungskräften vertrauen, geben mehr als doppelt so häufig an, dass ihr Unternehmen echte Fortschritte beim Wohlbefinden erzielt, als diejenigen, die der Unternehmensführung nicht vertrauen (Fisher et al., 2024).

Wenn Mitarbeitende jedoch das Gefühl haben, dass das Gerede über Wohlbefinden nur leere Worte sind, geht es schnell bergab. Sie durchschauen das „Carewashing“ – wenn Unternehmen mit Wellbeing-Initiativen prahlen, aber nichts gegen Dauerstress unternehmen (Hedrick et al., 2024). Und sobald sie dem Unternehmen nicht mehr glauben, schwindet das Vertrauen, das Engagement bricht ein und die Leistung sinkt.

Zum Glück für HR-Verantwortliche setzen umfassende Wellbeing-Programme genau hier an. Sie machen das Engagement des Unternehmens für das Wohlbefinden der Mitarbeitenden sichtbar.



## 2.2 Was CEOs wirklich über Wellbeing-Programme denken

### ZENTRALE ERKENNTNISSE

CEOs setzen voll und ganz auf Wellbeing-Programme – und das aus gutem Grund. Sie erkennen die direkten Vorteile für ihre Belegschaft: bessere Gesundheit, geringere Gesundheitskosten und weniger Ausfalltage. Aber das ist noch nicht alles. Eine solide Wellbeing-Strategie stärkt das Unternehmen, indem sie das Markenimage und die Resilienz der Mitarbeitenden verbessert.

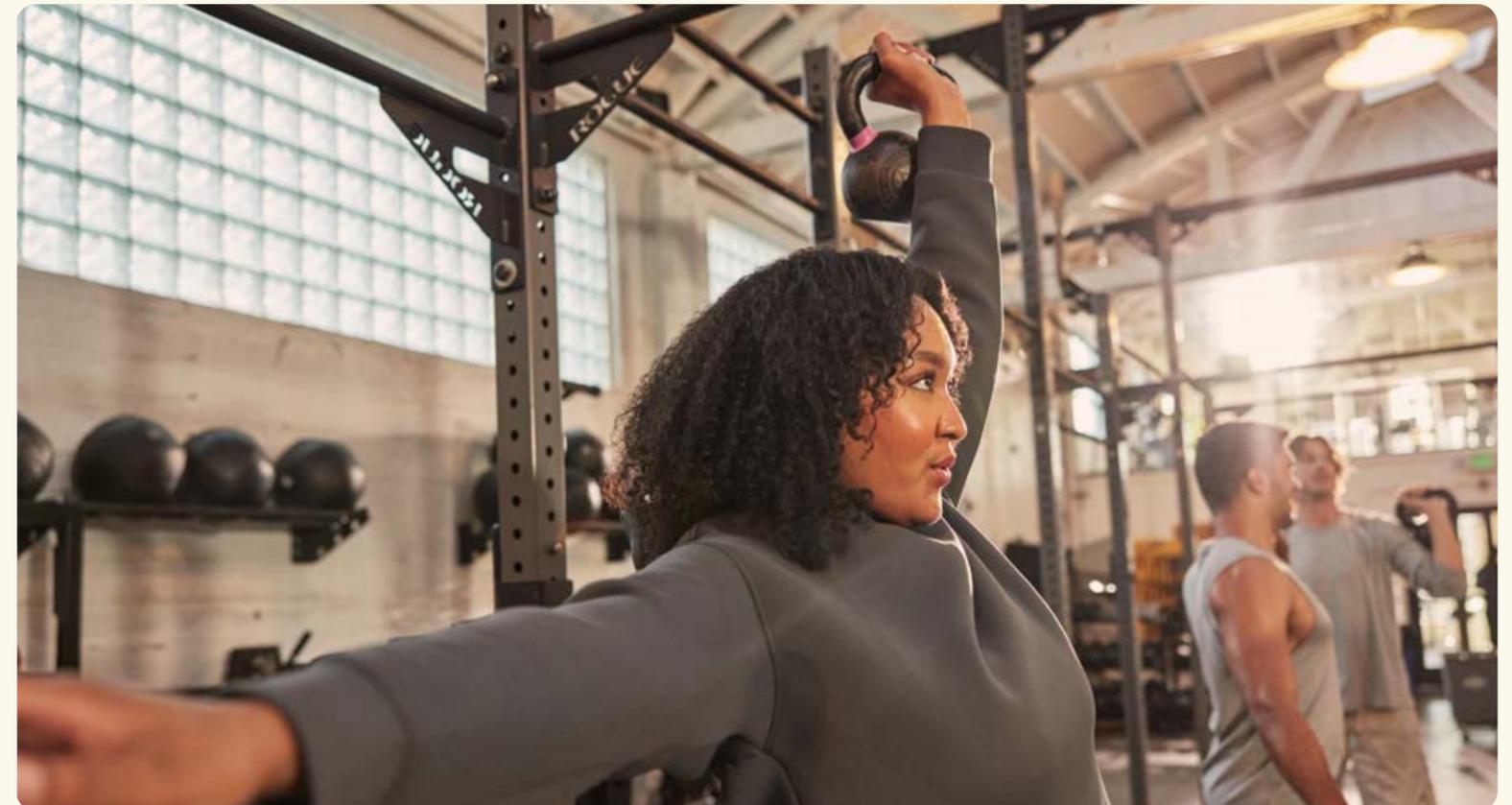
Dennoch besteht eine Diskrepanz zwischen den Vorteilen von Wellbeing-Programmen, die Personalverantwortliche in ihrer Rolle aus erster Hand erleben, und der Wahrnehmung der CEOs. Denn obwohl immer mehr Führungskräfte Wohlbefinden als Wettbewerbsvorteil sehen, unterschätzen viele andere noch immer, wie wirkungsvoll es sein kann.

### IM DETAIL

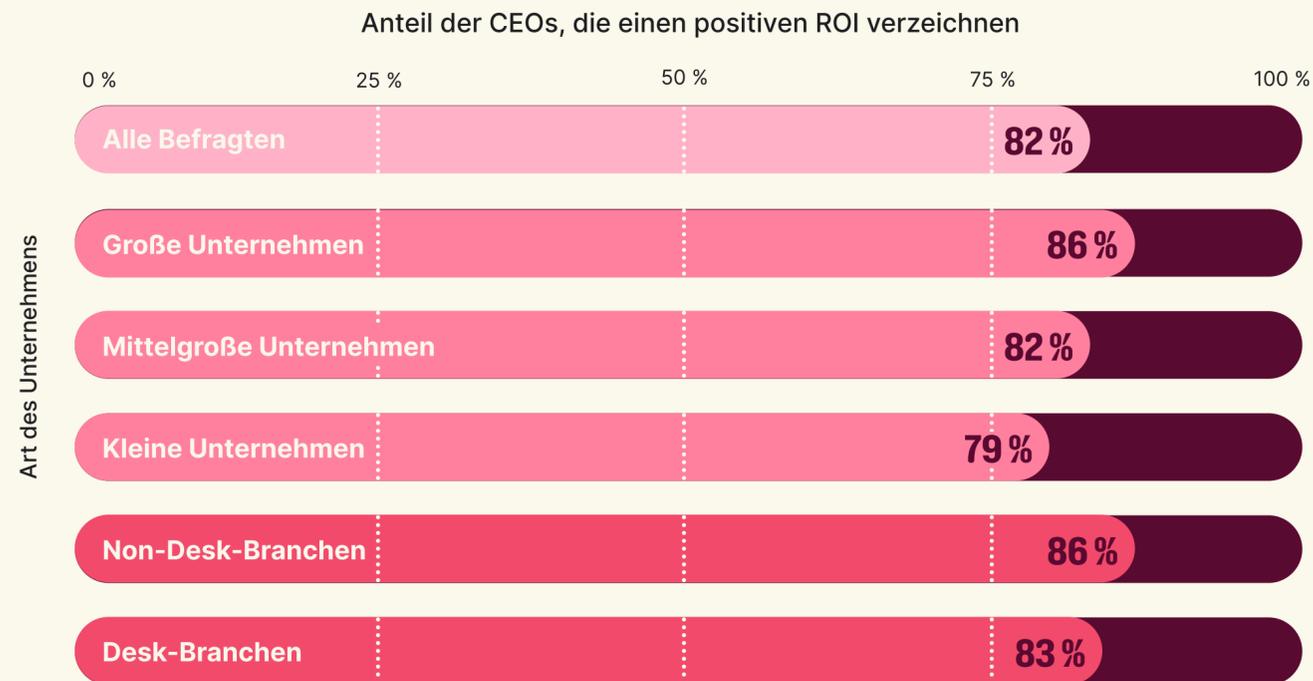
#### Gewinnsteigerung

CEOs nehmen die Rendite von Wellbeing-Programmen nicht nur zur Kenntnis, sondern zählen auf sie. 82 % geben an, dass ihre Wellbeing-Initiativen einen

positiven Return on Investment erzielen, unabhängig davon, ob sie ein großes oder ein kleines Unternehmen führen. Überall finden sich ähnlich positive Zahlen: 86 % der großen Unternehmen (> 5.001 Vollzeitbeschäftigte), 82 % der mittleren Unternehmen (501 bis 5.000 Vollzeitbeschäftigte) und 79 % der kleinen Unternehmen (100 bis 500 Vollzeitbeschäftigte) berichten von klaren finanziellen Vorteilen. Die Ergebnisse ziehen sich auch durch verschiedenste Arbeitsumfelder. So verzeichnen CEOs in Desk- und Non-Desk-Branchen einen gleichermaßen hohen ROI (86 % bzw. 83 %).

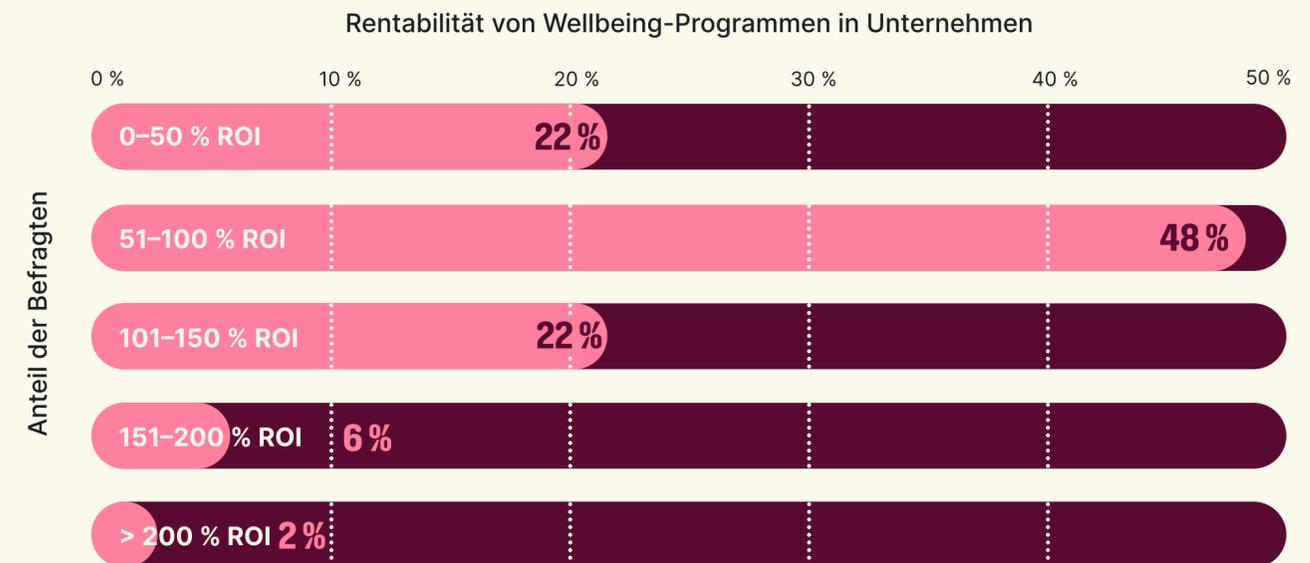


**CEOs VERSCHIEDENER BRANCHEN UND UNTERNEHMENSGRÖSSEN VERZEICHNEN POSITIVE RENDITEN BEI IHREN WELLBEING-PROGRAMMEN**



Die erzielten Ergebnisse sind beeindruckend: 78 % verzeichneten Renditen von mehr als 50 %, und ganze 30 % lagen bei über 100 % Rendite. In anderen Worten: Für jeden in ein Wellbeing-Programm investierten Euro flossen dort zwei Euro zurück ins Unternehmen.

**CEOs BERICHTEN VON HOHEN ERTRÄGEN AUS IHREN INVESTITIONEN IN WELLBEING-INITIATIVEN**



Dabei könnten diese Zahlen die Wirkung sogar noch kleinreden. HR-Verantwortliche - diejenigen, die die Daten als Teil ihres Jobs genau im Auge behalten - geben an, dass 95 % der Wellbeing-Programme positive Renditen erzielen (im Vergleich: unter CEOs sagten dies 82 %) (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024).

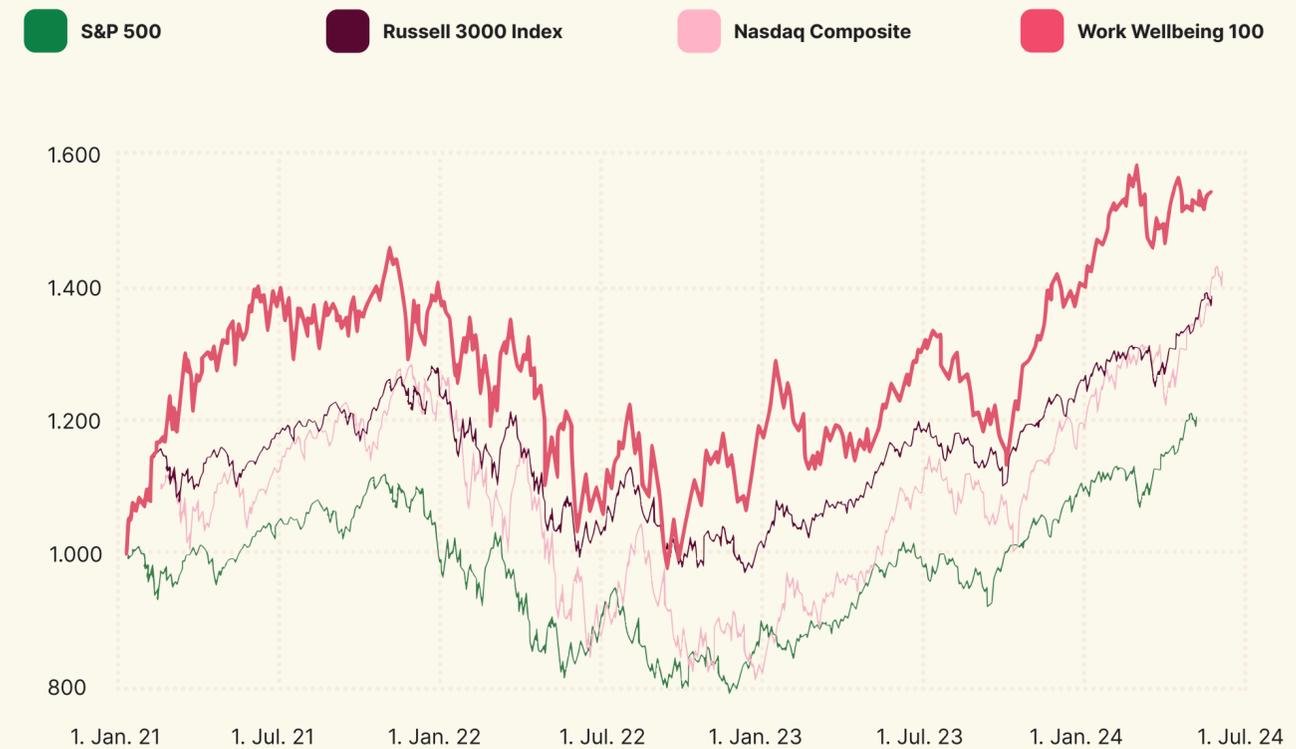
Untersuchungen anderer Organisationen bestätigen das: Ein verbessertes Wohlbefinden am Arbeitsplatz ist nicht nur gut für die Mitarbeitenden, sondern auch gut fürs Unternehmen. Die besten Wellbeing-Programme bewirken viel mehr als nur die Gesundheitskosten zu senken: Sie heben auch die Arbeitsmoral, fördern die Mitarbeiterbindung und steigern das Engagement. Was zeichnet sie aus? Personalisiertes Coaching, starke Rückendeckung durch Führungskräfte und eine Unternehmenskultur, in der sich die Mitarbeitenden wertgeschätzt fühlen. Und wenn es den Mitarbeitenden gut geht, geht es auch dem Unternehmen gut – sie leisten mehr, bleiben länger und engagieren sich stärker (Kaul et al., 2024).

Der Dominoeffekt reicht noch weiter. Eine über zehn Jahre erhobene Glassdoor-Studie ergab, dass jede Verbesserung der Arbeitgeberbewertung um einen Stern zu einem Anstieg der Kundenzufriedenheit um mehr als zwei Punkte auf einer 100-Punkte-Skala führt (Glassdoor, 2019). Zufriedene Mitarbeitende sorgen für zufriedeneren Kunden, was wiederum zu einer stärkeren Kundenbindung und einem besseren Markenimage beiträgt.

Wenn es den Mitarbeitenden besser geht, schlägt sich dies auch finanziell nieder. Unternehmen, die Wert auf das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden legen, verzeichnen eine bessere Aktienperformance und höhere Gewinne. Tatsächlich haben die „Wellbeing 100“ von Indeed – börsennotierte Unternehmen mit den höchsten Bewertungen beim Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden – den S&P 500 und den Nasdaq Composite seit 2021 jedes Jahr übertroffen (Indeed, 2024).

Die finanzielle Wirkung ist eindeutig: Eine groß angelegte globale Studie in 49 Branchen ergab, dass Geschäftsbereiche mit höherem Wohlbefinden der Mitarbeitenden (gemessen an der Arbeitszufriedenheit und weniger Fällen von chronischer Erschöpfung) höhere Produktivität, Rentabilität und Kundenzufriedenheit sowie eine geringere Fluktuation verzeichneten (Krekel et al., 2019).

### WORK WELLBEING 100 UND AKTIENKURSENTWICKLUNG



Quelle: Indeed, 2024

Auf der anderen Seite können langfristige Probleme auftreten, wenn das Wohlbefinden der Mitarbeitenden vernachlässigt wird. Chronische Erschöpfung kann den Verlust eines guten Mitarbeitenden bedeuten, und eine unzufriedene Belegschaft macht Unternehmen bei Marktveränderungen verletzlich. Die durch diese Produktivitätsverluste verursachten Kosten belaufen sich weltweit auf schätzungsweise 322 Milliarden US-Dollar pro Jahr.

Das wirkt sich auch auf die Ausgaben beim Talentmanagement aus – allein ein freiwilliges Ausscheiden kann bis zu 20 % der Gesamtlohnkosten eines Mitarbeitenden ausmachen. Das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu priorisieren, bedeutet nicht nur, sie zufriedenzustellen, sondern auch, das Unternehmen stark zu halten (Gallup, o. D.).

Das Fazit ist klar: CEOs, die Wohlbefinden immer noch als nettes Extra betrachten, verlieren das große Ganze aus dem Blick. Marktführer sichern ihren langfristigen Erfolg durch umfangreiche Investitionen in das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden.

### **Produktivitätssteigerung**

CEOs wissen, dass eine gesunde Belegschaft besonders produktiv ist. Deshalb nennen 56 % die Leistungssteigerung als wichtigsten Grund für Investitionen in das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden – noch vor Engagement (52 %) und Work-Life-Balance (48 %). Die Ergebnisse entsprechen ihren Erwartungen: 47 % geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen erheblichen Einfluss auf die Produktivität ihrer Mitarbeitenden hat (97 % sagen, dass ihre Wellbeing-Programme die Produktivität zumindest leicht verbessern).

Personalverantwortliche bestätigen dies: 91 % geben an, dass solche Initiativen die Produktivität steigern oder sogar erheblich steigern (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024). Das spüren auch die Mitarbeitenden: 60 % erklären, dass emotionales Wohlbefinden einen sehr starken oder äußerst starken Einfluss auf ihre Produktivität hat (und 95 % sagen, dass es sich zumindest in gewissem Maße auf sie auswirkt). 54 % sagen dasselbe über ihre körperliche Gesundheit (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

Wenn sich Mitarbeitende wohlfühlen, arbeiten sie auch besser – sie haben mehr Energie, sind konzentrierter und erzielen bessere Ergebnisse: Unternehmen mit Wellbeing-Programmen verzeichnen eine Steigerung der Mitarbeiterproduktivität um 20 % (Wellable, 120 Employee Wellness Statistics for 2025, o. D.).

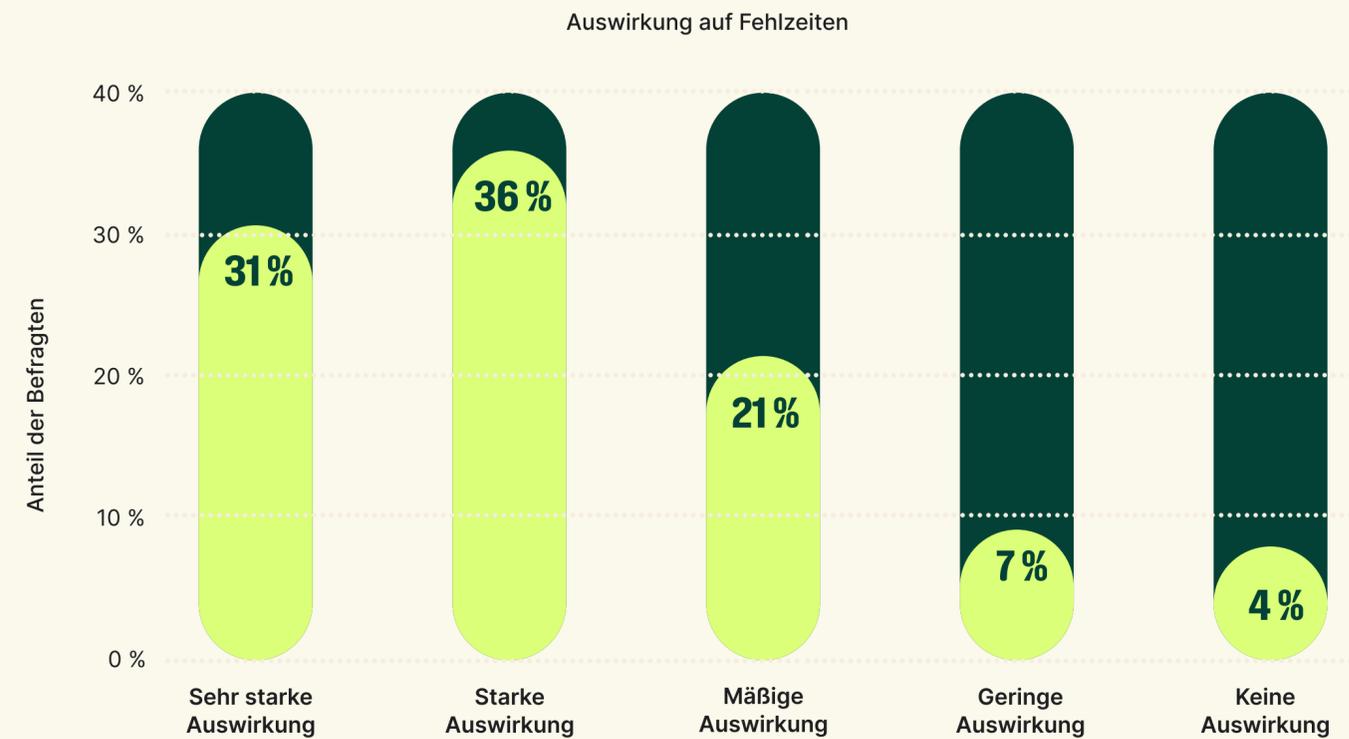
Unternehmen, die dieses Potenzial nutzen, verzeichnen konkrete Ergebnisse. Aetna beispielsweise schreibt Yoga- und Meditationskursen eine Steigerung der Produktivität um 62 Minuten pro Woche zu, was einem Mehrwert von 3.000 US-Dollar pro Mitarbeitendem und Jahr entspricht (Gelles, 2015). Dabei verzeichnen nicht nur große Unternehmen Erfolge: Eine dreijährige Studie bei einer industriellen Wäscherei im Mittleren Westen der USA führte die Produktivitätssteigerung von 5 % auf das Wellbeing-Programm des Unternehmens zurück – was einem kompletten zusätzlichen Arbeitstag pro Mitarbeitendem und Monat entspricht (Nightingale, 2017).

Doch trotz dieses eindeutigen Zusammenhangs zwischen Wohlbefinden und Produktivität haben viele Personalverantwortliche Schwierigkeiten, die finanziellen Vorteile für ihr Unternehmen aufzuzeigen. Mehr als ein Drittel gibt zu, derartige Renditen gegenüber der Unternehmensleitung nicht klar kommunizieren zu können (Lattice, 2023). Glücklicherweise ist die Gleichung einfach: Gesundere Mitarbeitende arbeiten effizienter, machen weniger Fehler und erzielen bessere Ergebnisse. Jede Stunde, die in Wohlbefinden investiert wird, bringt mehrere Stunden Spitzenleistung. CEOs, die dies erkennen, verbessern nicht nur das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden, sondern stärken ihr Unternehmen von innen heraus.

#### Reduzierung von Fehlzeiten

Fehlzeiten sind mehr als nur eine betriebliche Unannehmlichkeit – sie zehren in aller Stille an Produktivität, Arbeitsmoral und Budget. Jede unerwartete Abwesenheit zwingt Teams dazu, Arbeitslasten neu zu verteilen, verlangsamt Projekte und kann sogar zu Überlastung bei denjenigen führen, die die Arbeit übernehmen müssen.

#### CEOs VERZEICHNEN GERINGERE FEHLZEITEN DURCH WELLBEING-PROGRAMME



Wellbeing-Programme liefern greifbare Ergebnisse: Mitarbeitende sind gesünder, engagierter bei der Arbeit und nehmen weniger Krankentage in Anspruch.

Tatsächlich berichten 67 % der CEOs von einem deutlichen Rückgang der Fehlzeiten dank ihrer Initiativen. Personalverantwortliche, die die Auswirkungen ja aus erster Hand erleben, sind sogar noch optimistischer: 89 % geben an, dass ihre Programme die Zahl der Krankheitstage direkt reduzieren. Für einige Unternehmen macht dies den entscheidenden Unterschied: 13 % der Personalverantwortlichen berichten, dass sie die durchschnittlichen Krankheitstage pro Mitarbeitendem um fünf Tage pro Jahr oder mehr senken konnten. Das entspricht einer vollständigen Arbeitswoche pro Person und Jahr (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024).

Dabei handelt es sich nicht nur um nette Anekdoten – all dies lässt sich durch harte Zahlen belegen. Eine Analyse im Jahr 2022 ergab, dass Unternehmen mit Wellbeing-Programmen Fehlzeiten um durchschnittlich 14 % bis 19 % senken konnten (McCain, 2022). So führte beispielsweise der multinationale US-Chemiekonzern DuPont ein Wellbeing-Programm ein, mit dem die Krankheitstage an 41 Standorten binnen zwei Jahren um 14 % gesenkt werden konnten. An den Kontrollstandorten betrug der Rückgang nur 5,8 %. Das Programm führte zu einer beeindruckenden Reduzierung um 11.726 Arbeitsunfähigkeitstage an den teilnehmenden Standorten. Darüber hinaus stellten sich die Kostensenkungen so schnell ein, dass die Programmkosten bereits im ersten Jahr gedeckt waren und im zweiten Jahr eine Rendite von 2,05 US-Dollar pro investiertem US-Dollar erzielt wurde (Bertera, 1990, S. 1101-1105). Insgesamt sparen Wellbeing-Programme

schätzungsweise 2,73 US-Dollar an Ausfallkosten pro US-Dollar, der für das Wohlbefinden ausgegeben wird (Baicker et al., 2010).

### **Gewinnung und Bindung von Top-Talenten**

Die Gewinnung und Bindung von Top-Talenten gestalten sich heutzutage schwieriger denn je. Mitarbeitende erwarten heute mehr als nur ein Gehalt – sie wollen für Unternehmen arbeiten, denen ihr Wohlbefinden wirklich am Herzen liegt. Andernfalls sind sie bereit, zu kündigen.

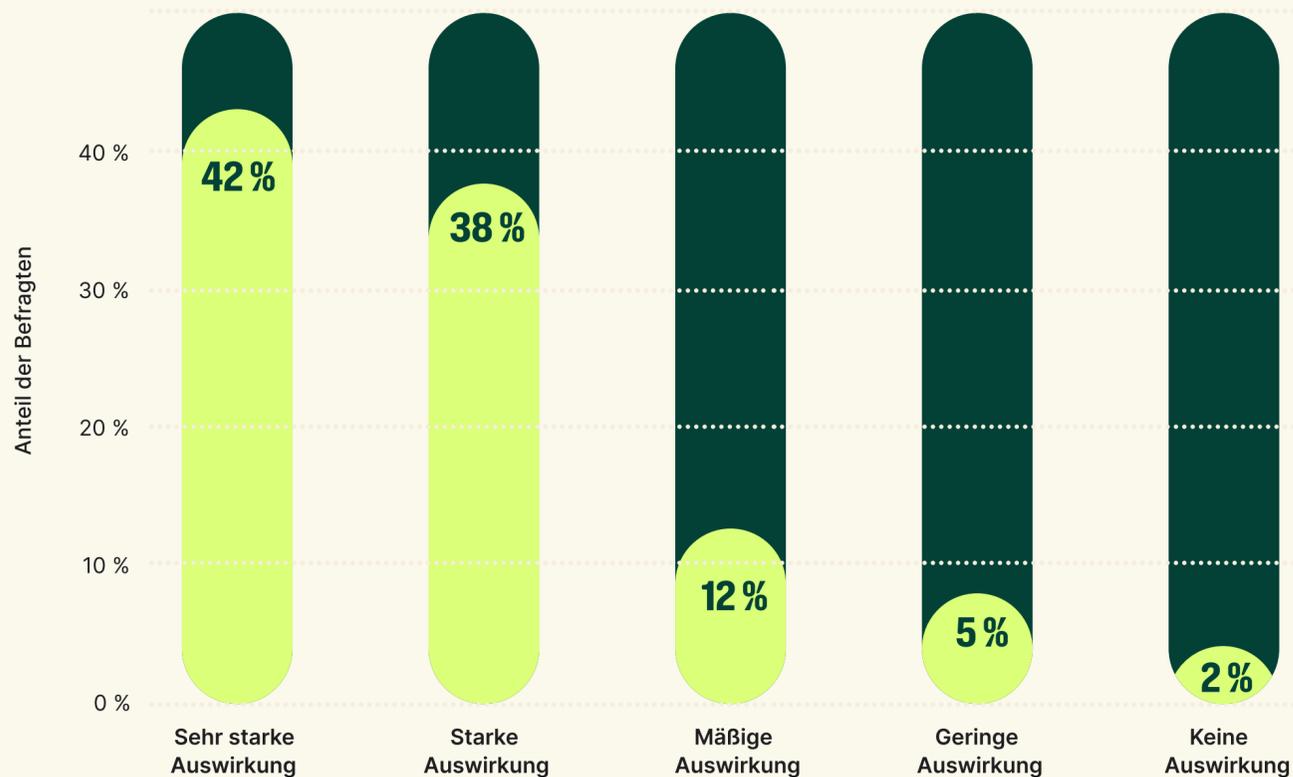
Überwältigende 89 % der Mitarbeitenden geben an, dass sie bei ihrer nächsten Stellensuche nur Unternehmen in Betracht ziehen würden, die das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden in den Vordergrund stellen (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024). Wohlbefinden ist also kein nettes Extra mehr, sondern eine Grundvoraussetzung. Gleiches gilt für die Mitarbeiterbindung. 62 % der Mitarbeitenden geben an, dass sie eher in einem Unternehmen bleiben würden, das solide Wellbeing-Programme anbietet.

Fast die Hälfte (48 %) hat schon einmal einen Job aufgrund negativer Auswirkungen auf ihr Wohlbefinden gekündigt (Fisher & Silverglate, 2022). CEOs nehmen das zur Kenntnis: 80 % geben an, dass ihr Wellbeing-Programm ein äußerst wirksames Instrument zur Talentakquise ist. Für 42 % ist es sogar „äußerst wirkungsvoll“. Die Wirkung geht über das Recruiting hinaus: 73 % der CEOs berichten, dass solche Programme dazu beitragen, Mitarbeitende länger im Unternehmen zu halten.

Zwei Drittel (66 %) der CEOs stimmen zu bzw. stimmen voll und ganz zu, dass ihre Mitarbeitenden einen Jobwechsel in Betracht ziehen würden, wenn ihr Unternehmen ihrem Wohlbefinden keine Priorität einräumen würde. In kleinen

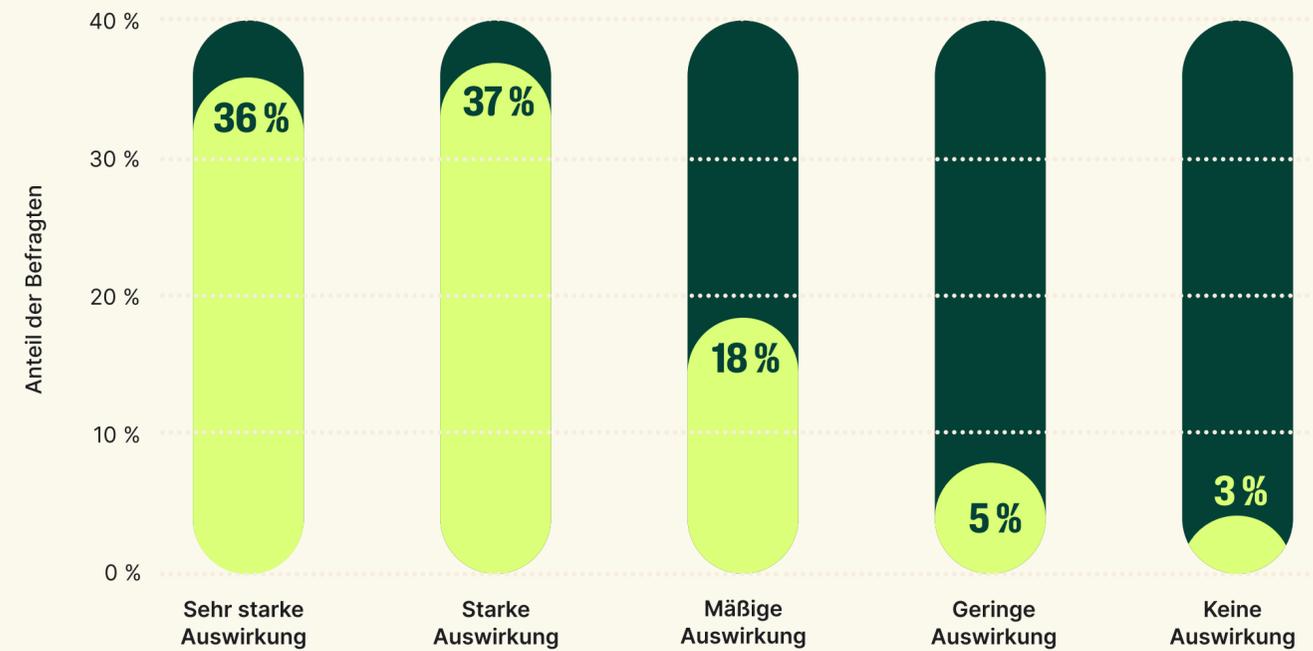
**CEOs GEBEN AN, DASS WELLBEING-PROGRAMME DIE TALENTAKQUISE ERLEICHTERN**

Auswirkung auf die Talentakquise



**CEOs BERICHTEN VON VERBESSERTER MITARBEITERBINDUNG AUFGRUND VON WELLBEING-PROGRAMMEN**

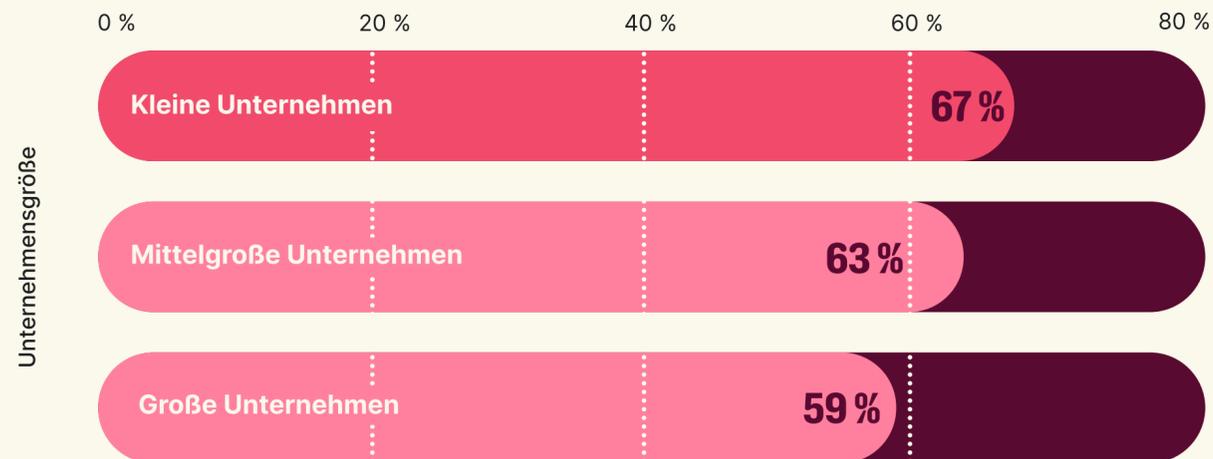
Auswirkung auf Mitarbeiterbindung



Unternehmen ist diese Überzeugung am stärksten zu finden: 67 % stimmen hier zu bzw. voll und ganz zu, dass Mitarbeitende das Unternehmen verlassen würden, wenn ihr Wohlbefinden nicht priorisiert würde, verglichen mit 63 % in mittelgroßen und 59 % in großen Unternehmen.

### JE KLEINER DAS UNTERNEHMEN, DESTO WICHTIGER DIE ROLLE VON WOHLBEFINDEN BEI DER MITARBEITERBINDUNG

Anteil der Befragten, die der Aussage zustimmen oder sogar voll und ganz zustimmen, dass Mitarbeitende das Unternehmen verlassen würden, wenn Wohlbefinden nicht priorisiert wird



Personalverantwortliche schreiben dem Ganzen sogar eine noch größere Bedeutung zu als die Vorstandsebene. Ganze 83 % geben an, dass ihre Wellbeing-Programme „sehr“ oder „äußerst“ wichtig für die Gewinnung von Top-Talenten sind.

In Branchen mit bekanntermaßen hohen Fluktuationsraten, wie dem Gastgewerbe, dem Einzelhandel, dem Gesundheitswesen und der Fertigung, sind die Auswirkungen besonders deutlich zu spüren. Nehmen wir zum Beispiel eine

Hotelkette, die das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden zur Priorität gemacht hat. Durch die Fokussierung auf Engagement, die Messung der Mitarbeiterzufriedenheit und das Angebot von Wellbeing-Ressourcen konnte man die jährliche Fluktuationsrate auf nur 18 % senken – im Vergleich zum Branchendurchschnitt von 74 %. Das Geheimnis dahinter? Eine Kultur des Wohlbefindens, die die Mitarbeitenden überzeugt, zu bleiben (Deloitte, 2024).

Diese Erfolgsgeschichte ist kein Einzelfall. So verzeichnen Unternehmen aus den verschiedensten Branchen, die mit Wellhub zusammenarbeiten, eine um 40 % geringere Fluktuation als Unternehmen ohne strukturierte Wellbeing-Initiativen.

Daraus folgt, dass Investitionen in das Wohlbefinden die Mitarbeiterbindung entscheidend beeinflussen können. Auf dem wettbewerbsintensiven heutigen Arbeitsmarkt werden die besten Mitarbeitenden von Unternehmen gewonnen und gehalten, die Wert auf Wohlbefinden legen.

#### Verbesserung der Marken- und Marktreputation

Wellbeing-Programme unterstützen nicht nur die Mitarbeitenden, sondern prägen auch die Marke und den Ruf des Unternehmens. So geben 76 % der CEOs an, dass ihre Wellbeing-Initiativen einen erheblichen Einfluss auf die Wahrnehmung ihrer Marke haben, wobei Wohlbefinden zu einem strategischen Vorteil in wettbewerbsintensiven Branchen wird.

Ein Unternehmen, das für seine soliden Wellbeing-Benefits bekannt ist, unterstützt nicht nur seine Mitarbeitenden, sondern schafft sich auch Fürsprecher. 89 % der Mitarbeitenden in Unternehmen, deren Führungskräfte die Teilnahme an Wellbeing-Initiativen unterstützen, würden ihr Unternehmen als guten Arbeitsplatz weiterempfehlen. Diese Zahl sinkt auf nur 19 %, wenn sich Führungskräfte nicht für Wellbeing-Programme engagieren (American Psychological Association, 2016).

Diese Art der organischen Werbung ist für die Gewinnung von Spitzenkräften von unschätzbarem Wert, wie die Beispiele von Salesforce und Google belegen. Durch Benefits wie Fitnessangebote und Tagen für die mentale Gesundheit schaffen sie nicht nur zufriedene Mitarbeitende, sondern steigern ihre Arbeitgeberattraktivität deutlich.

Zusätzlich dazu, dass Wellbeing-Programme Talente anziehen, stärken sie auch den Ruf des Unternehmens. Die Rankings der besten Arbeitgeber legen ihren Fokus mittlerweile verstärkt auf Wohlbefinden am Arbeitsplatz. Zusätzlich zu den „Work Wellbeing 100“ von Indeed für 2024 nennt Newsweek in seiner Liste der besten US-Arbeitgeber für mentales Wohlbefinden 750 Unternehmen, die führend bei der Unterstützung der mentalen Gesundheit sind (Indeed, 2024; Newsweek, o. D.). Ein Platz in diesen Rankings ist ein Zeichen für eine Unternehmenskultur, in der der Mensch an erster Stelle steht. Und das bemerken nicht nur Arbeitssuchende, sondern auch Kunden.

Eine starke Wellbeing-Strategie stärkt den Ruf eines Unternehmens als sozial verantwortlich, was wiederum das Vertrauen der Verbraucher fördert. Und Vertrauen ist ein hohes Gut: 81 % aller Kunden erwarten von Marken ein moralisch verantwortungsvolles Verhalten, und 67 % wenden sich ab, wenn dieses Vertrauen gebrochen wird (Edelman, 2019). Ein starkes Wellbeing-Programm ist ein starkes Branding-Instrument. Es zieht Top-Talente an, stärkt den Ruf des Unternehmens und schafft ein Arbeitsumfeld, in dem Menschen gerne arbeiten. Im Wettbewerb um Spitzenkräfte ist das ein Vorteil, den zu ignorieren man sich nicht leisten kann.



### Geringere Gesundheitsausgaben

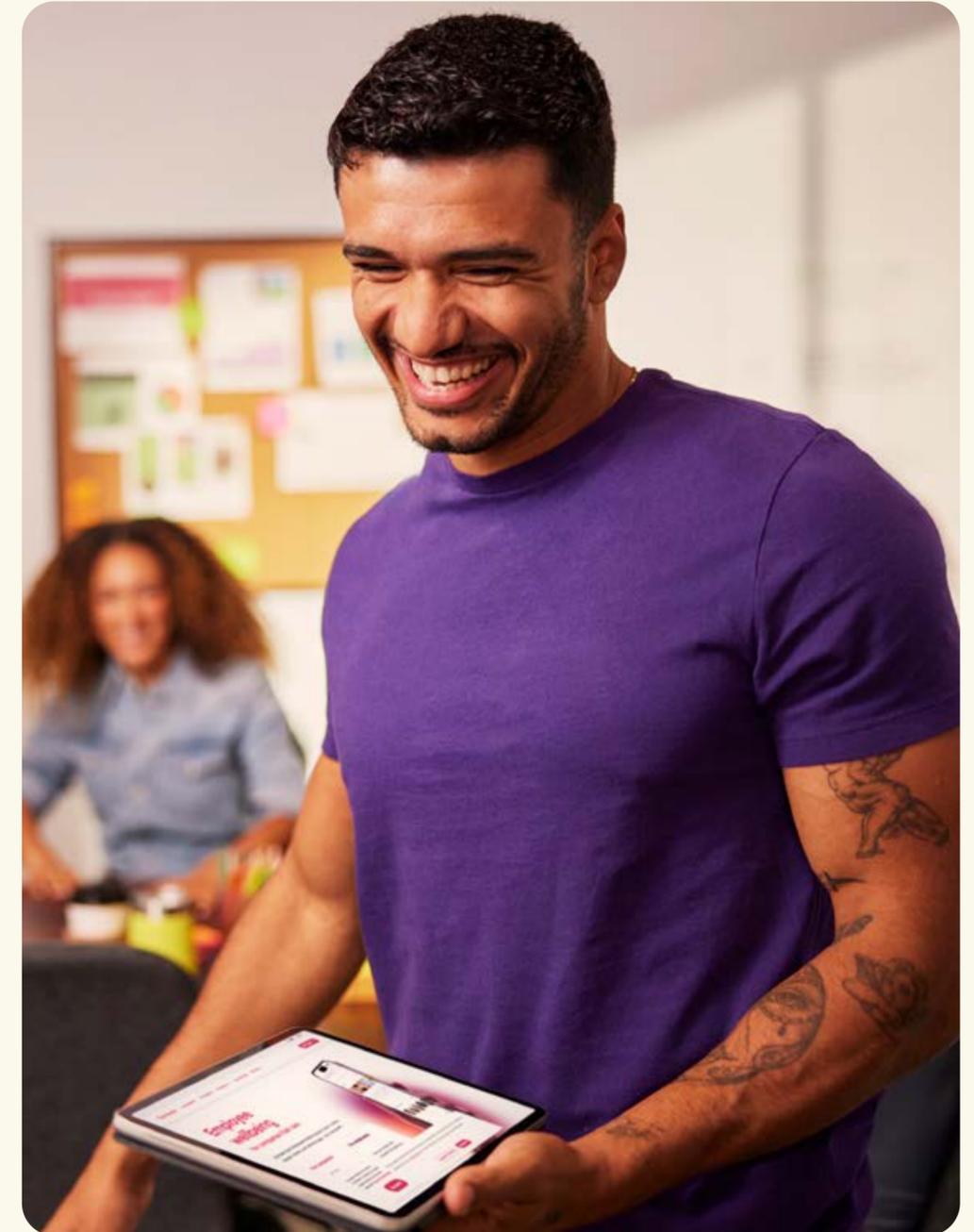
CEOs, die einen strategischen Ansatz für das Wohlbefinden verfolgen, fördern nicht nur die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden, sondern erzielen auch erhebliche Einsparungen bei den Gesundheitskosten: 68 % der Befragten gaben an, dass ihre Wellbeing-Programme dazu beigetragen haben, die Gesundheitskosten zu senken. Untersuchungen bestätigen diese Wahrnehmung. Für jeden US-Dollar, der für Wellbeing-Initiativen ausgegeben wird, sparen Unternehmen demnach durchschnittlich 3,27 US-Dollar an Gesundheitskosten ein – ein beeindruckender Return on Investment von 227 % (Baicker et al., 2010). Das liegt daran, dass Wellbeing-Programme die Gesundheit der Mitarbeitenden verbessern und den Bedarf an teurer medizinischer Versorgung reduzieren.

Schauen wir uns ein Beispiel aus der Praxis an: In einer Studie mit 185 Hochrisiko-Mitarbeitenden und deren Partner:innen reduzierte ein sechsmonatiges Trainings- und Herzrehabilitationsprogramm die Zahl der Hochrisikopersonen um 57 %. Dadurch sanken die jährlichen Gesundheitskosten um 1.421 US-Dollar pro Teilnehmendem, was einem ROI von 6:1 entspricht. Bei der Kontrollgruppe, die nicht an dem Programm teilnahm, wurde hingegen keine Verbesserung verzeichnet (Berry et al., 2010).

Diese Auswirkung wird nicht nur von einzelnen Studien belegt. Eine Fünfjahresanalyse von 600.000 Mitarbeitenden ergab, dass diejenigen, die an Wellbeing-Programmen teilnahmen, im Vergleich zu Nichtteilnehmenden durchschnittlich 157 US-Dollar niedrigere Gesundheitsausgaben pro Jahr hatten.

Die größten Einsparungen wurden im Bereich der Behandlung chronischer Krankheiten erzielt, mit einer beeindruckenden Rendite von 380 % (Mattke et al., 2014). Das verdeutlicht, dass umfassende Wellbeing-Programme einmaligen Initiativen überlegen sind: Fast 74 % aller Unternehmen, die mit ihrem Programm einen positiven ROI erzielen, verfolgen einen umfassenden Ansatz und bieten Vorsorgeuntersuchungen, Stressmanagement, Risikobewertungen sowie Fitness- und Ernährungsprogramme an (Miller, 2012).

Die meisten Unternehmen erkennen diese Zusammenhänge und handeln entsprechend: 65 % der Befragten geben an, dass ihr Unternehmen die Wellbeing-Kosten in ihr Budget für das betriebliche Gesundheitsmanagement einbezieht. Hier zeigt sich ein Umdenken an entscheidender Stelle: Wohlbefinden ist kein Extra, sondern eine Strategie zur Kostensenkung.



Unternehmen mit diesem Ansatz halten oder erhöhen ihre Investitionen mit höherer Wahrscheinlichkeit als Unternehmen, die Wellbeing-Programme als separaten Budget-Posten führen (Weitere Details zu diesen Zusammenhängen finden Sie in Abschnitt 3.3 „Aus welchen Gründen CEOs mehr in Wellbeing investieren“).

#### **Gesteigerte Resilienz der Mitarbeitenden**

Resilienz ist das Rückgrat eines florierenden Arbeitsplatzes. Wellbeing-Programme spielen dabei eine entscheidende Rolle. So geben 73 % der CEOs an, dass ihre Wellbeing-Initiativen einen sehr großen oder äußerst großen positiven Einfluss auf die Resilienz haben. Personalverantwortliche gehen sogar noch weiter: 86 % glauben, dass solche Programme entscheidend dazu beitragen, dass Mitarbeitende Herausforderungen am Arbeitsplatz gut bewältigen können.

Immer mehr Unternehmen werden aktiv. 66 % planen 2024, ihre Investitionen in Stressmanagement und Tools zur Stärkung der Resilienz zu erhöhen – ein klares Zeichen dafür, dass Resilienz für Unternehmen nicht nur ein Modewort ist, sondern eine langfristige Priorität (Wellable, 2024 Employee Wellness Industry Trends Report, o. D.). Dies ist auch wissenschaftlich belegt: Nach nur zwölf Wochen begleiteter Wellbeing-Sitzungen und Atemübungen zeigten die Teilnehmenden einer Atemstudie eine deutlich höhere Resilienz und ein gesteigertes allgemeines Wohlbefinden (Montes & Penzenstadler, 2023).

All dies macht Sinn. Denn wenn Mitarbeitende ausgeruht sind, sich gut ernähren und über effektive Instrumente zum Stressmanagement verfügen, erholen sie sich schneller von Rückschlägen. Eine starke Kultur des Wohlbefindens stärkt die individuelle Belastbarkeit durchgehend und damit das gesamte Unternehmen. Investitionen in das Wohlbefinden der Mitarbeitenden ermöglichen langfristige Nachhaltigkeit und schaffen einen Arbeitsplatz, an dem Menschen nicht nur ihre Zeit absitzen, sondern sich entfalten können (Jeffery et al., 2025).



## 2.2.1 So überzeugen Sie Ihre Führungskräfte davon, Wellbeing-Programme als Investition zu betrachten

Die Mentalität des CEOs kann die treibende Kraft hinter einem erfolgreichen Wellbeing-Programm sein. Das Gute dabei ist, dass die meisten CEOs – 78 % – Wohlbefinden bereits als strategische Investition betrachten und um dessen Potenzial für die Steigerung des Engagements, der Mitarbeiterbindung und des langfristigen Unternehmenserfolgs wissen. **Solche investitionsorientierten Führungskräfte** investieren aktiv in das Wohlbefinden, beteiligen sich an der Programmauswahl und integrieren es in die Finanzstrategie ihres Unternehmens. Ihr Engagement schafft einen attraktiven Arbeitsplatz, an dem Mitarbeitende Bestleistungen erbringen.

Während dies eine hervorragende Ausgangslage für den Großteil der Personalverantwortlichen schafft, arbeitet immer noch jeder Fünfte (22 %) mit einer Führungsebene zusammen, die das Wohlbefinden der Mitarbeitenden nach wie vor als Kostenfaktor betrachtet. Glücklicherweise können Personalverantwortliche jedoch Maßnahmen ergreifen, um diese Sichtweise zu ändern – angefangen damit, diese **kostenfokussierten Führungskräfte** stärker in die Programmauswahl einzubeziehen. Derzeit sind investitionsorientierte CEOs weitaus engagierter: 51 % sind intensiv an der Auswahl von Wellbeing-Programmen beteiligt, verglichen mit nur 35 % der kostenorientierten Führungskräfte.

Wellbeing-Programme als präventive Gesundheitsvorsorge zu präsentieren kann ebenfalls wirksam sein: 69 % der Führungskräfte, die diese Programme als Investition betrachten, verbuchen sie als Teil ihres betrieblichen Gesundheitsmanagements. Im Vergleich dazu tun das nur etwas mehr als die Hälfte (53 %) der CEOs, die sie als Kosten sehen. CEOs, für die Wellbeing-Initiativen vor allem ein Kostenfaktor sind, siedeln solche Programme eher als separaten Posten im Budget an (39 % vs. 28 %).

Dies macht die Programme nicht nur anfälliger für Kürzungen, sondern bedeutet auch, dass sie nicht als präventive Gesundheitsmaßnahme betrachtet werden (Nähere Details zu den Faktoren, die auf die Finanzierung von Wellbeing-Programmen einwirken, finden Sie in Abschnitt 3.3: „Aus welchen Gründen CEOs mehr in Wellbeing investieren“).

Wie lässt sich die Unterstützung durch Führungskräfte am wirksamsten stärken? Durch regelmäßiges Reporting. Je häufiger CEOs Daten zur Auswirkung ihrer Wellbeing-Programme sehen, desto eher sind sie bereit, mehr in sie zu investieren und die Finanzierung auch langfristig aufrechtzuerhalten. 83 % der Führungskräfte, die monatliche Updates erhalten, betrachten Wellbeing-Programme als strategischen Vorteil, da die Daten ihnen helfen, den direkten Zusammenhang zwischen Wohlbefinden und Unternehmensleistung zu sehen. Dagegen betrachten 68 % der CEOs, die solche Berichte nur ein- oder zweimal im Jahr erhalten, Wellbeing-Programme als reine Kosten. Auch bei Wellbeing-Programmen gilt das

Prinzip „aus den Augen, aus dem Sinn“, sodass sie, wenn aus den Augen verloren, oft als optionale Ausgabe statt als zentraler Erfolgsfaktor betrachtet werden.

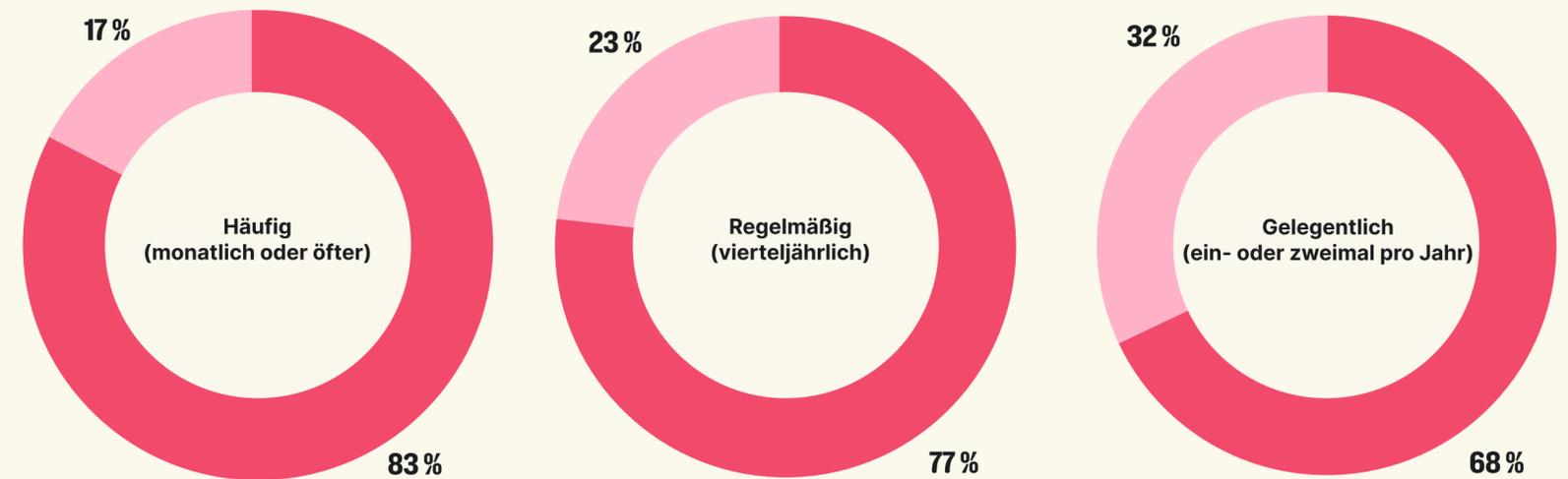
Für HR-Verantwortliche ist dies eine vielversprechende Chance. Die regelmäßige Veranschaulichung der Wirkung von Wellbeing-Programmen – sei es durch verbesserte Produktivität, höhere Mitarbeiterbindung oder geringere Gesundheitskosten – kann den Wert von Wohlbefinden für das Unternehmen untermauern. Die Darstellung von Wohlbefinden als Investition in die Gesundheit statt als freiwillige HR-Ausgabe festigt auch das finanzielle Engagement.

Der Schlüssel liegt in der Sichtbarkeit: Je öfter CEOs die Vorteile von Wohlbefinden sehen, desto mehr investieren sie in Wellbeing-Programme für Mitarbeitende.

**JE HÄUFIGER CEOS ÜBER DIE AUSWIRKUNGEN IHRER WELLBEING-PROGRAMME INFORMIERT WERDEN, DESTO EHER SEHEN SIE WELLBEING-PROGRAMME ALS INVESTITION**

Wellbeing-Programme sind vornehmlich Kosten      Wellbeing-Programme sind vornehmlich Investitionen

Häufigkeit der Updates



## FAZIT

Die Zahlen sprechen für sich: Die meisten CEOs sind von der Auswirkung von Wellbeing-Programmen auf den ROI, die Produktivität und die Mitarbeiterbindung überzeugt.

Viele unterschätzen jedoch nach wie vor das wahre Potenzial dieser Programme. Im Gegensatz zu Personalverantwortlichen neigen CEOs dazu, die Auswirkungen von Wohlbefinden auf Fehlzeiten, Produktivität und Mitarbeiterbindung zu unterschätzen – dabei sind all diese Auswirkungen größer, als sie glauben.

Angesichts dieser hohen potenziellen Renditen genehmigen zukunftsorientierte CEOs Budgets für Wellbeing-Initiativen nicht nur – sie maximieren sie sogar. Unternehmen, die Wellbeing-Programme immer noch als nette Extras betrachten, laufen Gefahr, eines der wirkungsvollsten Instrumente für langfristige Unternehmensresilienz ungenutzt zu lassen.



## 2.3 Bei CEOs beliebte Wellbeing-Programme

### DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

CEOs wenden sich von einheitlichen Wellbeing-Programmen ab und investieren stattdessen in flexible, technologiegestützte Lösungen, die Fitness, mentale Gesundheit und finanzielles Wohlbefinden unterstützen. Tragbare Fitness-Gadgets, gamifizierte Challenges, Apps für mentale Gesundheit und Angebote zur finanziellen Bildung verändern, wie Unternehmen ihre Mitarbeitenden einbinden.

Aber es gibt noch viel zu tun: Fitness-Angebote für Remote-Mitarbeitende sind noch unterentwickelt, es fehlt an proaktiver Unterstützung für die mentale Gesundheit, und auch das kurzfristige finanzielle Wohlbefinden verlangt nach mehr Aufmerksamkeit. Unternehmen, die diese Lücken schließen und das Wohlbefinden in eine nahtlose Strategie einbinden, bei der die Mitarbeitenden im Zentrum stehen, werden die größten Erfolge bei Engagement, Mitarbeiterbindung und Produktivität verzeichnen.

### IM DETAIL

Wohlbefinden am Arbeitsplatz erlebt einen deutlichen Aufschwung. CEOs bieten ihren Mitarbeitenden nicht länger nur firmeneigene Fitnessstudios und Casual

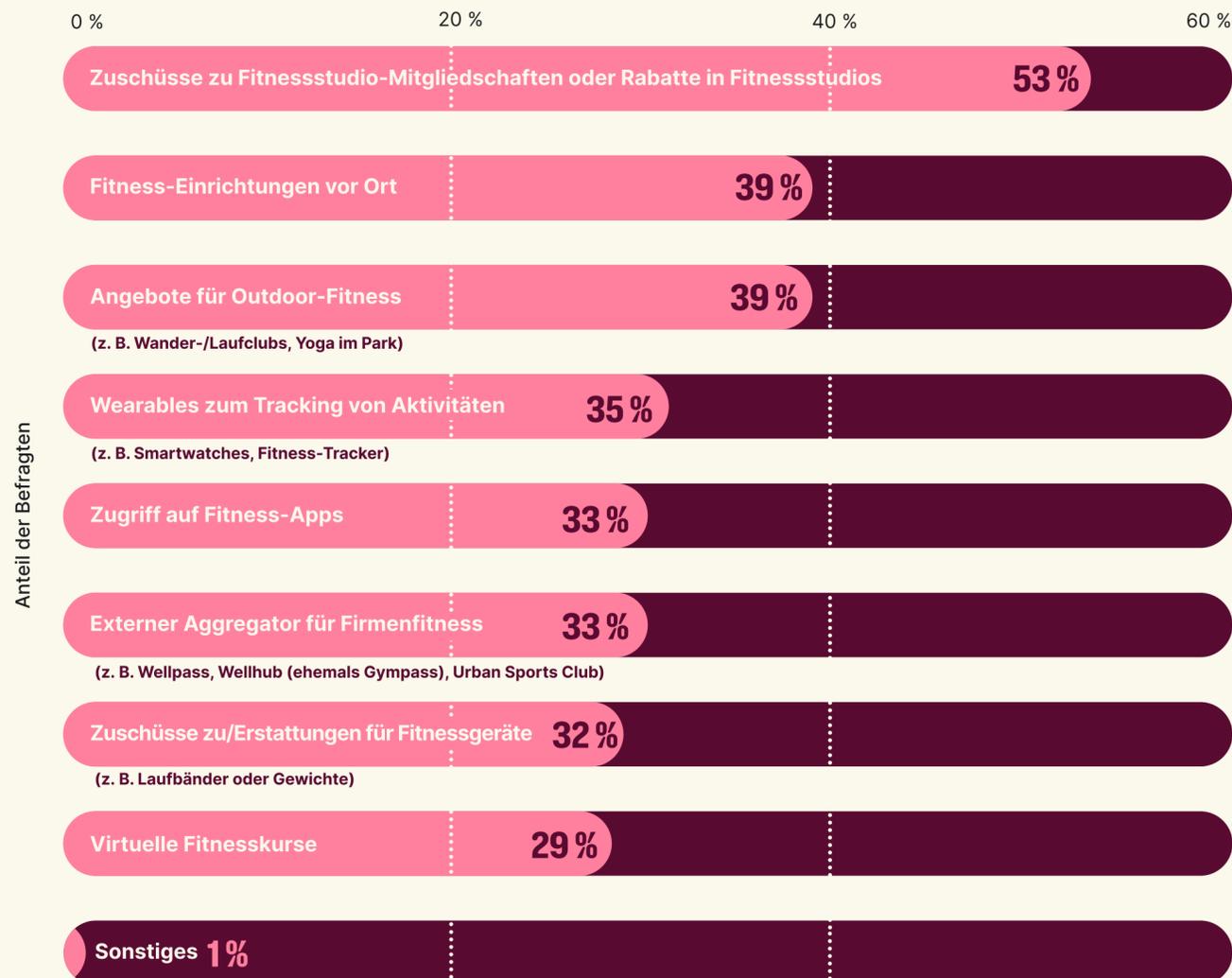
Friday an, sondern investieren in technologiegestützte, flexible und hochgradig individualisierte Wellbeing-Lösungen. Der Schwerpunkt verlagert sich auf Einbindung, Verfügbarkeit und die Integration von Fitness, mentaler Gesundheit und finanziellem Wohlbefinden.

Doch obwohl Unternehmen große Fortschritte machen, gibt es immer noch viel zu tun, etwa bei der proaktiven Unterstützung des mentalen Wohlbefindens, bei Fitnessoptionen für Remote-Mitarbeitende oder bei Tools zum kurzfristigen finanziellen Wohlbefinden. Für Personalverantwortliche ist das eine einmalige Gelegenheit, Wellbeing-Programme so zu optimieren, dass sie eine dauerhafte Wirkung und eine hohe Rendite erzielen.



## FITNESSSTUDIO-MITGLIEDSCHAFTEN SIND DIE BELIEBTESTEN FITNESS-BENEFITS

Programme für Fitness/mentales Wohlbefinden, die Unternehmen ihren Beschäftigten anbieten



### Technologiegestützte, flexible Fitness ist das Zauberwort

Fitness ist nach wie vor ein Eckpfeiler des Wohlbefindens der Mitarbeitenden. 53 % aller CEOs geben an, dass ihre Unternehmen Zuschüsse oder Ermäßigungen für die Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio anbieten (womit dies der häufigste Benefit ist). Firmeneigene Fitnessstudios (39 %) und Trainingsmöglichkeiten im Freien (39 %) wie Walking-Gruppen und Jogging-Clubs sind ebenfalls sehr beliebt. Das zeigt, dass Unternehmen ihren Mitarbeitenden eine Mischung aus strukturierten und flexiblen Möglichkeiten bieten wollen, um aktiv zu bleiben.

Aber die Tage pauschaler Wellbeing-Angebote sind gezählt. Mitarbeitende wünschen sich Wahlmöglichkeiten, Flexibilität und technologiegestütztes Engagement – und ihre Unternehmen kommen dem nach. Somit ist es nicht verwunderlich, dass tragbare Fitness-Gadgets auf dem Vormarsch sind: 35 % der Führungskräfte geben an, dass ihr Programm Fitness-Tracker und Smartwatches anbietet, mit denen die Mitarbeitenden ihre Gesundheit in Echtzeit überwachen können. Auch Gamification gewinnt an Beliebtheit: 33 % der Unternehmen haben Fitness-Apps und Challenges eingeführt, etwa wer die meisten Schritte macht, wodurch Wellbeing zu einem unterhaltsamen, wettbewerbsorientierten Angebot wird.

Eine der größten Veränderungen ist der Aufstieg von Wellbeing-Agregatoren wie Wellhub (33 % der CEOs geben an, dass es in ihrem Unternehmen entsprechende Angebote gibt). Auf diesen Plattformen stehen den Mitarbeitenden viele verschiedene Fitness- und Wellbeing-Angebote zur Auswahl, sodass sie schnell und einfach etwas finden, das zu ihrem Lebensstil passt. Ob Yogastudio, HIIT-

Kurs oder Meditations-App – solche Aggregatoren bieten Flexibilität ohne die Einschränkungen einer Mitgliedschaft in einem bestimmten Fitnessstudio.

Viele Führungskräfte berichten jedoch, dass ihre Unternehmen im Bereich der Fitnessangebote für Remote-Mitarbeitende eine große Chance verpassen. Nur 29 % der Unternehmen verfügen über virtuelle Fitness-Angebote. Da hybride Arbeitsformen jedoch immer beliebter werden, ist das eine verpasste Gelegenheit, Mitarbeitende in Remote-Arbeit anzusprechen.

Für Personalverantwortliche ist die Marschroute daher klar: Erweiterung des digitalen Wellbeing-Angebots und Zusammenführung von Präsenz-, Outdoor- und virtuellen Fitnessangeboten in einem nahtlosen, umfassenden Angebot. Wellbeing-Programme für alle Mitarbeitenden – ob sie im Büro, hybrid oder vollständig remote arbeiten – werden eine höhere Teilnahmequote und einen besseren Return on Investment erzielen.

**Mentales Wohlbefinden ist Priorität,  
aber Unternehmen haben noch Nachholbedarf**

Viele CEOs rücken die mentale Gesundheit immer mehr in den Fokus. Mehr als die Hälfte (51 %) geben an, dass ihr Unternehmen Therapie- oder Coachingdienste anbietet. Damit ist dies die häufigste Arbeitgeberleistung für die mentale Gesundheit. Viele erkennen auch die Notwendigkeit von Auszeiten für die mentale Gesundheit: 45 % bieten dafür zusätzliche Urlaubstage an. Strukturierte

Programme wie Workshops zur Stressbewältigung (40 %) und Employee Assistance Programs für Mitarbeitende (39 %) sind ebenfalls sehr beliebt – ein Beweis dafür, dass Unternehmen nicht nur über mentale Gesundheit reden, sondern sie auch tatsächlich unterstützen.

Doch die Sache hat einen Haken: Die meisten Unternehmen agieren immer noch reaktiv. All diese Angebote setzen an, wenn Mitarbeitende bereits unter hohem Stress leiden oder ihre mentale Gesundheit angeschlagen ist. Proaktive Programme zur Unterstützung der mentalen Gesundheit sind weniger verbreitet: Weniger als ein Drittel (32 %) bietet Wellbeing-Apps wie Headspace oder Awareness-Trainings zur mentalen Gesundheit für Manager:innen (32 %) an. Nur 30 % der Unternehmen bieten Achtsamkeits- oder Meditationsprogramme an, obwohl Untersuchungen zeigen, dass sie Stress reduzieren, die Konzentration steigern und die allgemeine mentale Resilienz verbessern (Sercekman, 2024). Noch besorgniserregender ist, dass nur 25 % der Unternehmen Initiativen zur Prävention von chronischer Erschöpfung haben, obwohl diese einer der Hauptgründe für nachlassendes Engagement und Fluktuation ist (Gonzales, 2024; Üngüren et al., 2024).

Für Personalverantwortliche ist die Erkenntnis klar: Wenn man wartet, bis die Mitarbeitenden an ihre Grenzen stoßen, ist es schon zu spät. Unternehmen müssen die mentale Gesundheit ihrer Mitarbeitenden proaktiv unterstützen, um ihnen dabei zu helfen, mit Stress umzugehen, bevor die Situation

außer Kontrolle gerät. Die Erweiterung von Achtsamkeitsprogrammen, Resilienztraining und Initiativen zur Prävention von chronischer Erschöpfung trägt dazu bei, dass die Belegschaft gesünder, engagierter und produktiver ist. Unternehmen, die Maßnahmen ergreifen, können bessere Leistung und geringere Fehlzeiten verzeichnen und gleichzeitig eine Arbeitsplatzkultur schaffen, bei der sich die Mitarbeitenden wirklich wohl fühlen.

#### **Finanzielles Wohlbefinden: Langfristige Sicherheit, kurzfristige Lücken**

Beim finanziellen Wohlbefinden setzen Unternehmen im Allgemeinen auf langfristige Angebote – 47 % bieten eine betriebliche Altersvorsorge an, was damit der häufigste Benefit ist. Viele haben auch Finanzberatung (40 %), Aktienoptionen oder Kapitalbeteiligungen (37 %) und Notfallsparprogramme (37 %) im Programm. Das zeigt, dass sich Unternehmen der Wichtigkeit von finanzieller Sicherheit bewusst sind und ihren Mitarbeitenden dabei helfen, nicht nur über die Runden zu kommen, sondern echten Wohlstand für die Zukunft aufzubauen.

Finanzielle Unterstützung bei Ausbildungskosten wird beliebter: 35 % der Unternehmen bieten Unterstützung bei der Rückzahlung von Studiendarlehen an und 33 % erstatten Studiengebühren oder bieten Ausbildungshilfen an. Investitionen in die Weiterbildung sind nicht nur gut für die Karriere, sondern auch für die langfristige finanzielle Gesundheit, denn sie helfen Mitarbeitenden, ihr Einkommenspotenzial für das gesamte restliche Leben zu steigern (Baumann & Keimer, 2023).

Der Haken an diesen Programmen ist, dass sie das kurzfristige finanzielle Wohlbefinden nur am Rande behandeln. Während sich viele Unternehmen auf die Altersvorsorge und Aktienoptionen konzentrieren, haben viele Mitarbeitenden mit alltäglichen finanziellen Belastungen zu kämpfen: 86 % geben an, dass sie sich zunehmend finanziell gestresst fühlen, und fast zwei von drei Mitarbeitenden sehen sich nicht in der Lage, eine größere unerwartete Ausgabe zu bewältigen, wie etwa den Ersatz eines defekten Haushaltsgeräts (Konrad, 2024).

Dieser Stress schlägt sich in der täglichen Leistung der Mitarbeitenden nieder: 66% der Vollzeitbeschäftigten werden durch ihre finanzielle Situation von der Arbeit abgelenkt (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2023). Dennoch stellen nur 31 % der Unternehmen Finanztools und -apps zur Verfügung, und nur 29 % bieten Finanzworkshops oder -webinare an. Solche Angebote könnten jedoch gerade solche Mitarbeitenden sehr gut unterstützen, die bei ihrer Ausgabenverwaltung, beim Sparen für Notfälle oder schlicht bei der Frage Hilfe benötigen, wie sie mit ihrem Gehalt über den Monat kommen können.

Für Personalverantwortliche ist dies eine hervorragende Gelegenheit, das fehlende Puzzleteil zu ergänzen. Schulungen zum Umgang mit Geld, Budgetplanungs-Tools, Unterstützung beim Schuldenabbau und Notfallfonds für Mitarbeitende können dazu beitragen, dass sich die Mitarbeitenden heute – und nicht erst in ferner Zukunft – finanziell sicherer fühlen.

Unternehmen, die neben langfristiger Sicherheit auch kurzfristige finanzielle Unterstützung anbieten, können mit einer zufriedeneren, finanziell stabileren Belegschaft rechnen – und einen Wettbewerbsvorteil bei der Mitarbeiterbindung.

## FAZIT

Unternehmen engagieren sich verstärkt in den Bereichen Fitness, mentales Wohlbefinden und finanzielle Gesundheit, aber zu viele Programme funktionieren immer noch isoliert voneinander. Das schränkt ihre Wirkung ein. Die Zukunft von Wohlbefinden am Arbeitsplatz liegt in der Integration – der Verknüpfung von Benefits aus allen Bereichen des Wohlbefindens.

Personalverantwortliche können hier eine Vorreiterrolle übernehmen, indem sie digitale und vor Ort stattfindende Wellbeing-Angebote miteinander verbinden, die präventive Unterstützung der mentalen Gesundheit ausbauen und ihren Mitarbeitenden helfen, kurzfristige finanzielle Lücken zu stopfen. Unternehmen, die in flexible, technologiegestützte und ganzheitliche Wellbeing-Programme investieren, können ein höheres Engagement, eine stärkere Mitarbeiterbindung und einen besseren ROI verzeichnen.



## 2.4 Die größten Vorbehalte von CEOs gegenüber Wellbeing-Programmen (und wie man sie ausräumt)

### DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

Um langfristige Investitionen in Wellbeing-Programme zu sichern, müssen Personalverantwortliche den Fokus weg von den Kosten und hin zur Wirkung verlagern. CEOs zögern, wenn sie Wohlbefinden nur als weiteren Kostenfaktor sehen. Der Schlüssel hierbei ist zu beweisen, dass besseres Wohlbefinden zu besseren Unternehmensergebnissen führt.

Im besten Fall lässt sich dies mit objektiven Daten untermauern, indem die große Nachfrage vonseiten der Mitarbeitenden hervorgehoben und gezeigt wird, wie ein verbessertes Wohlbefinden die Ziele der Unternehmensführung unterstützt. Pilotprogramme, die aktive Einbindung von Führungskräften und häufige Ergebnisberichte können viele Skeptiker:innen überzeugen. Wenn die Personalabteilung Wellbeing-Angebote als Mittel zur Gewinnsteigerung darstellt, weil sie die Fehlzeiten reduzieren, die Produktivität erhöhen und die Mitarbeiterbindung verbessern, werden die Programme von Kostenstellen zu Wettbewerbsvorteilen.

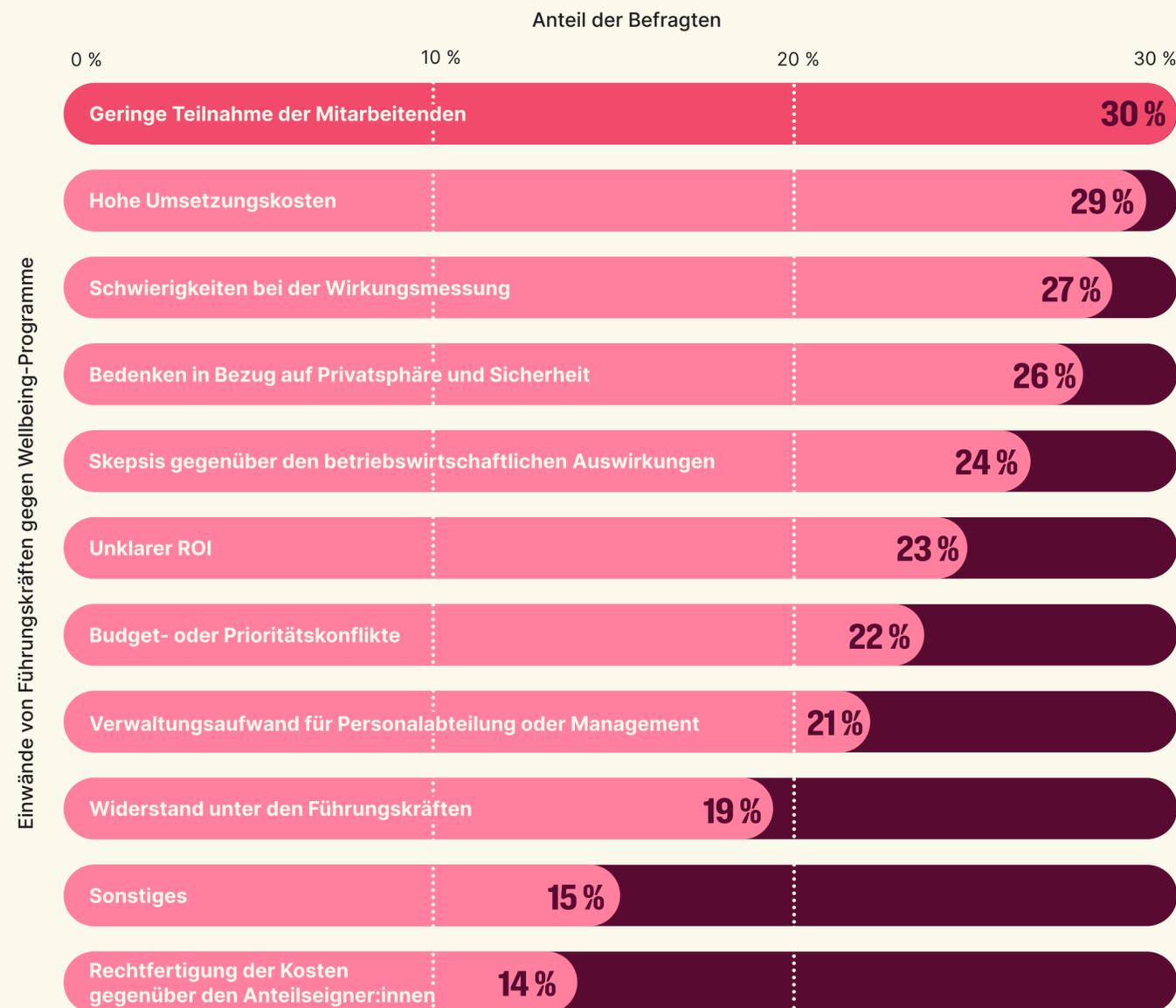
### IM DETAIL

Auch wenn Wohlbefinden am Arbeitsplatz immer mehr an Bedeutung gewinnt, haben Führungskräfte große Bedenken in Bezug auf Teilnahmequoten, Preis und Rentabilität. Wenn Personalverantwortliche sie vollends überzeugen wollen, müssen sie diese Einwände direkt ansprechen.

Die größte Hürde dabei sind geringe Teilnahmequoten. 30 % der CEOs geben als größte Sorge an, dass die Mitarbeitenden die angebotenen Wellbeing-Programme nicht wirklich nutzen werden.



## BENEFITNUTZUNG UND EINFÜHRUNGSKOSTEN SIND DIE HÄUFIGSTEN EINWÄNDE VON CEOs GEGEN WELLBEING-PROGRAMME



Ebenso stark sind Bedenken zum Budget. 29 % der CEOs halten Wellbeing-Programme für zu teuer, während 27 % Schwierigkeiten damit haben, ihre Wirkung zu beziffern. Weitere 24 % bezweifeln ihre ausreichende Rentabilität, und 22 % geben an, Budgetkonflikte würden dazu führen, dass Wellbeing-Angebote mit Einstellungs-, Vergütungs- und Betriebskosten konkurrieren müssten.

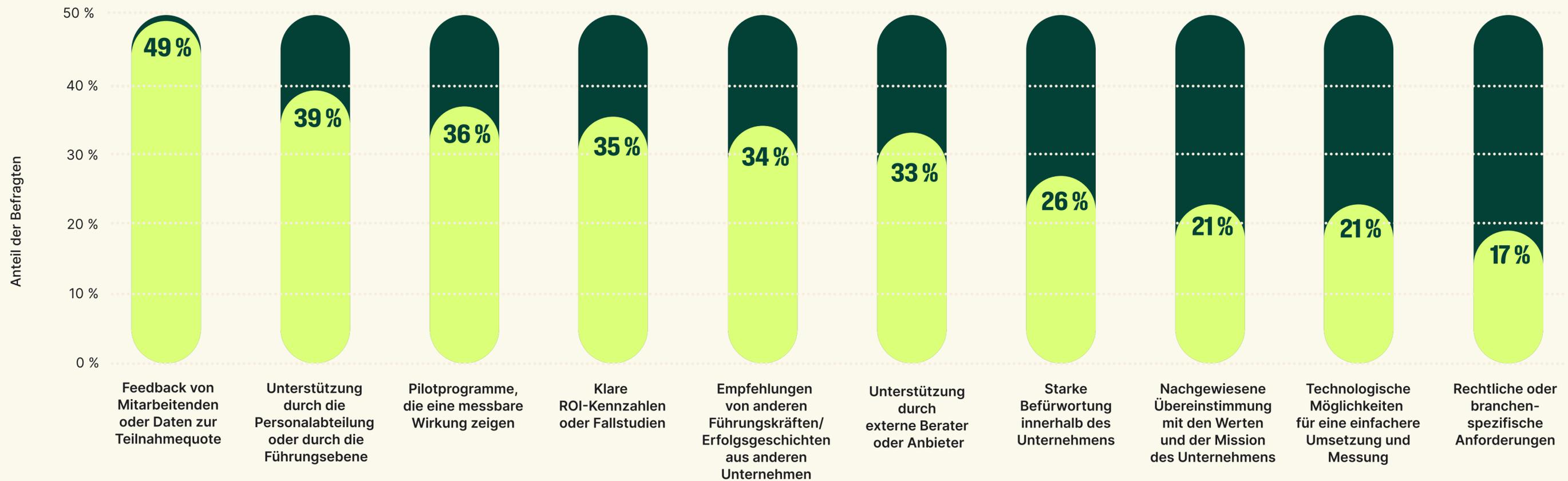
Datenschutz, Verwaltungsaufwand und interne Widerstände tragen ihr Übriges zu dieser Herausforderung bei. Mehr als ein Viertel (26 %) der CEOs sorgt sich um die Datensicherheit, und 21 % finden, die Verwaltung von Wellbeing-Programmen ist zu komplex für ihre Personalabteilung. 19 % geben an, dass die Abneigung von anderen Führungskräften ein großes Hindernis darstellt. Der Druck von außen schlägt immerhin weniger ins Gewicht – nur 14 % der CEOs nennen die Rechtfertigung vor den Aktionär:innen als Problem.

Die Mehrheit der CEOs ist Wellbeing-Programmen gegenüber also nicht prinzipiell abgeneigt, aber sie brauchen den Beweis, dass sie funktionieren, einen klaren ROI und eine Strategie, die keine zusätzliche Komplexität für die Personalabteilung beinhaltet.

Glücklicherweise gibt es viele effektive Möglichkeiten für die Personalabteilung, diese Bedenken auszuräumen.

**DER INPUT VON MITARBEITENDEN UND DER HR-ABTEILUNG SIND DIE WICHTIGSTEN FAKTOREN, UM DIE BEDENKEN DER CEOS GEGENÜBER WELLBEING-PROGRAMMEN ZU BESEITIGEN**

Was die Bedenken der Führungskräfte beheben konnte



Das effektivste Mittel ist Mitarbeiterfeedback. Fast die Hälfte (49 %) aller erfolgreichen Unternehmen bewiesen anhand des direkten Inputs ihrer Mitarbeitenden, dass Wellbeing-Programme nicht nur ein Benefit sind, sondern eine Notwendigkeit. Umfragen zur Teilnahme, die Verfolgung der Benefitnutzung und Echtzeit-Feedback vermitteln der Unternehmensleitung ein klares Bild von den Bedürfnissen der Mitarbeitenden und belegen, wie Wellbeing-Programme die Arbeitsmoral, die Leistung und die Mitarbeiterbindung fördern. Das Feedback der Mitarbeitenden lieferte der Personalabteilung die Daten – und das Momentum –, um die Skepsis zu überwinden und Veränderungen anzustoßen.

Aber Daten allein reichen meist nicht aus. Die Personalabteilung muss Rückenwind von der Unternehmensleitung haben. 39 % der CEOs geben an, dass die Unterstützung durch Führungskräfte und die Personalabteilung der entscheidende Faktor bei der Überwindung von Einwänden ist. Das bedeutet, dass nicht nur CEOs, sondern die gesamte Führungsebene um die unternehmerischen Vorteile von Wellbeing wissen muss. Erwägen Sie also, Ihren Finanzvorstand, die Vertriebsleitung und andere umsatzorientierte Führungskräfte in das Reporting über die Auswirkungen Ihres Wellbeing-Programms einzubinden, damit alle einen klaren Zusammenhang zwischen gesunden Mitarbeitenden und dem Unternehmenserfolg sehen können.

Personalverantwortliche, die sich der Frage „Kann das überhaupt funktionieren?“ stellen mussten, nutzten Pilotprogramme, um Skeptiker:innen zu überzeugen. 36 % der Unternehmen starteten vor der vollständigen Einführung eines

Wellbeing-Programms kleine Testprogramme. Diese lieferten konkrete Daten – Teilnahmequoten, Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden und frühe ROI-Kennzahlen –, die Zweifel ausräumten und den Weg für umfassende Investitionen ebneten.

Gerade beim ROI sagen Zahlen mehr als Worte. In 35 % der Unternehmen konnten die Entscheidungstragenden mit harten Fakten überzeugt werden. CEOs und CFOs, die Zweifel an Investitionen in Wellbeing-Programme hegten, änderten schnell ihre Meinung, sobald sie die tatsächlichen Auswirkungen sahen: Kosteneinsparungen, geringere Fehlzeiten und höhere Produktivität. Regelmäßiges Reporting wurde zu einem Muss und bewies, dass die Förderung von Wohlbefinden nicht nur ein Kostenpunkt ist, sondern eine smarte Unternehmensstrategie.

Doch selbst mit aussagekräftigen internen Daten brauchten einige HR-Abteilungen zusätzliche Schubkraft – und holten sich Verstärkung. 34 % der Unternehmen stützten sich auf die Fürsprache anderer CEOs, um ihre Unternehmensführung zum Umdenken zu bewegen. Und viele CEOs konnten tatsächlich umgestimmt werden, als ihnen andere Führungskräfte von den Erfolgen berichteten, die sie bereits mit Wellbeing-Initiativen erzielt hatten. Höhere Mitarbeiterbindung, weniger Dauerstress, eine gesündere Belegschaft – all dies ist nicht nur Theorie, sondern eine Realität.

Um einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten, zogen 33 % der Unternehmen externe Expert:innen hinzu. Wellbeing-Berater:innen, Benefits-Analyst:innen

und Drittanbieter halfen den Personalteams bei der Entwicklung, Verfeinerung und Skalierung von Programmen, die greifbare Ergebnisse lieferten. Die effektivsten Wellbeing-Programme verfügen über ein voll integriertes Engagement-Team, das die Einführung begleitet. Ihr Fachwissen nimmt den Druck von den internen Teams und gibt Wellbeing-Initiativen die professionelle Rückendeckung, die sie zum Erfolg benötigen.

Es gibt eine bewährte Strategie für Personalverantwortliche, die die Teilnahmequoten von Wellbeing-Programmen maximieren wollen. Die *Studie zum Wellbeing-ROI 2024* von Wellhub hebt fünf Schlüsselstrategien hervor, mithilfe derer Personalabteilungen die Benefitnutzung erfolgreich steigern konnten.

**Das Geheimnis? Ein proaktiver Ansatz.** Wenn Sie diesen Fahrplan im Vorfeld mit der Vorstandsebene absprechen, zeigen Sie, dass Sie nicht einfach ein beliebiges Programm einführen und auf das Beste hoffen, sondern sich dafür einsetzen, dass es wirklich funktioniert.

## 1. Individuelle, flexible Wellbeing-Optionen

Mitarbeitende nehmen an einem Wellbeing-Programm eher teil, wenn es ihren individuellen Bedürfnissen entspricht. Unternehmen mit einem Angebotsmix für Fitness, mentale Gesundheit, Ernährung und finanzielles Wohlbefinden verzeichnen höhere Teilnahmequoten, denn die Mitarbeitenden können diejenigen Leistungen in Anspruch nehmen, die zu ihrem Lebensstil und ihren aktuellen Zielen passen.

## 2. Unterstützung durch die Führungsebene

CEOs können ihre eigenen Bedenken selbst ausräumen. Wenn sie selbst aktiv an Wellbeing-Programmen teilnehmen, steigen Teilnahmequoten sprunghaft an. Für 98 % der Personalverantwortlichen ist der Zuspruch von Führungskräften entscheidend. Und in Unternehmen mit einer starken Beteiligung der Führungskräfte steigt die Teilnahmequote der Mitarbeitenden von 44 % auf 80 % (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024; Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024). Wenn CEOs und Führungskräfte sich öffentlich für Wellbeing-Initiativen einsetzen, normalisiert das die Programmteilnahme für alle Ebenen des Unternehmens.

### 3. Verbesserung der internen Kommunikation

Wellbeing-Programme, von denen die Mitarbeitenden nichts wissen, werden auch nicht genutzt.

Viele Mitarbeitende geben an, das Wellbeing-Angebot ihres Unternehmens nicht zu kennen, wodurch interne Kommunikation zur höchsten Priorität wird. Personalabteilungen, die mehrere Kommunikationskanäle nutzen – E-Mails, Microsoft Teams, Townhall-Meetings und Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden – verzeichnen eine deutlich höhere Teilnahmequote.

### 4. Gamifizierung und Anreize zur Förderung der Teilnahme

Wellbeing-Challenges, Schrittwettbewerbe und Belohnungen sorgen für Spaß und fördern die Benefitnutzung. Unternehmen, die Wellbeing-Programme spielerisch gestalten, verzeichnen höhere Teilnahmequoten, insbesondere wenn sie Anreize wie zusätzlichen Urlaub, Wellbeing-Guthaben oder Anerkennung bieten. Wellbeing-Angebote in einen freundschaftlichen Wettbewerb oder ein auf Meilensteinen basierendes Leistungssystem zu verwandeln, kann ebenfalls die Teilnahmequote erhöhen.

### 5. Kontinuierliches Tracking und Programmoptimierung

Wellbeing-Programme müssen stets an die Bedürfnisse der Mitarbeitenden angepasst werden, und diese können sich ändern. 53 % der Personalverantwortlichen passen ihre Initiativen jedes Quartal an und schauen dabei auf Beteiligungstrends, Mitarbeiterfeedback und Teilnahmequoten (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024). Häufige Programmaktualisierungen stellen sicher, dass Wellbeing-Initiativen auch langfristig relevant, zugänglich und ansprechend bleiben.

Eine erfolgreiche Umsetzung beginnt mit den internen Wellbeing-Botschafter:innen – den Mitarbeitenden und Führungskräften, die die Programme zum Leben erwecken und CEOs mit ins Boot holen. Tatsächlich geben 26 % der Befragten an, dass interne Botschafter:innen entscheidend dabei sind, die Zustimmung der Unternehmensleitung zu gewinnen. Diese Botschafter:innen verwandelten passives Interesse in aktive Teilnahme und verankerten Wohlbefinden in der Unternehmenskultur.

Moderne Technologien machen das Ganze noch einfacher. 21 % der Unternehmen nutzen digitale Tools, um die Verwaltung zu vereinfachen, die Teilnahme zu verfolgen und in Echtzeit über die Wirkung zu berichten. Ob Wellbeing-Aggregatoren (z. B. Wellhub) oder Plattformen zur Teilnahmeverfolgung – Personalverantwortliche setzen auf Technologien, um Wohlbefinden datengesteuert, effizient und skalierbar zu machen und damit die Befürchtung zu zerstreuen, dass Wellbeing-Programme zu einer Bürde für die Personalabteilung werden könnten.

## FAZIT

Personalverantwortliche, die Wellbeing-Zweifler:innen in Fürsprecher:innen verwandelt haben, waren nicht nur hartnäckiger, sondern sind auch smarter. Sie haben Mitarbeitenden zugehört, Pilotprogramme durchgeführt, die Wirkung verfolgt und zusammen mit Führungskräften die Benefitnutzung

vorangetrieben. Die Unterstützung durch CEOs, Zusammenarbeit mit Expertenteams und interne Wellbeing-Botschafter:innen spielen alle eine Rolle bei der Sicherung von Wellbeing-Investitionen.

Für Personalabteilungen, die immer noch auf Widerstand stoßen, ist der Weg klar: Lassen Sie die Daten für sich sprechen, fangen Sie klein an, präsentieren Sie regelmäßig die Ergebnisse und machen Sie Wohlbefinden zur Priorität im Unternehmen. Sobald die Unternehmensführung den ROI sieht, die Vorteile erlebt und Erfolgsgeschichten aus erster Hand hört, wird die Finanzierung auf dem Fuß folgen – und Wohlbefinden wird zum Eckpfeiler des Erfolgs Ihres Unternehmens.





# Die ROI-Rechnung: Die Bewertungskriterien der CEOs für Wellbeing

## 3.1 Was CEOs am meisten an Wellbeing-Programmen schätzen

### WICHTIGSTE ERKENNTNISSE

CEOs legen Wert auf Produktivität, Mitarbeiterbindung und Kosteneinsparungen. Daher sollte Ihr Pitch ihre Sprache sprechen – ROI, Teilnahmequoten und finanzielle Vorteile. Wie können Sie sich die Genehmigung Ihrer Wellbeing-Initiative sichern? Mit einem Programm, das kosteneffektiv und einfach zu implementieren ist und sich mit den Unternehmenszielen deckt.

Wenn Sie messbare Ergebnisse nachweisen können – geringere Fluktuation, höhere Produktivität und niedrigere Gesundheitsausgaben –, werden Sie Wohlbefinden als mehr als nur einen Benefit positionieren können. Sie werden zeigen, dass Wohlbefinden ein strategischer Vorteil ist, der einen echten Mehrwert für das Unternehmen schafft.

### IM DETAIL

#### 3.1.1 Was CEOs von einem Wellbeing-Programm erwarten

CEOs tun mehr, als Wellbeing-Programme zu genehmigen – sie prägen sie auch. Ganze 94% der CEOs haben das letzte Wort bei der Festlegung des Wellbeing-Budgets, und fast alle sind an der Auswahl des richtigen Programms beteiligt (48% sind sehr stark eingebunden, 36% sind stark eingebunden). Das heißt: Wenn Sie wollen, dass Ihre Wellbeing-Initiative genehmigt wird, müssen Sie die Sprache Ihres CEOs sprechen – ROI, Teilnahmequoten, Kundenbindung und unternehmerischer Mehrwert.

Was genau macht also ein Wellbeing-Programm für einen CEO besonders? Werfen wir einen genaueren Blick.

#### Produktivitätssteigerungen

CEOs investieren in Wellbeing-Programme, weil sie Ergebnisse erwarten. Der Hauptgrund für die Finanzierung von Wellbeing-Initiativen ist die Steigerung von Produktivität und Leistung (56 %).

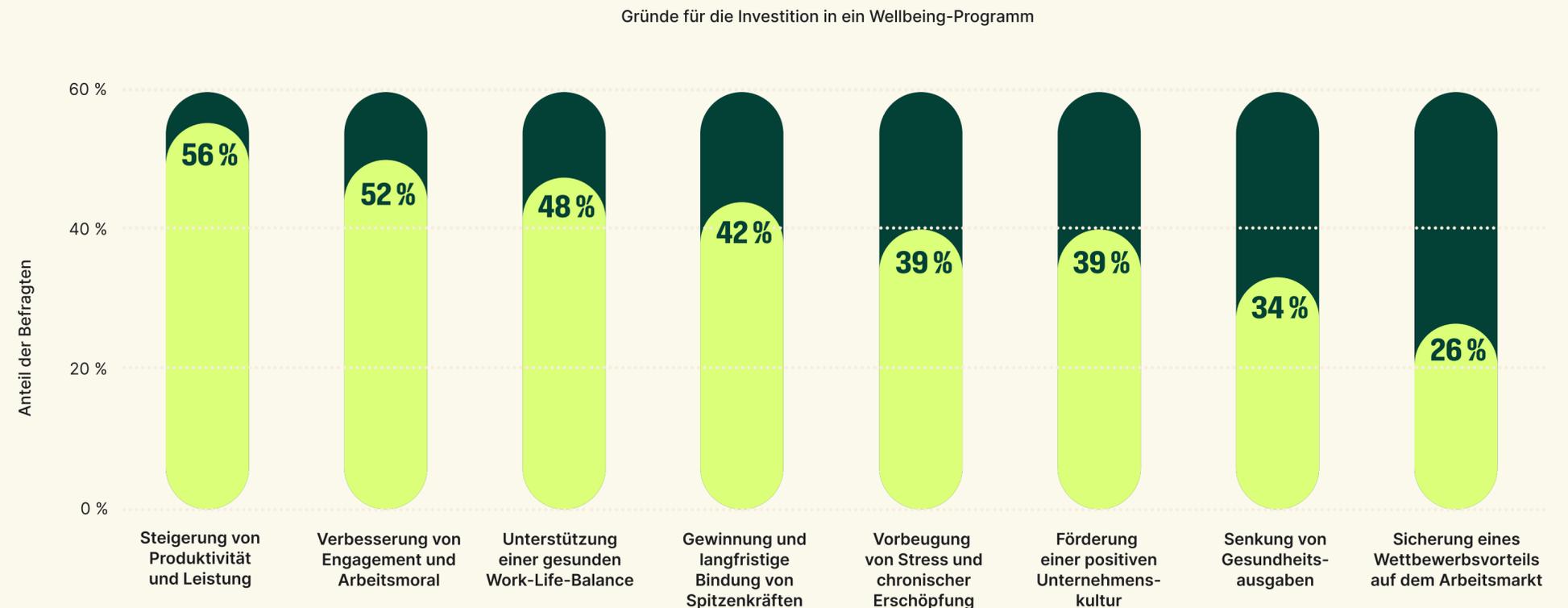
Damit sind sie auf der richtigen Fährte: Fast die Hälfte der Personalverantwortlichen (47 %) berichtet von erheblichen Produktivitätssteigerungen durch ihre Wellbeing-Programme (Wellhub, Wellbeing-ROI. 2024).

Das bedeutet, dass mehr Wohlbefinden gleichbedeutend ist mit mehr Leistung. Da chronische Erschöpfung die Fluktuation in die Höhe treibt und die Produktivität senkt – was Unternehmen jährlich 322 Milliarden US-Dollar kostet –, wissen CEOs, dass sie unbedingt die Motivation, das Engagement und die Konzentration ihrer Mitarbeitenden fördern müssen (Gallup, o. D.).

Aber es geht nicht nur darum, effizienter zu arbeiten – sondern auch glücklicher. Mehr als die Hälfte der CEOs (52 %) investiert in Wellbeing-Programme, um die Moral und das Engagement zu steigern, und das aus gutem Grund. Dass drei von fünf Mitarbeitenden unzufrieden sind, verursacht in der Weltwirtschaft jedes Jahr einen Schaden von 8,9 Billionen US-Dollar (Gallup, 2024).

CEOs werden nicht einfach tatenlos zusehen, wie solche Summen verloren gehen. Sie sehen Wohlbefinden als Schlüssel dazu, ihre Belegschaft zu motivieren und greifbare Ergebnisse zu erzielen.

**PRODUKTIVITÄT, ENGAGEMENT UND BINDUNG SIND DIE HAUPTGRÜNDE DER CEOs FÜR INVESTITIONEN**



### Vereinfachtes Talentmanagement

CEOs wollen mit Wellbeing-Programmen den Kampf um die besten Talente gewinnen. 42 % finanzieren Wellbeing-Programme, um Top-Talente anzuziehen und zu halten – und verfolgen damit den richtigen Ansatz. Wenn mehr als die Hälfte (55%) der Mitarbeitenden zustimmen oder voll und ganz zustimmen, dass sie ein Unternehmen verlassen würden, das ihrem Wohlbefinden keine Priorität einräumt, riskieren Unternehmen, die diesen Aspekt ignorieren, ihre besten Mitarbeitenden zu verlieren (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

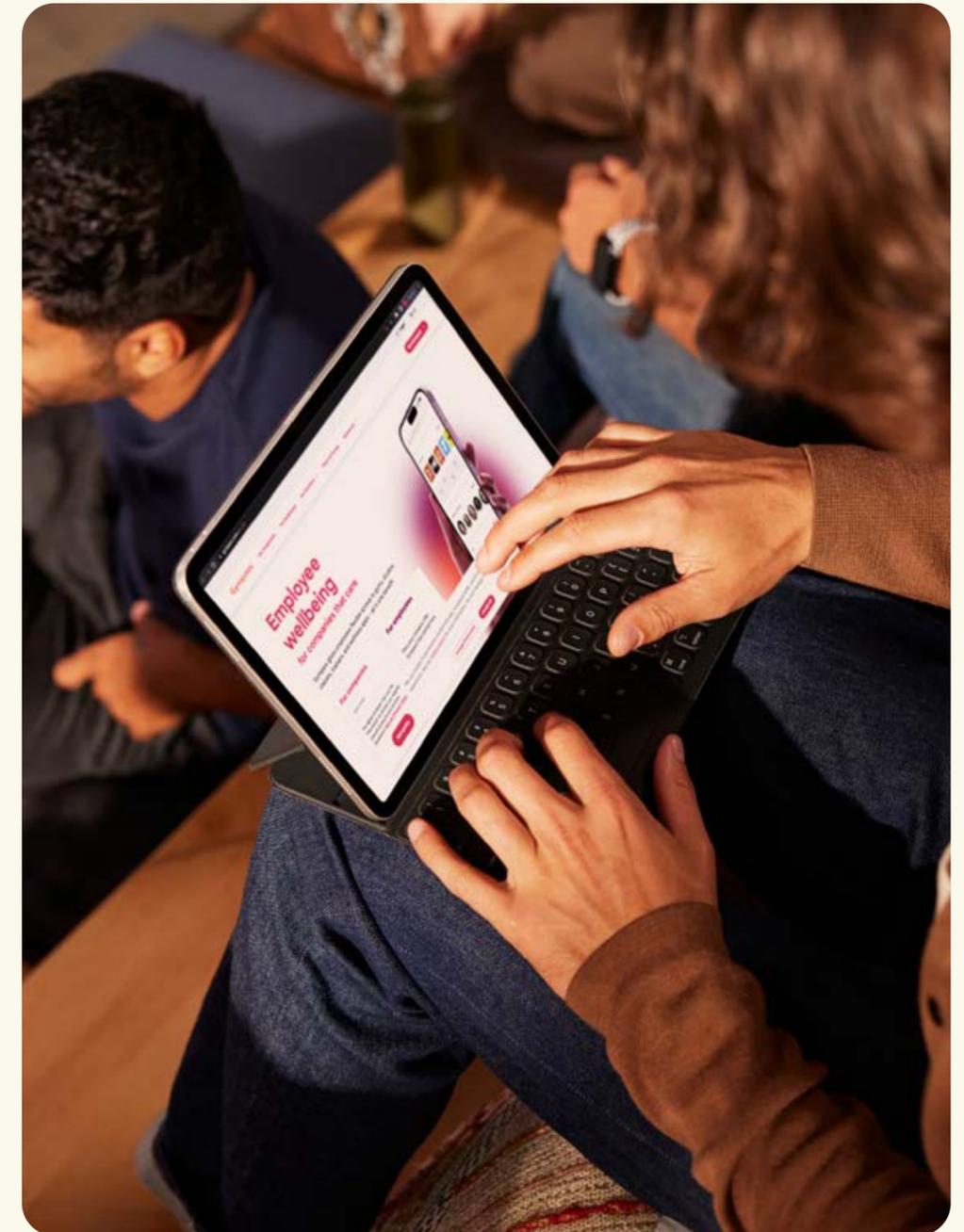
Aber die Bindung an das Unternehmen ist nur die halbe Miete: 26 % der CEOs sehen Wohlbefinden auch als Wettbewerbsvorteil beim Recruiting. Und sie haben recht: Für mehr als ein Drittel (38 %) der Personalverantwortlichen sind Wellbeing-Programme für die Talentakquise äußerst wichtig (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024).

Auf dem heutigen Arbeitsmarkt können Benefitspakete bei einem Jobangebot den entscheidenden Unterschied machen. Unternehmen mit einem soliden Wellbeing-Angebot ziehen nicht nur die Besten der Besten an – sie halten sie auch.

### Stressmanagement und Resilienztraining

Stress ist ein stiller Produktivitätskiller und der Grund, warum 39 % der CEOs bei ihren Investitionen in Wellbeing-Programme der Prävention von chronischer Erschöpfung Priorität einräumen – nicht zu Unrecht. 96 % der Mitarbeitenden fühlen sich täglich bei der Arbeit gestresst, 32 % sogar sehr gestresst (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2023). Die Folge? Sie kündigen. Durch Überlastung bedingte Fluktuation allein verschlingt 20 % der Gehaltsbudgets (Gallup, o. D.).

Inzwischen investieren 48 % der CEOs in Wellbeing-Programme, um eine bessere Work-Life-Balance zu unterstützen, denn wenn diese aus dem Gleichgewicht gerät, sinkt auch die Leistung. Derzeit geben 47 % der Mitarbeitenden an, dass Arbeitsstress ihr mentales Wohlbefinden beeinträchtigt, und 55 % sagen, dass sich ein schlechtes mentales Wohlbefinden negativ auf ihren Schlaf auswirkt (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024). Wenn Mitarbeitende erschöpft, überfordert und ausgelaugt sind, erbringen sie auch keine Bestleistungen bei der Arbeit. Für CEOs liegt die Lösung in Wellbeing-Programmen.

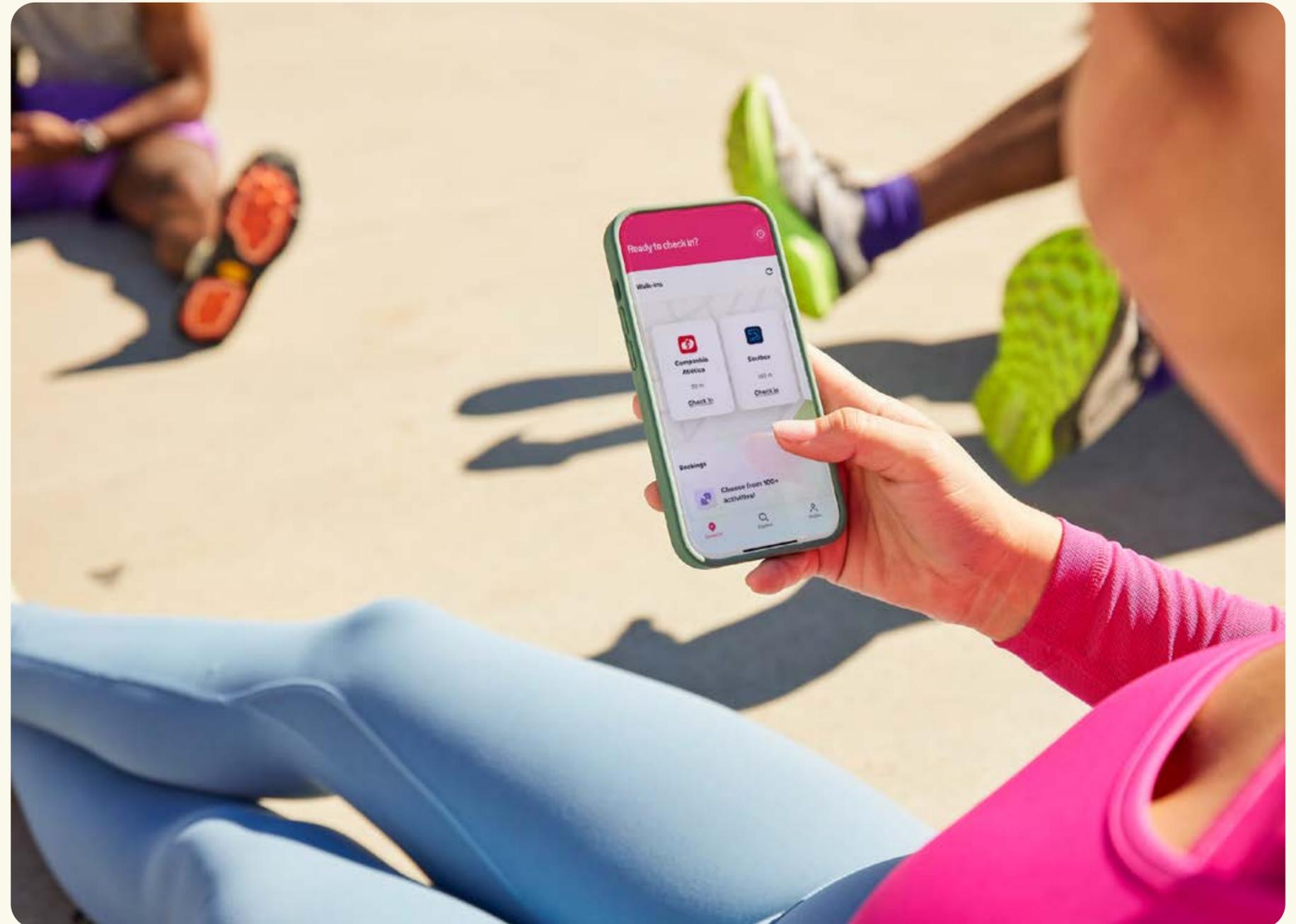


### Senkung der Gesundheitskosten

Angesichts steigender Gesundheitsausgaben suchen CEOs nach langfristigen, kostensparenden Lösungen. Wellbeing-Programme erfüllen diese Anforderungen. 34 % der CEOs geben an, dass die Senkung der Gesundheitskosten eine wichtige Triebfeder für Wellbeing-Investitionen ist, und die Ergebnisse sprechen für sich: 91 % der Unternehmen berichten von niedrigeren Gesundheitsausgaben dank ihrer Wellbeing-Initiativen (Wellhub, 2024).

Denn Wellbeing-Programme überzeugen dadurch, dass sie die Notwendigkeit einer medizinischen Versorgung von vornherein mindern: Drei Viertel aller medizinischen Kosten sind auf vermeidbare Krankheiten zurückzuführen. Das bedeutet, dass Unternehmen, die nicht in Wohlbefinden investieren, vermeidbare Kosten in Kauf nehmen (Gallup, o. D.).

Das macht die Entscheidung einfach: Jetzt in die Prävention investieren oder später für explodierende Gesundheitsausgaben aufkommen. Vorausschauende Führungskräfte setzen auf Wohlbefinden – und liegen damit genau richtig.

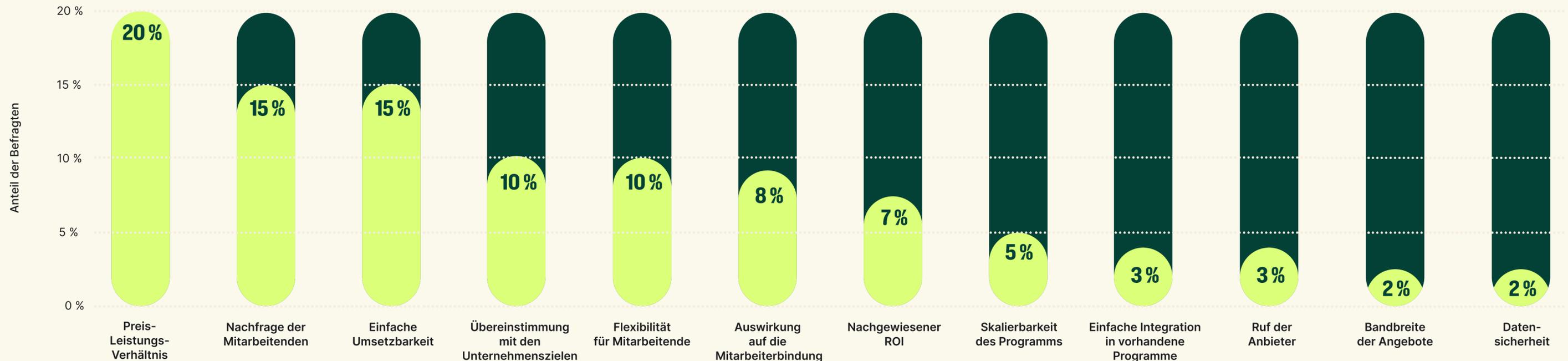


### 3.1.2 So bewerten CEOs potenzielle Wellbeing-Programme

Diese hochgesteckten Ziele sind lobenswert, aber wie entscheiden CEOs nun, ob ein bestimmtes Wellbeing-Programm die Investition wert ist? Welche Kennzahlen sagen ihnen, dass ein Programm tatsächlich Produktivität, Teilnahmequoten und Kosteneinsparungen bringen wird? Werfen wir einen genaueren Blick darauf.

WELLBEING-PROGRAMME SIND FÜR CEOs INTERESSANT, WENN SIE KOSTEN SENKEN UND MITARBEITERBEDÜRFNISSE ERFÜLLEN

Kriterien bei der Bewertung eines Wellbeing-Programms



## Kosteneffizienz



Jede noch so kleine Ausgabe im Unternehmen muss gerechtfertigt sein. Deshalb steht das Kosten-Nutzen-Verhältnis für 20 % der CEOs bei der Auswahl eines Wellbeing-Programms an erster Stelle.

Die Logik ist einfach: Wenn ein Programm nicht zu messbaren Einsparungen oder Gewinnen führt, kommt es nicht in die engere Auswahl. CEOs suchen nicht nach beliebigen Vorteilen, sondern wollen Beweise: 7 % sagen ausdrücklich, dass der nachgewiesene ROI für sie der entscheidende Faktor ist. Sie müssen sehen können, dass Wellbeing-Programme tatsächlich die Kosten senken, Fehlzeiten reduzieren, das Engagement erhöhen und so letztendlich das Unternehmensergebnis verbessern.

## Mitarbeiternachfrage und Benutzerfreundlichkeit



Es spielt keine Rolle, wie gut ein Wellbeing-Programm auf dem Papier aussieht – wenn die Mitarbeitenden es nicht nutzen würden, wird es nicht genehmigt. Daher hat für 15 % der CEOs die Mitarbeiternachfrage bei der Auswahl eines Programms oberste Priorität. Glücklicherweise nutzen 79 % der Mitarbeitenden, die Zugang zu einem Wellbeing-Programm haben, es auch. 54 % geben an, dass sie ihr Wellbeing-Programm regelmäßig nutzen, und 20 % nutzen es ständig – ein Beweis dafür, dass Mitarbeitende solche Programme durchaus in Anspruch nehmen, wenn sie ihren Bedürfnissen entsprechen (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

Das Programm muss aber einfach zu implementieren sein. Dieser Punkt hat für 15 % der CEOs oberste Priorität. Im Idealfall sollte sich ein Programm in bestehende Arbeitsabläufe einfügen, keine zusätzlichen Kopfschmerzen bereiten und für die Mitarbeitenden leicht zu nutzen sein.

## Flexibilität und Abstimmung auf Unternehmensziele



CEOs investieren nicht als Selbstzweck in Wellbeing-Programme, sondern erwarten, dass sie die Ziele ihres Unternehmens unterstützen. Deshalb besteht für 10 % die oberste Priorität darin, Programme zu finden, die die Unternehmensziele unmittelbar unterstützen. Ob das im Einzelfall bedeutet, die Produktivität zu verbessern, die Fluktuation zu senken oder das Employer Branding zu stärken – ein Wellbeing-Programm muss ins größere strategische Bild des Unternehmens passen.

Flexibilität ist ein weiteres Must-have für moderne Wellbeing-Programme. 10 % der CEOs nennen die Flexibilität für die Mitarbeitenden als einen der wichtigsten Bewertungsmaßstäbe, da sie erkannt haben, dass starre Einheitslösungen nicht funktionieren. Die Mitarbeitenden wünschen sich Wellbeing-Lösungen, die in ihren Alltag passen – ob das nun virtuelle Meditation, Ernährungsberatung, Schlaftracker, Fitness on demand oder Budget-Apps sind.

## FAZIT

CEOs sind sich darüber im Klaren, wann sich eine Investition in ein Wellbeing-Programm lohnt: Es muss rentabel sein, hohe Teilnahmequoten verzeichnen und einfach umzusetzen sein. Die Kosteneffizienz steht an erster Stelle, aber auch die Nachfrage, die Benutzerfreundlichkeit und die Übereinstimmung mit den Unternehmenszielen spielen eine Rolle.

Um die Zustimmung der Führungskräfte zu gewinnen, muss die Personalabteilung Programme vorstellen, die flexibel und datengestützt sind und den Wünschen der Mitarbeitenden entsprechen. Wenn Wellbeing-Lösungen einfach zu implementieren sind und Ergebnisse liefern, werden sie von einem „Nice-to-have“ zu einem „Must-have“.



## 3.2 Wie CEOs die Wirkung messen

### DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

Um CEOs für das Thema Wohlbefinden zu gewinnen, brauchen Personalverantwortliche mehr als nur nette Anekdoten – sie brauchen Daten, die die Wirkung von Wellbeing-Initiativen glasklar belegen.

Das bedeutet, Sie müssen tracken, worauf CEOs am meisten Wert legen: Teilnahmequoten, Produktivität, Kosteneinsparungen und Mitarbeiterbindung. Benefitnutzung, Leistungskennzahlen und Gesundheitsausgaben sollten im Vordergrund stehen.

Im Bestfall treffen dann objektive Daten auf echte Erfahrungen – vom Manager-Feedback bis hin zum beginnenden Kulturwandel vor Ort. Wenn die Personalabteilung ROI und Verbesserungen der Unternehmensergebnisse auf ein gestiegenes Wohlbefinden zurückführen kann, wird das Thema zu einer klaren und leistungsstarken Wachstumsstrategie.

### IM DETAIL

CEOs genügt es nicht, ein Wellbeing-Programm einfach nur einzuführen – sie wollen konkrete Daten und Ergebnisse sehen. Fast die Hälfte (48 %) erhält

mindestens einmal im Monat einen Bericht, und weitere 41 % sehen sich die Ergebnisse vierteljährlich an. Das Gute dabei ist, dass 89 % der CEOs noch nie ein Wellbeing-Programm abgesetzt haben. Das heißt, wenn ein Programm funktioniert, wird es fortgeführt.

Doch CEOs haben kein Interesse an Wohlfühlgeschichten. Sie wollen konkrete Daten sehen. Steigert das Programm die Produktivität? Wird es von den Mitarbeitenden tatsächlich genutzt? Spart es dem Unternehmen Geld?

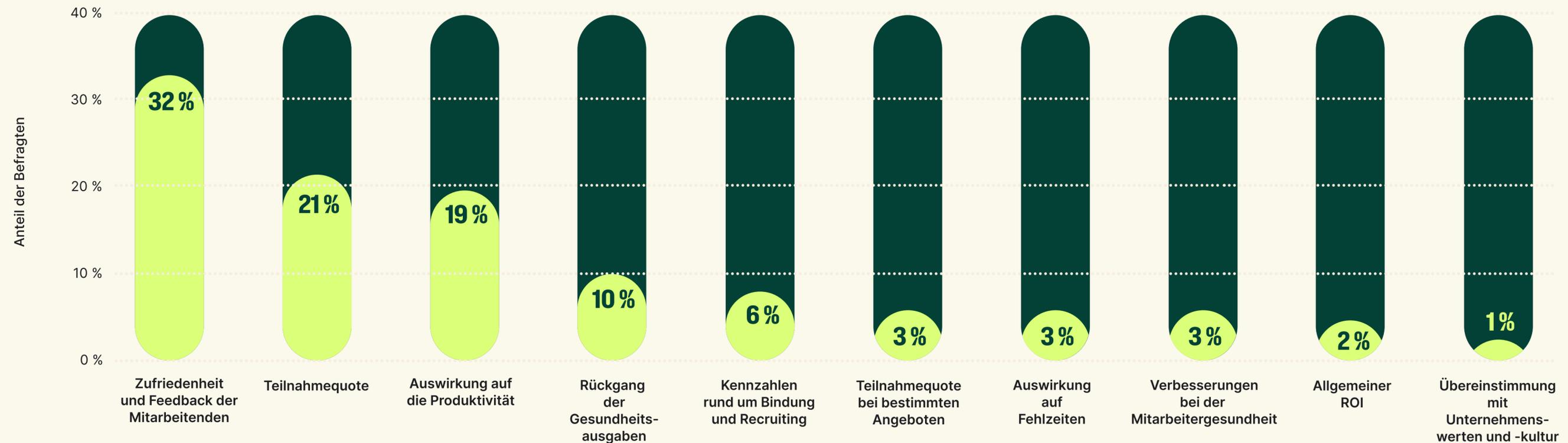


## 3.2.1 Erfolgskennzahlen für Menschen und Leistung

Hier erfahren Sie, was CEOs am meisten interessiert und wie Personalverantwortliche diese Daten erheben können, um sie von ihrem Wellbeing-Programm zu überzeugen.

MITARBEITERORIENTIERTE ERFOLGSKENNZAHLEN SPIELEN EINE WICHTIGE ROLLE BEI DER BEWERTUNG DES ERFOLGS VON WELLBEING-PROGRAMMEN DURCH CEOS

Herangezogene Daten für die Erfolgsmessung von Wellbeing-Programmen



## Teilnahmequoten und subjektive Wahrnehmung

Das Erste, was CEOs wissen wollen, ist, ob die Mitarbeitenden das Programm tatsächlich mögen – und ob sie es auch nutzen. Die Mitarbeiterzufriedenheit ist für CEOs ausschlaggebend. 32 % nennen das Feedback der Mitarbeitenden als zentralen Erfolgsmaßstab.

Aber subjektive Wahrnehmungen allein reichen nicht. Teilnahmequoten sind genauso wichtig. 21 % der CEOs verfolgen, wie viele Mitarbeitende aktiv an Wellbeing-Programmen teilnehmen. Selbst die beste Initiative ist nutzlos, wenn sie nicht genutzt wird. Und je stärker die Nutzung, desto größer ist der Ertrag: Untersuchungen belegen, dass Unternehmen, deren Mitarbeitende die Wellbeing-Programme nutzen, ein besseres Wohlbefinden sowie eine höhere Arbeitsmoral und Produktivität verzeichnen (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024).

Für Personalverantwortliche können regelmäßige Mitarbeiterbefragungen Aufschluss über die Zufriedenheit geben. Einfache Pulse-Umfragen, die während und nach der Einführung von Wellbeing-Programmen verschickt werden, können die Reaktion der Mitarbeitenden in Echtzeit aufnehmen. Anonyme Feedback-Formulare geben Mitarbeitenden die Möglichkeit, ihre Gedanken detailliert mitzuteilen, insbesondere wenn sie sich nicht in einer

Umfrage äußern möchten. Beide Tools können interessante Trends aufzeigen, etwa ob Mitarbeitende ein Programm für wertvoll, benutzerfreundlich oder fortführens-wert halten.

Fokusgruppen mit Mitarbeitenden geben einen tieferen Einblick. Dabei muss jedoch sichergestellt werden, die gesamte Belegschaft abzubilden, also alle Rollen, Abteilungen und Standorte. Sowohl aktive Nutzer:innen als auch Mitarbeitende, die das Programm nicht nutzen, sollten einbezogen werden, um zu erfahren, was funktioniert, was nicht funktioniert und was manche vielleicht von der Teilnahme abhält.

Schließlich können die Nutzungsdaten über die Analysefunktionen von Wellbeing-Plattformen, Check-ins im Fitnessstudio und digitale Gesundheits-Apps gesammelt werden. Je mehr Daten die Personalabteilung zusammentragen kann, desto klarer wird das Bild.

## Produktivität

Wohlbefinden bedeutet nicht nur, sich gut zu fühlen, sondern auch leistungsfähiger zu sein. So geben 19 % der CEOs an, dass Produktivitätsverbesserungen ihr wichtigster KPI bei der Erfolgsbewertung von Programmen sind. Sie wollen wissen, ob Wellbeing-Initiativen den Mitarbeitenden dabei helfen, konzentriert, motiviert und effizient zu arbeiten.

Chronische Erschöpfung und fehlendes Engagement haben massive finanzielle Folgen: Produktivitätsverluste kosten Unternehmen jährlich 322 Milliarden US-Dollar (Gallup, o. D.). Inzwischen berichten die Mitarbeitenden selbst, dass ein besseres körperliches und emotionales Wohlbefinden ihre Leistung am Arbeitsplatz unmittelbar steigert (93 % bzw. 95 %) (Wellhub, State of Workplace Wellness, 2024).

Die Personalabteilung kann Produktivitätssteigerungen verfolgen, indem sie die wichtigsten Leistungsindikatoren vor und nach der Implementierung des Programms überwacht und vergleicht. Darunter kann die Einhaltung von Lieferterminen, die Bewertung der Arbeitsqualität oder die von den Mitarbeitenden in internen Umfragen selbst angegebene Produktivität fallen. Sie können sich auch direktere Kennzahlen wie den Output bzw. Umsatz pro Mitarbeitendem ansehen, um ein klareres Bild zu erhalten. Für einen

aussagekräftigen Vergleich sollten diese Kennzahlen gegen einen Basiswert gemessen werden, z. B. an Mitarbeitenden, die nicht aktiv am Wellbeing-Programm teilnehmen. Dies kann helfen, die Wirkung des Programms zu verdeutlichen und die Argumente gegenüber der Unternehmensleitung zu stärken. Wenn die Teilnahme an Wellbeing-Programmen mit Leistungsbeurteilungen und Feedback durch Vorgesetzte verknüpft werden, kann dies belegen, dass ein gesteigertes Wohlbefinden die Leistung am Arbeitsplatz fördert.



## Einsparungen bei Gesundheitsausgaben

Für CEOs ist ein Wellbeing-Programm, das die Gesundheitsausgaben senkt, ein erhaltenswertes Programm: 10 % sagen, dass finanzielle Einsparungen bei Erstattungen von medizinischen Kosten und Versicherungskosten der wichtigste Gradmesser für den Erfolg sind.

Die Zahlen zeigen, dass Unternehmen mit soliden Wellbeing-Programmen signifikante Einsparungen bei den Gesundheitsausgaben verzeichnen, insbesondere bei vermeidbaren Krankheiten (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024). Wenn ein Programm dazu beiträgt, das Risiko chronischer Krankheiten zu senken, stressbedingte Erkrankungen zu reduzieren oder die Nutzung von Präventivmaßnahmen zu verbessern, reduziert das teure Gesundheitsausgaben – ein direkter Beitrag zum Unternehmensergebnis.

Die Personalabteilung kann gemeinsam mit Benefit Anbietern die jährlichen Gesundheitsausgaben analysieren, wie auch Vorsorgeuntersuchungen, Kennzahlen zu chronischen Krankheiten, Ausgaben für verschreibungspflichtige Medikamente oder Krankenhausaufenthalte.



## Bindung und Personalbeschaffung

CEOs sehen, dass Wohlbefinden eine entscheidende Rolle dabei spielt, Top-Talente anzuziehen und zu halten. Für 6 % der Befragten ist dies nicht nur einer von vielen Faktoren, sondern die wichtigste Erfolgskennzahl bei der Bewertung eines Wellbeing-Programms. Mehr als ein Viertel der Mitarbeitenden (28 %) stimmt voll und ganz der Aussage zu, dass sie sich bei ihrer nächsten Jobsuche nur bei Unternehmen bewerben würden, die dem Wohlbefinden einen hohen Stellenwert einräumen (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024). Wellbeing-Programme sind also nicht nur ein Benefit, sondern stellen einen echten Wettbewerbsvorteil dar.

Die Personalabteilung kann diese Auswirkungen durch die Analyse von Fluktuationsraten, Austrittsgesprächen und Befragungen bei Neueinstellungen verfolgen und darüber feststellen, ob die Wellbeing-Benefits die Entscheidungen der Mitarbeitenden beeinflussen. Wenn Top-Kandidaten Wohlbefinden als Grund für ihren Eintritt in das Unternehmen nennen oder ausscheidende Mitarbeitende eine mangelnde Unterstützung des Wohlbefindens als Grund für ihren Austritt angeben, sind das wichtige Daten für CEOs. Auch die interne Mobilität und die Beförderungsraten sind aussagekräftig: Mitarbeitende, die sich unterstützt und engagiert fühlen, haben eine höhere Wahrscheinlichkeit, sich im Unternehmen

weiterzuentwickeln. Wer nachhält, wie viele Teilnehmende des Wellbeing-Programms befördert werden, kann Muster erkennen und den langfristigen Wert des Programms hervorheben.



### 3.2.2 Kultur und subjektive Wahrnehmung: Erfolgskennzahlen

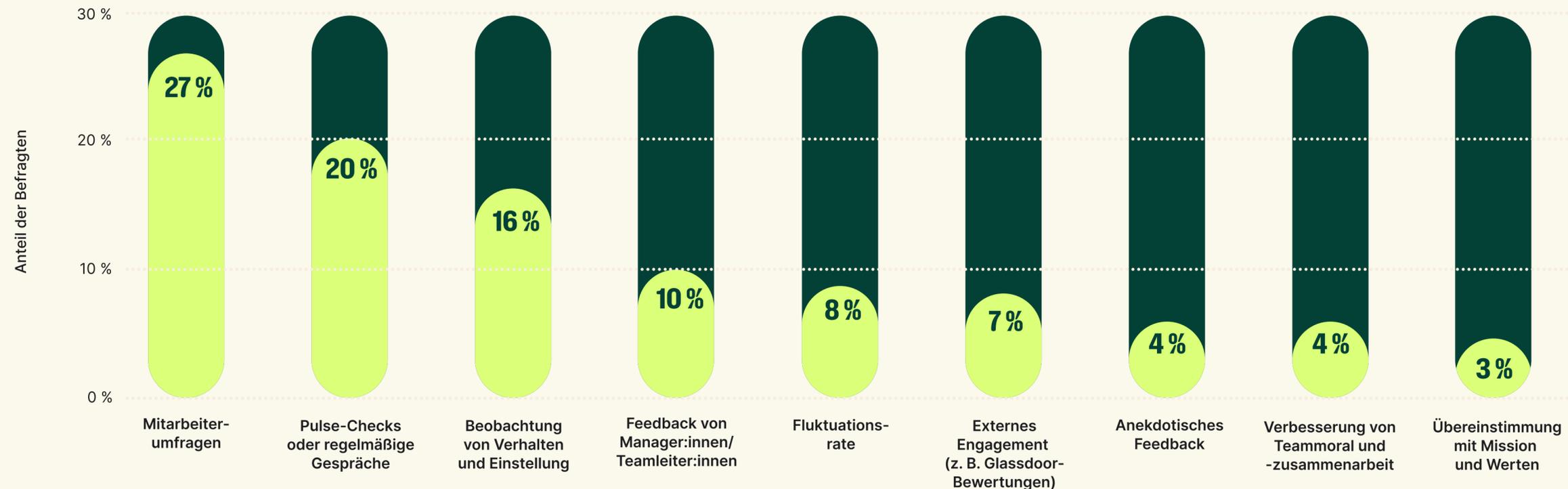
Einige Erfolge von Wellbeing-Initiativen sind leicht zu messen, etwa eine höhere Angebotsannahmequote oder eine geringere Fluktuation. Aber was ist mit den immateriellen Vorteilen, wie einer solideren Unternehmenskultur, einer besseren Arbeitsmoral und einem stärkeren Engagement?

CEOs wollen Beweise dafür, dass ihre Investitionen in das Wohlbefinden Veränderungen bewirken, auch wenn solche Auswirkungen manchmal nicht aus einer Tabelle abzulesen sind.

Wie kann man also messen, was schwer zu quantifizieren ist? Hier erfahren Sie, was für CEOs am wichtigsten ist und wie ihnen die Personalabteilung die nötigen Daten liefern kann.

**HR-VERANTWORTLICHE KÖNNEN DEN INPUT IHRER MITARBEITENDEN NUTZEN, UM DEN BEITRAG IHRES WELLBEING-PROGRAMMS ZUR UNTERNEHMENSKULTUR ZU BEWERTEN**

Herangezogene Daten für die Bewertung der intangiblen Erfolge von Wellbeing-Programmen



## Mitarbeiterfeedback

Wenn CEOs wissen wollen, wie die Mitarbeitenden ihr Arbeitsumfeld empfinden, geben 27 % an, dass Umfragen zur Interaktion mit Wellbeing-Programmen die für sie wichtigste Kennzahl sind. Diese Umfragen messen nicht nur die Zufriedenheit – sie zeigen auch, wie sehr die Mitarbeitenden in ihre Arbeit, ihre Teams und das Unternehmen investiert sind. Stellen Sie Fragen wie: *Wie oft fühlen Sie sich bei der Arbeit motiviert? Fühlen Sie sich bei der Aufrechterhaltung Ihres Wohlbefindens unterstützt? Hat das Wellbeing-Programm Ihren Alltag positiv verändert?* Die Antworten darauf bieten wertvolle Einblicke in den Wandel bei Kultur und Leistung. Und Engagement ist wichtig: Hoch engagierte Mitarbeitende sind 23 % profitabler für ihre Unternehmen (Gallup, 2024).

Personalverantwortliche sollten die Umfrageergebnisse zum Engagement vor und nach der Einführung einer Wellbeing-Initiative vergleichen. Gehen Sie über die Zufriedenheit hinaus und stellen Sie gezieltere Fragen wie: *Sind Sie motiviert, jeden Tag Ihr Bestes zu geben? Fühlt sich Ihre Arbeit sinnvoll an? Verstehen Sie, wie Ihre Rolle zu den Unternehmenszielen beiträgt?* Anhand von Fragen wie diesen lässt sich messen, ob Wellbeing-Programme die Konzentration, Motivation und Verbundenheit der Mitarbeitenden fördern – für CEOs wichtige Indikatoren für ihr Engagement im Unternehmen.

Doch CEOs geben sich nicht mit nur einmal jährlich durchgeführten Engagement-Umfragen zufrieden: 20 % geben an, dass Pulse-Befragungen für sie das wichtigste Feedback sind. Um die Stimmung der Mitarbeitenden zu erfassen, können Umfragen mit nur einer Frage, vierteljährliche Pulse-Befragungen oder andere Feedback-Tools genutzt werden. Wenn Wellbeing-Programme erfolgreich sind, sollten die Ergebnisse einen kontinuierlichen Anstieg beim Wohlbefinden, eine stärkere Bindung an die Unternehmenswerte und weniger Fälle von chronischer Erschöpfung zeigen. CEOs bevorzugen konstante Verbesserungen vor einmalig hohen Werten.

Es ist auch wichtig, über internes Feedback hinauszublicken und zu beobachten, wie sich die Unternehmensbewertungen auf Plattformen wie Glassdoor oder Indeed entwickeln. Steigende Arbeitgeberbewertungen können auf eine bessere Arbeitsmoral und ein stärkeres Arbeitgeberimage hinweisen. Wenn Ihr Unternehmen Wohlbefinden mit Kundenerfahrung verknüpft, sollten auch die Kundenzufriedenheitswerte überwacht werden. Engagierte, gesunde Mitarbeitende verhalten sich oft positiver gegenüber Kunden – eine weitere wichtige Kennzahl.

## Arbeitsmoral und Zusammenarbeit

Nicht alle Ergebnisse von Wellbeing-Programmen lassen sich an Daten ablesen. 16 % der CEOs verlassen sich auf direkte Beobachtungen der Arbeitsmoral und Zusammenarbeit ihrer Belegschaft. Haben die Mitarbeitenden mehr Energie? Arbeitet die Belegschaft effektiver zusammen? Sind Meetings positiver und produktiver? Dies sind die Hinweise in der Unternehmenskultur, auf die CEOs achten.

Die Personalabteilung kann interne Dokumente nutzen, um Veränderungen in der Belegschaftsdynamik zu identifizieren, die bei Mitarbeiter-Check-ins, Leistungsbeurteilungen und funktionsübergreifenden Projekten sichtbar werden. Wenn Wellbeing-Programme zu einem besseren Arbeitsumfeld beitragen, sollten diese Geschichten zusammen mit den harten Daten in den monatlichen Berichten über die Auswirkungen hervorgehoben werden. Betrachten Sie sie als eine Art internes Zeugnis – direkte Zitate von Mitarbeitenden, Kudos in Teambesprechungen oder sogar ein LinkedIn-Post von jemandem, der dankbar für die Flexibilität ist, sich einen Tag für die mentale Gesundheit zu nehmen oder tagsüber ein Workout einzubauen. Diese Momente machen die Wirkung real und nachvollziehbar, insbesondere für Führungskräfte.



## Kritische Insights von Manager:innen und Teamleiter:innen

Frontline-Manager:innen arbeiten täglich direkt mit ihren Mitarbeitenden zusammen und sind daher ein entscheidendes Barometer für die Messung von Engagement, Stresslevel und Arbeitsmoral. So ist das Feedback von Manager:innen und Teamleiter:innen für 10 % der CEOs die effektivste Methode zur Beurteilung von Wellbeing-Programmen auf die Arbeitsplatzkultur.

### Um diese Erkenntnisse effektiv zu nutzen, kann die HR-Abteilung strukturierte Kanäle für den Input der Manager:innen schaffen, zum Beispiel:

- Quick-Pulse-Befragungen speziell für Personalverantwortliche
- Monatliche oder vierteljährliche Rundtischgespräche zum Austausch von Trends und Herausforderungen
- Strukturierte Einzelgespräche zwischen HR und Teamleiter:innen
- Feedback-Vorlagen oder Dashboards für die Berichterstattung über die Stimmung im Team und beobachtbare Verhaltensänderungen

### Ermutigen Sie die Manager:innen, über Folgendes zu berichten:

- Veränderungen in der Energie und Arbeitsmoral des Teams
- Beobachtete Verbesserungen bei Konzentration, Zusammenarbeit oder Anwesenheit

- Verringerung von stressbedingten Leistungsproblemen oder Konflikten
- Akzeptanz und Einstellung gegenüber Wellbeing-Angeboten

Durch die konsequente Sammlung und Auswertung dieses Feedbacks kann die HR-Abteilung frühzeitig Trends erkennen, leistungsstarke Teams identifizieren und sogar Bereiche aufdecken, in denen zusätzliche Unterstützung oder gezielte Wellbeing-Kampagnen erforderlich sind.

Wenn Manager:innen berichten, dass sich ihre Teams glücklicher, resilienter und besser unterstützt fühlen, ist das ein starkes Indiz dafür, dass Wellbeing-Programme tatsächlich Wirkung zeigen.

## Mitarbeiterbindung und Markenimage

Anerkennung ist wichtig – vor allem für CEOs. Für 7 % der Führungskräfte sind externe Auszeichnungen und Rankings der wichtigste Maßstab für die Auswirkungen von Wellbeing-Programmen auf die Unternehmenskultur. Ob Sie nun eine Auszeichnung als „Bester Arbeitgeber“ erhalten oder bessere Glassdoor-Bewertungen verzeichnen – externe Anerkennung sendet eine starke Botschaft: Ihre Unternehmenskultur floriert, und Wohlbefinden spielt dabei eine Rolle.

### Um davon zu profitieren, können HR-Abteilungen proaktiv Feedback und Anerkennung im Blick behalten und präsentieren, wie z. B.:

- Glassdoor- und Indeed-Bewertungen, einschließlich Trends bei Stichworten wie „Work-Life-Balance“, „unterstützende Führung“ oder „Wohlbefinden“
- Auszeichnungen und Zertifizierungen, wie Great Place to Work, Attraktivste Arbeitgeber oder lokale Branchenauszeichnungen
- Die Wahrnehmung in den sozialen Medien, insbesondere durch Beiträge von Mitarbeitenden zum Thema Wohlbefinden, sowie die positive Resonanz auf solche Inhalte, bietet wertvolle Einblicke. Es gibt zahlreiche Tools, die die Kommentare zu Ihren Beiträgen analysieren können, um eine Gesamtbewertung der Stimmung zu erstellen.

### Noch besser: Integrieren Sie diese externen Rückmeldungen in Ihre Strategie.

- Ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden, ihre Erfahrungen auf Plattformen wie Glassdoor oder LinkedIn zu teilen.
- Berücksichtigen Sie Wohlbefinden als Gesprächsthema bei Bewerbungen um Auszeichnungen und beim Branding.
- Nutzen Sie erhaltene Auszeichnungen in der internen Kommunikation, um den Wert von Wohlbefinden zu unterstreichen und die Arbeitsmoral zu fördern.

Wenn Wellbeing-Programme zu öffentlichem Lob und externer Glaubwürdigkeit führen, stärkt dies nicht nur Ihre Arbeitgebermarke, sondern liefert der Unternehmensleitung auch greifbare Beweise dafür, dass sich Ihre Investitionen in die Unternehmenskultur auszahlen.

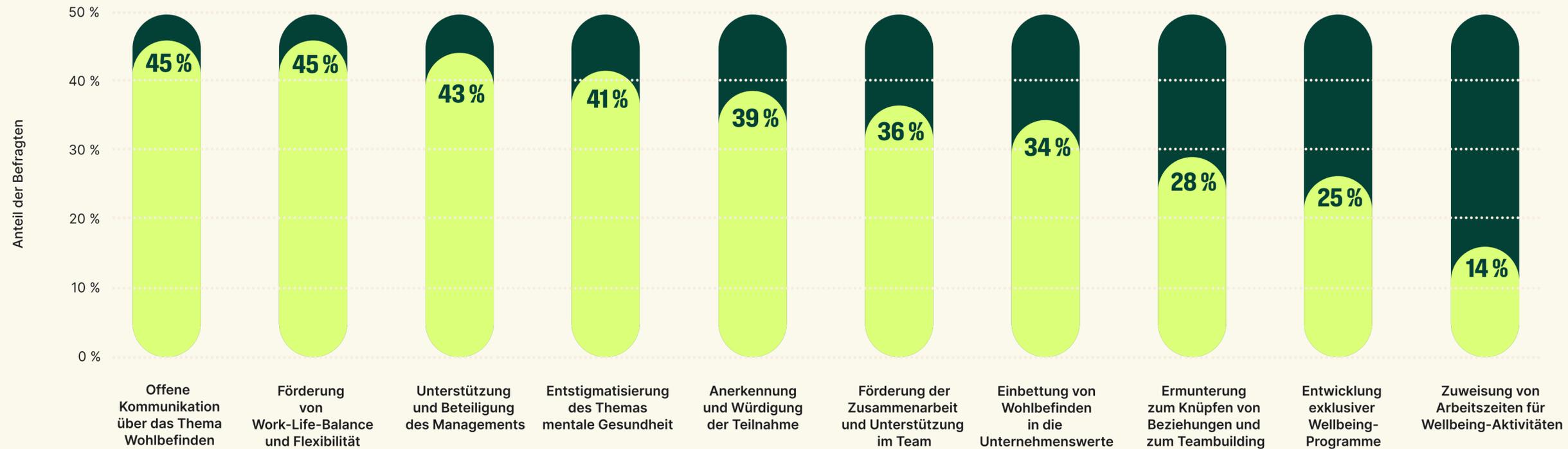
### 3.2.3 Langfristiger Erfolg

Was trägt zum langfristigen Erfolg eines Wellbeing-Programms bei? Ein starker Implementierungsplan und unterstützende externe Partner sind sehr

hilfreich, aber am effektivsten sind Programme, wenn die Unternehmenskultur das Wohlbefinden wirklich unterstützt. CEOs zufolge geht es dabei nicht um Carewashing oder einmalige Maßnahmen, sondern darum, Wohlbefinden zu einem Teil der Arbeitsweise des Unternehmens zu machen.

**KOMMUNIKATION UND FLEXIBILITÄT SIND DIE WICHTIGSTEN PRIORITÄTEN FÜR CEOs, DIE DEN ERFOLG VON WELLBEING-PROGRAMMEN SICHERSTELLEN WOLLEN**

Änderungen an der Arbeitsplatz-Kultur, die den Erfolg von Wellbeing-Programmen steigern würden



Das stärkste Signal kommt von oben: Für 45 % der CEOs ist eine offene Kommunikation zum Thema Wohlbefinden unerlässlich. Weitere 45 % legen Wert auf die Förderung von Work-Life-Balance und Flexibilität. Diese beiden Dinge gehen Hand in Hand. Wenn Mitarbeitende das Angebot nicht kennen oder sie das Gefühl haben, keine Zeit für die Nutzung zu haben, wirkt sich das negativ auf die Teilnahmequote aus. CEOs sehen Awareness und einen einfachen Einstieg als Grundvoraussetzung, nicht als Bonus.

Aber Kommunikation allein reicht nicht aus. 43 % Prozent der CEOs sagen, dass die Unterstützung durch die Unternehmensführung ein Schlüsselfaktor für den Erfolg eines Programms ist. Das bedeutet, offen über Wohlbefinden zu sprechen, sich an Initiativen zu beteiligen und deren Bedeutung zu unterstreichen. Wenn Führungskräfte ein gesundes Verhalten vorleben und Wellbeing-Programme öffentlich unterstützen, schafft das eine Dynamik im gesamten Unternehmen.

Die Entstigmatisierung steht als nächstes auf der Liste. 41 % Prozent der CEOs wünschen sich mehr offene Gespräche über mentale Gesundheit. Das spiegelt die wachsende Erkenntnis wider, dass psychologische Sicherheit nicht mehr nur ein persönliches Thema ist, sondern am Arbeitsplatz präsent ist. Wellbeing-Programme können nicht erfolgreich sein, wenn darüber geschwiegen wird. Damit sie funktionieren, benötigen sie ein Umfeld, in dem Offenheit kein Tabu ist.

Auch die Anerkennung ist wichtig. 39 % Prozent der CEOs glauben, dass die Anerkennung und Belohnung für die Teilnahme die Motivation hoch halten. Das bedeutet nicht, dass Trophäen verteilt werden müssen, sondern dass die Botschaft verstärkt wird, dass Wohlbefinden keine Ablenkung von der Arbeit ist, sondern ein Faktor für Leistung. Ein Dankeschön des Managers oder eine Erwähnung bei einem All-Hands Meeting kann viel bewirken.

Die Unternehmenskultur spiegelt sich in der Zusammenarbeit und den Werten wider. 36 % der CEOs geben an, dass die Unterstützung des Teams entscheidend ist, und 34 % wollen, dass Wohlbefinden in die Unternehmenswerte integriert wird. Diese Führungskräfte wissen, dass Wohlbefinden nicht alleinige Angelegenheit der HR-Abteilung ist. Es muss sich darin zeigen, wie Teams zusammenarbeiten, wie Erfolg definiert wird und wie die Menschen im Unternehmen miteinander umgehen.

Soziale Verbundenheit (28 %) und Inklusivität (25 %) runden die Liste der kulturellen Faktoren ab. CEOs haben erkannt, dass die Programme über alle Rollen, Identitäten und geografischen Grenzen hinweg greifen müssen. Wenn sich ein Wellbeing-Programm persönlich und gemeinschaftsorientiert anfühlt, sind Mitarbeitende eher bereit, daran teilzunehmen.

Ein Wert sticht besonders hervor: Nur 14 % der CEOs geben an, dass die Zuteilung von Arbeitszeit für Wellbeing-Maßnahmen entscheidend für den Erfolg ist. Das bedeutet nicht, dass Zeit kein Hindernis ist. Es bedeutet, dass

die meisten Führungskräfte glauben, dass Wohlbefinden integriert und nicht isoliert werden sollte. Wellbeing-Programme müssen sich nahtlos in den Arbeitsalltag einfügen, ohne die Menschen von der Arbeit abzuhalten.

Die tiefere Botschaft ist klar: CEOs wünschen sich Wellbeing-Programme, die mit der Arbeitsweise des Unternehmens zusammenpassen. Sie verstehen Erfolg als gemeinsame Verantwortung, vorangetrieben durch die HR-Abteilung, vorgelebt von der Führungsebene und gestützt durch eine Unternehmenskultur, die Balance, Sicherheit und Zugehörigkeit wertschätzt. Für HR-Verantwortliche ist das sowohl eine Herausforderung als auch eine Chance. Der Weg zu langfristigen Auswirkungen besteht nicht nur darin, neue Programme einzuführen, sondern auch darin, das Denken im Unternehmen zu verändern: Arbeit und Wohlbefinden müssen gemeinsam neu gedacht werden.



## FAZIT

CEOs setzen sich für Wellbeing-Programme ein, die echte Wirkung zeigen. Sie erwarten mehr Produktivität, eine höhere Teilnahmequote und niedrigere Ausgaben.

Das Beste daran? Programme, die funktionieren, werden fortgeführt. Mitarbeiterzufriedenheit und Programmnutzung sind entscheidende Erfolgskennzahlen, zusammen mit Leistungssteigerungen und Einsparungen bei den Gesundheitsausgaben.

Doch der Erfolg wird nicht nur in Zahlen gemessen: Führungskräfte möchten auch die Unternehmenskultur stärken – eine bessere Arbeitsmoral, resilientere Teams und ein höheres Engagement. HR-Abteilungen, die eindeutige Daten, Echtzeit-Insights und überzeugende Erfolgsgeschichten präsentieren, tragen dazu bei, dass Wellbeing-Programme effektiv sind und die Unternehmensleistung steigt.



## 3.3 Aus welchen Gründen CEOs mehr in Wellbeing investieren

### DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

Sie und Ihr CEO haben Wellbeing-Programme miteinander verglichen, sich für eines entschieden und messen nun die Auswirkungen. Wie können Sie jedoch sicherstellen, dass Ihr Führungsteam jedes Jahr während der Budgetierung die Investition erhöht?

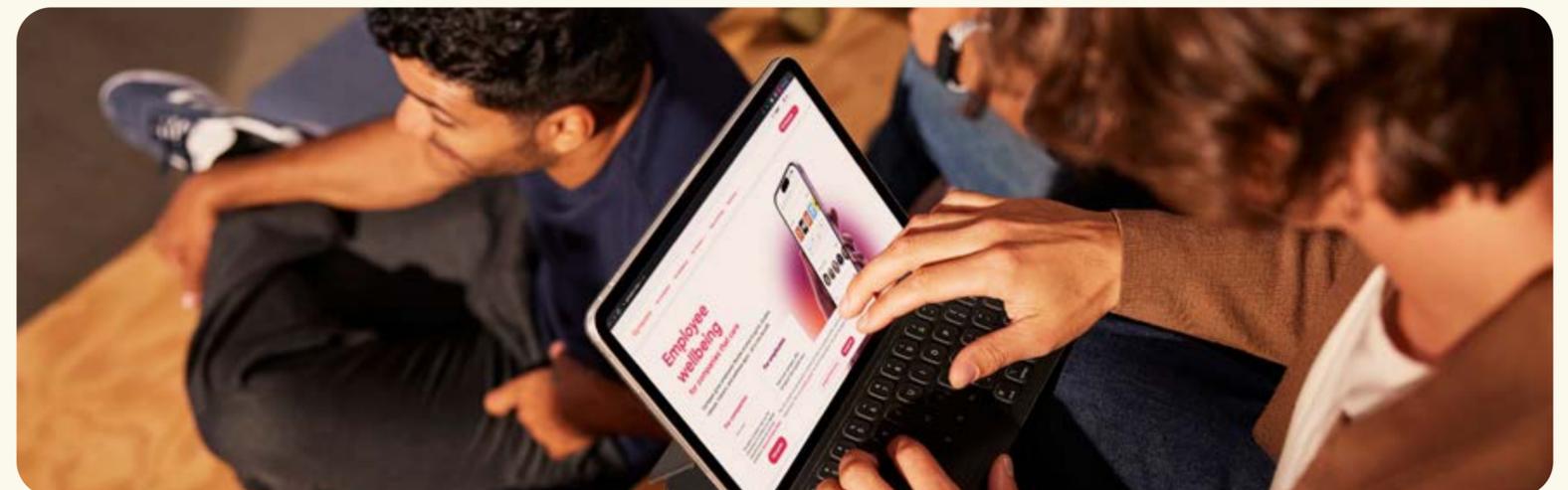
Entscheidend ist, dass CEOs in Projekte investieren, an die sie glauben. Und sie glauben an das, was sie selbst erleben. Die stärkste Finanzierung von Wellbeing-Programmen kommt von Führungskräften, die die Vorteile aus erster Hand spüren und die positiven Auswirkungen auf das Unternehmen klar erkennen. Die eigene Gesundheit, regelmäßiges Reporting und eine eindeutige Rendite machen Wellbeing von einem netten Extra zu einem Must-have.

Die Vorgehensweise für die HR-Abteilung ist also ganz simpel: Binden Sie Ihren CEO mit ein und belegen Sie mit aussagekräftigen Daten, dass eine gesunde Belegschaft förderlich für das gesamte Unternehmen ist. Wenn Führungskräfte überzeugt sind, steigt auch die Investitionsbereitschaft.

### IM DETAIL

#### Wenn Wellbeing-Programme Ergebnisse liefern

HR-Verantwortliche, die ihre Argumente mit klaren Zahlen, regelmäßigen Updates und durchdachter Budgetplanung untermauern, sichern sich leichter größere Investitionen. CEOs investieren eher in das Wohlbefinden ihrer Belegschaft, wenn sie glauben, dass es positive Auswirkungen auf die Unternehmensleistung hat. Von den 78 % der CEOs, die Wohlbefinden als eine Investition sehen, planen vier von fünf (80 %), im nächsten Jahr das Budget dafür zu erhöhen. Im Vergleich dazu planen von den 22 %, die Wohlbefinden als Kostenpunkt betrachten, nur 65 % eine Erhöhung des Budgets. Zweifel an der Wirksamkeit von Wellbeing-Programmen bleiben nicht folgenlos: CEOs, die den Nutzen infrage stellen, kürzen ihre Budgets fünfmal häufiger (15 % vs. 3 %) oder streichen sie sogar komplett (15 % vs. 1 %).



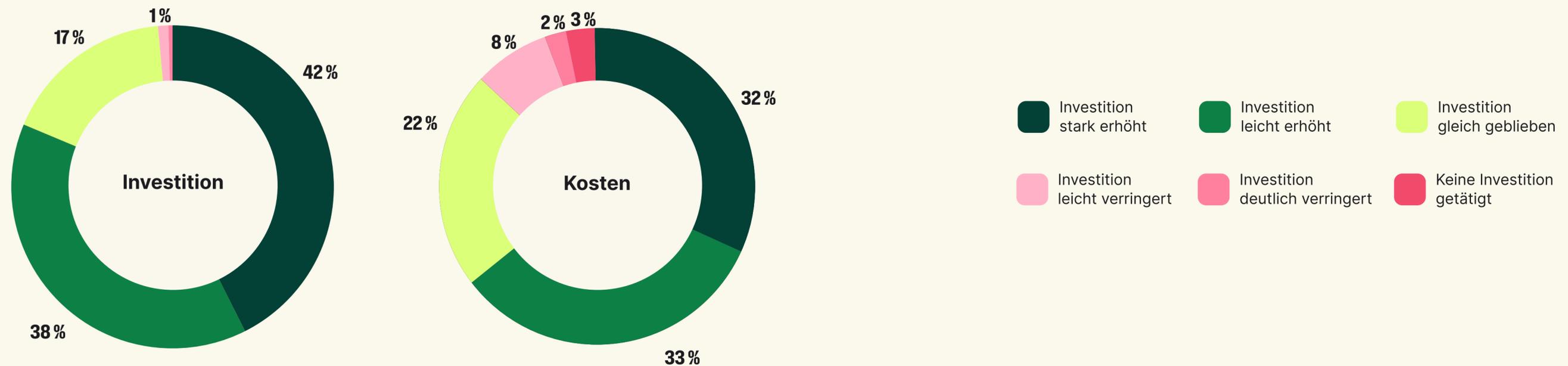
Ob CEOs Wellbeing-Programme als Investition oder als Kostenpunkt ansehen, wirkt sich nicht nur darauf aus, ob sie investieren, sondern auch auf die Höhe der Investition.

Führungskräfte, die Wohlbefinden als strategischen Faktor der Unternehmensleistung sehen, sind eher bereit, entsprechend zu investieren. Ganze 80 % der CEOs, die

Wellbeing-Programme als Unternehmensinvestition betrachten, haben im vergangenen Jahr ihre Budgets erhöht – 42 % davon in erheblichem Ausmaß. Nur 65 % derjenigen, die es weniger als Investition und mehr als Kostenpunkt sehen, haben mehr finanzielle Mittel bewilligt und weniger als ein Drittel (32 %) genehmigte größere Budgeterhöhungen.

**CEOs, DIE WELLBEING-PROGRAMME ALS INVESTITION ANSEHEN, SIND EHER BEREIT, IHRE AUSGABEN ZU ERHÖHEN, ALS CEOs, DIE PROGRAMME ALS KOSTEN BETRACHTEN**

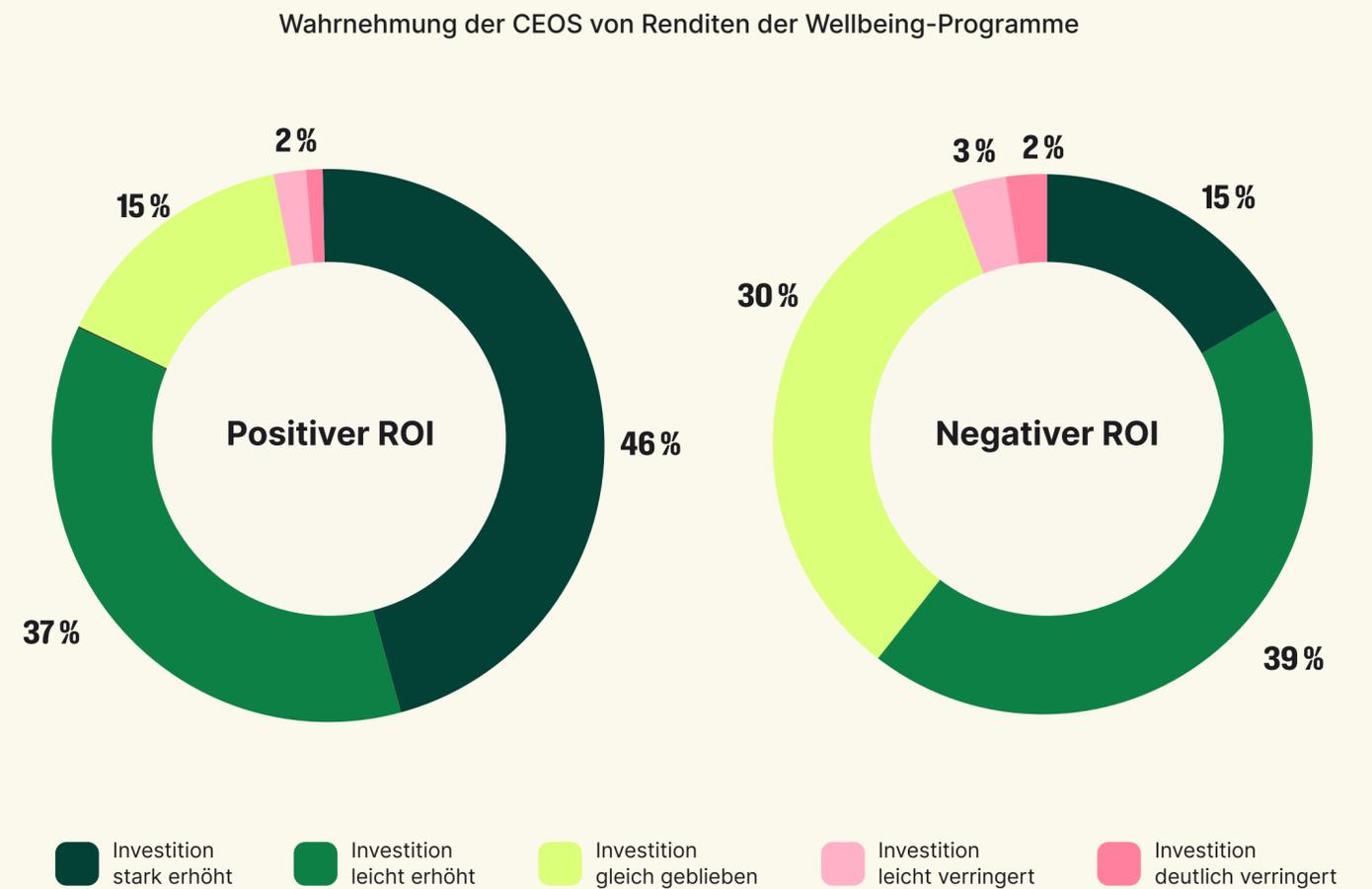
Einstellung der CEOs zu Wellbeing-Programmen



## Return on Investment

Bei CEOs, die mit ihren Wellbeing-Programmen einen positiven Return on Investment erzielen, zeigt sich ein klares Verhaltensmuster: 83 % erhöhten die Mittel für diese Initiativen, und fast die Hälfte (46 %) tätigte größere Investitionen. Selbst unter denen, die einen negativen Return on Investment verzeichneten, hat über die Hälfte (54 %) dennoch ihre Budgets ausgeweitet, wenn auch deutlich vorsichtiger: Nur 15 % haben größere Erhöhungen vorgenommen.

**CEOs, DIE EINE POSITIVE RENDITE AUS IHREN WELLBEING-PROGRAMMEN ERZIELEN, HABEN IM LETZTEN JAHR MIT GRÖSSERER WAHRSCHEINLICHKEIT DAS BUDGET FÜR SOLCHE INITIATIVEN ERHÖHT ALS CEOS, DIE EINE NEGATIVE RENDITE VERZEICHNEN**



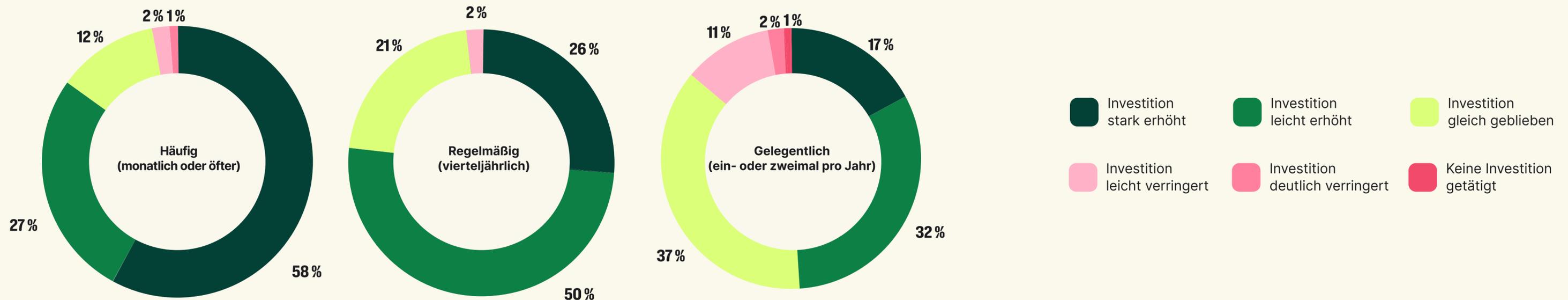
## Reporting-Häufigkeit

Eines der effektivsten Tools, um sich die Finanzierung von Wellbeing-Programmen zu sichern, ist regelmäßiges Reporting über die Auswirkungen dieser Initiativen. Wenn CEOs regelmäßige Updates erhalten, sind sie nicht nur bereit, Budgets zu erhöhen, sondern unterstützen Programme in großem Ausmaß. 58 % haben signifikante Budgeterhöhungen genehmigt, während 27 % lediglich kleinere

Anpassungen vorgenommen haben. Vierteljährliche Updates zeigen zwar weiterhin Wirkung, doch ihre Schlagkraft lässt nach: 76 % dieser CEOs haben das Budget erhöht; allerdings genehmigten nur 26 % eine deutliche Aufstockung. Wenn Sie also zu lange warten, um über die positiven Auswirkungen Ihres Wellbeing-Programms zu berichten, wird der Effekt geschwächt. Nur 49 % der CEOs, die gelegentlich Updates erhalten, haben die Budgets erhöht, und deutlich weniger haben größere Budgeterhöhungen genehmigt.

**JE HÄUFIGER CEOS ÜBER DIE AUSWIRKUNGEN IHRER WELLBEING-PROGRAMME INFORMIERT WERDEN, DESTO WAHRSCHEINLICHER IST ES, DASS SIE DIE INVESTITIONEN IN IHR PROGRAMM SEIT DEM LETZTEN JAHR ERHÖHT HABEN**

Häufigkeit der Updates über die Programm-Auswirkungen



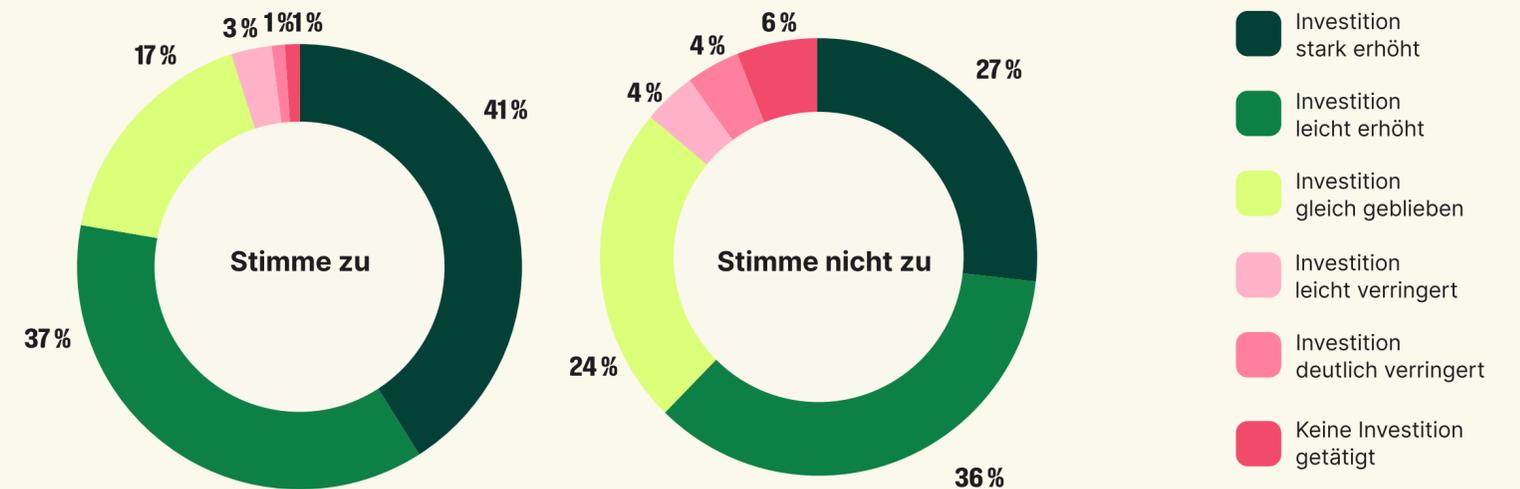
## Talentmanagement

Die Finanzierung von Wellbeing-Programmen wirkt sich auch auf die Strategie für die Talentgewinnung aus. CEOs, die den Einfluss von Wohlbefinden auf die Personalbeschaffung erkannt haben, sind eher bereit, ihre Budgets zu erhöhen (78 %), als diejenigen, die das nicht einsehen (63 %). Bei der Mitarbeiterbindung zeigt sich ein ähnliches Bild: 78 % der CEOs, die Wohlbefinden als wichtigen Faktor betrachten, haben ihre Budgets erhöht. Insbesondere diejenigen, die diesen Zusammenhang als besonders relevant einschätzen, sind zu Budgeterhöhungen bereit. Beeindruckende 86 % der CEOs, die fest von dem Zusammenhang zwischen Wohlbefinden und Mitarbeiterbindung überzeugt sind, haben ihre Investitionen erhöht – über die Hälfte von ihnen (56 %) sogar deutlich.

Wie bringen Sie also Ihren CEO dazu, mehr in Ihr Wellbeing-Programm zu investieren? Indem Sie die Vorteile für das Talentmanagement hervorheben.

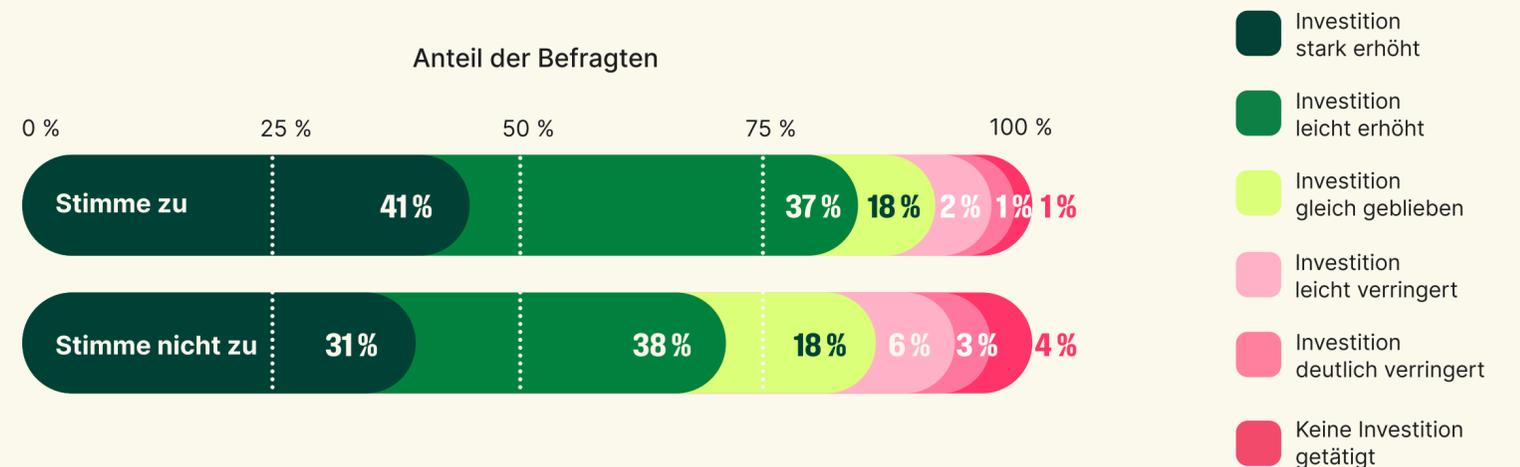
### CEOs, DIE GLAUBEN, DASS SICH WELLBEING-PROGRAMME AUF DAS RECRUITING AUSWIRKEN, HABEN MIT GRÖSSERER WAHRSCHEINLICHKEIT ERHÖHUNGEN DES BUDGETS FÜR SOLCHE INITIATIVEN BEWILLIGT

„Mein Unternehmen wird nur dann als potenzieller Arbeitgeber in Erwägung gezogen, wenn wir dem Wohlbefinden der Mitarbeitenden einen hohen Stellenwert einräumen.“



### CEOS, DIE GLAUBEN, DASS SICH WELLBEING-PROGRAMME AUF DIE MITARBEITERBINDUNG AUSWIRKEN, HABEN MIT GRÖSSERER WAHRSCHEINLICHKEIT ERHÖHUNGEN DES BUDGETS FÜR SOLCHE INITIATIVEN BEWILLIGT

„Meine Mitarbeitenden würden erwägen, das Unternehmen zu verlassen, wenn wir nichts für ihr Wohlbefinden tun würden.“

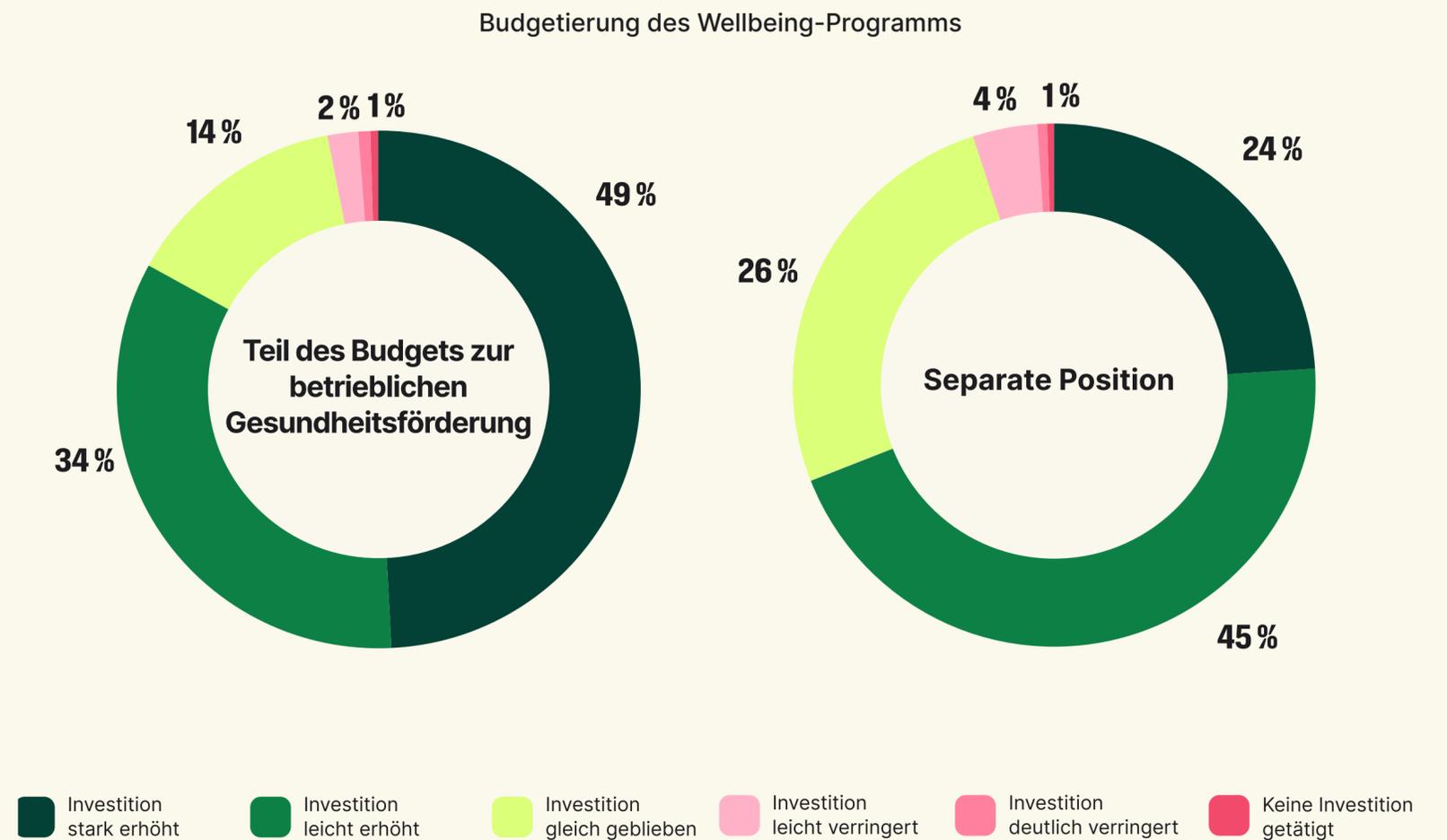


## Budgetierung

Ein weiterer verborgener Ansatzpunkt ist die Budgetzuweisung. Wenn Wellbeing-Programme Teil des Budgets für das betriebliche Gesundheitsmanagements sind, steigt die Wahrscheinlichkeit deutlich, dass die CEOs einer Erhöhung des Budgets zustimmen (83 %), wobei fast die Hälfte (49 %) größeren Erhöhungen zustimmt.

Zum Vergleich: Bei Wellbeing-Programmen, die als eigenständiger Posten im HR-Budget geführt werden, genehmigten nur 69 % der CEOs eine Budgeterhöhung und weniger als ein Viertel (24 %) erhöhte das Budget signifikant. Dies belegt wie wichtig es ist, wie Wellbeing-Programme bei der Budgetierung eingeordnet werden. Wenn sie fester Bestandteil des BGM-Budgets sind, werden sie eher als präventive Gesundheitsausgabe angesehen. Das ist entscheidend bei der Kostenverwaltung und der Optimierung der Ergebnisse. Wenn Wellbeing-Programme ein eigener Posten im Budget der HR-Abteilung sind und direkt mit Posten wie Firmengeschenken oder Teamausflügen konkurrieren, besteht die Gefahr, dass sie als ein netter (aber ggf. verzichtbarer) Benefit wahrgenommen werden. Wenn Wellbeing-Programme als strategische Gesundheitsinvestition positioniert werden, steigert das ihre Glaubwürdigkeit und erhöht gleichzeitig die Chancen auf eine langfristige Finanzierung.

WELLBEING-PROGRAMME, DIE IM RAHMEN DER BETRIEBLICHEN GESUNDHEITSFÖRDERUNG BUDGETIERT WURDEN, ERHIELTEN MIT GRÖSSERER WAHRSCHEINLICHKEIT EINE DEUTLICHE MITTELAUFSTOCKUNG ALS SOLCHE, DIE ALS SEPARATER POSTEN BUDGETIERT WURDEN



### 3.3.2 Erlebtes schafft Vertrauen

Ob ein CEO persönlich in ein Programm involviert ist, kann sich direkt auf die Finanzierung auswirken. Führungskräfte, die sich physisch und mental topfit fühlen, sind eher bereit, hohen Investitionen in Wellbeing-Programme für ihre Mitarbeitenden zuzustimmen. Geht es ihnen dagegen gesundheitlich schlecht, sinkt diese Bereitschaft häufig.

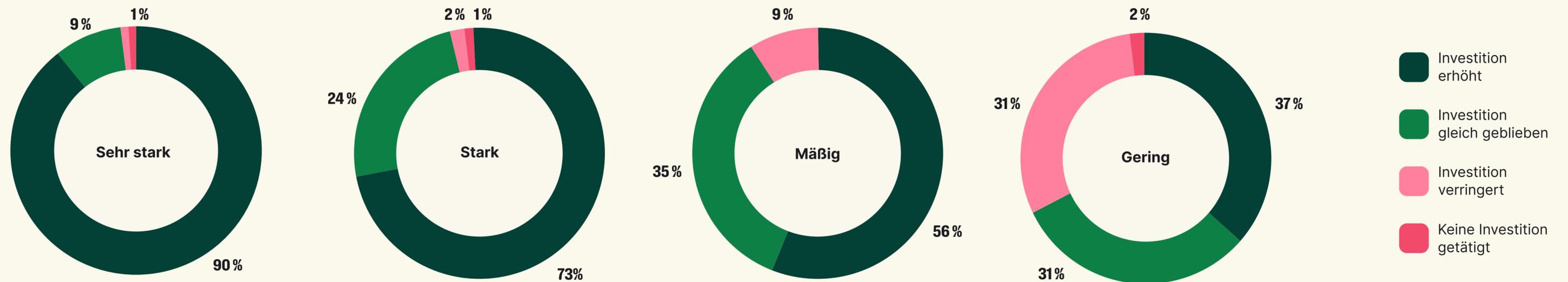
Die Daten legen nahe, dass zwischen dem persönlichen Wohlbefinden, der aktiven Teilnahme an Wellbeing-Programmen und der Bereitschaft zu langfristigen Investitionen ein eindeutiger Zusammenhang besteht. Wenn CEOs aktiv an der Auswahl eines Wellbeing-Programms beteiligt sind, passt es mit hoher Wahrscheinlichkeit auch zu ihren eigenen gesundheitlichen Bedürfnissen. Das wiederum macht es wahrscheinlicher, dass sie das Programm aktiv nutzen und selbst davon profitieren. Wenn sich ihr Gesundheitszustand verbessert, erleben sie den Zusammenhang zwischen Wohlbefinden und beruflicher Leistungsfähigkeit aus erster Hand – was sich positiv auf die Investitionsbereitschaft auswirkt.

Kurzum: Das Wohlbefinden der CEOs bestimmt nicht direkt das Wellbeing-Angebot eines Unternehmens, doch es ist die Basis für langfristige Investitionen.



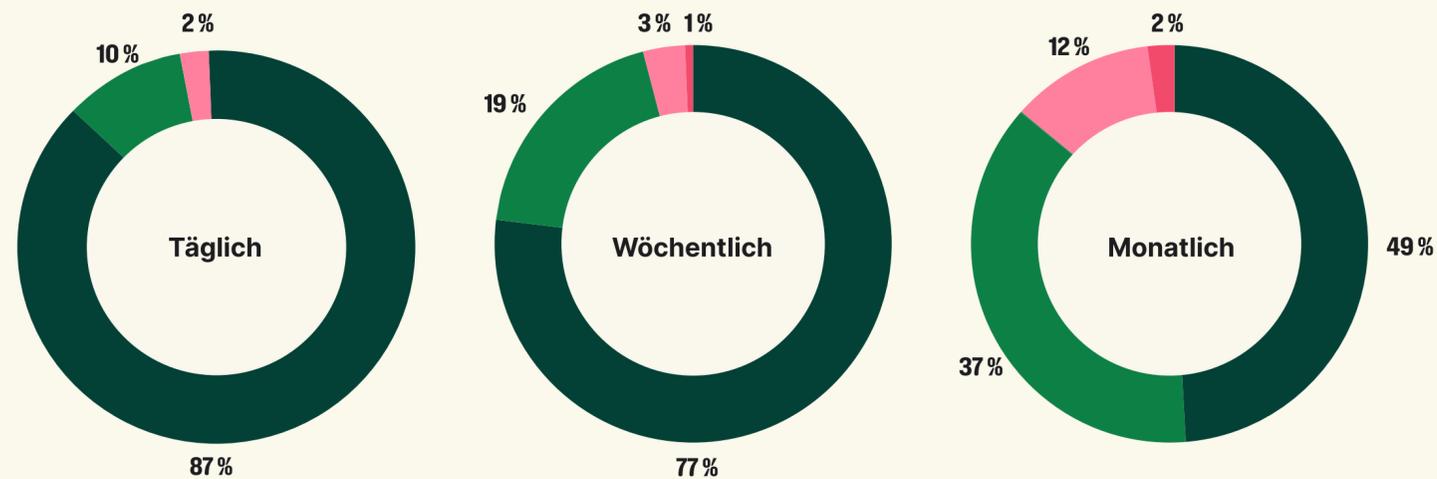
JE STÄRKER CEOs IN DIE AUSWAHL EINES WELLBEING-PROGRAMMS INVOLVIERT WAREN, DESTO WAHRSCHEINLICHER WAR ES, DASS SIE IM LETZTEN JAHR DIE MITTEL FÜR DIESE INITIATIVEN ERHÖHTEN

Grad der Einbindung in den Auswahlprozess des Wellbeing-Programms



JE HÄUFIGER CEOs EIN WELLBEING-PROGRAMM AKTIV NUTZEN, DESTO WAHRSCHEINLICHER WAR ES, DASS SIE IM LETZTEN JAHR DIE MITTEL FÜR DIESE INITIATIVEN ERHÖHTEN

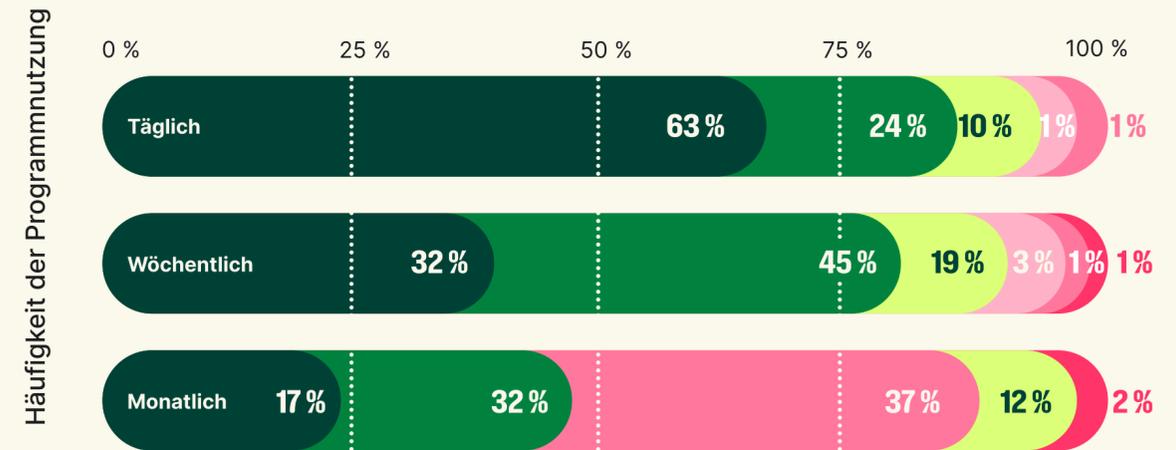
Häufigkeit der Programmnutzung



■ Investition erhöht   
 ■ Investition gleich geblieben   
 ■ Investition verringert   
 ■ Keine Investition getätigt

JE HÄUFIGER CEOs WELLBEING-PROGRAMME NUTZEN, DESTO STÄRKER FIEL DIE BUDGETERHÖHUNG IM LETZTEN JAHR AUS

Anteil der Befragten



■ Investition stark erhöht   
 ■ Investition leicht erhöht   
 ■ Investition gleich geblieben  
■ Investition leicht verringert   
 ■ Investition deutlich verringert   
 ■ Keine Investition getätigt

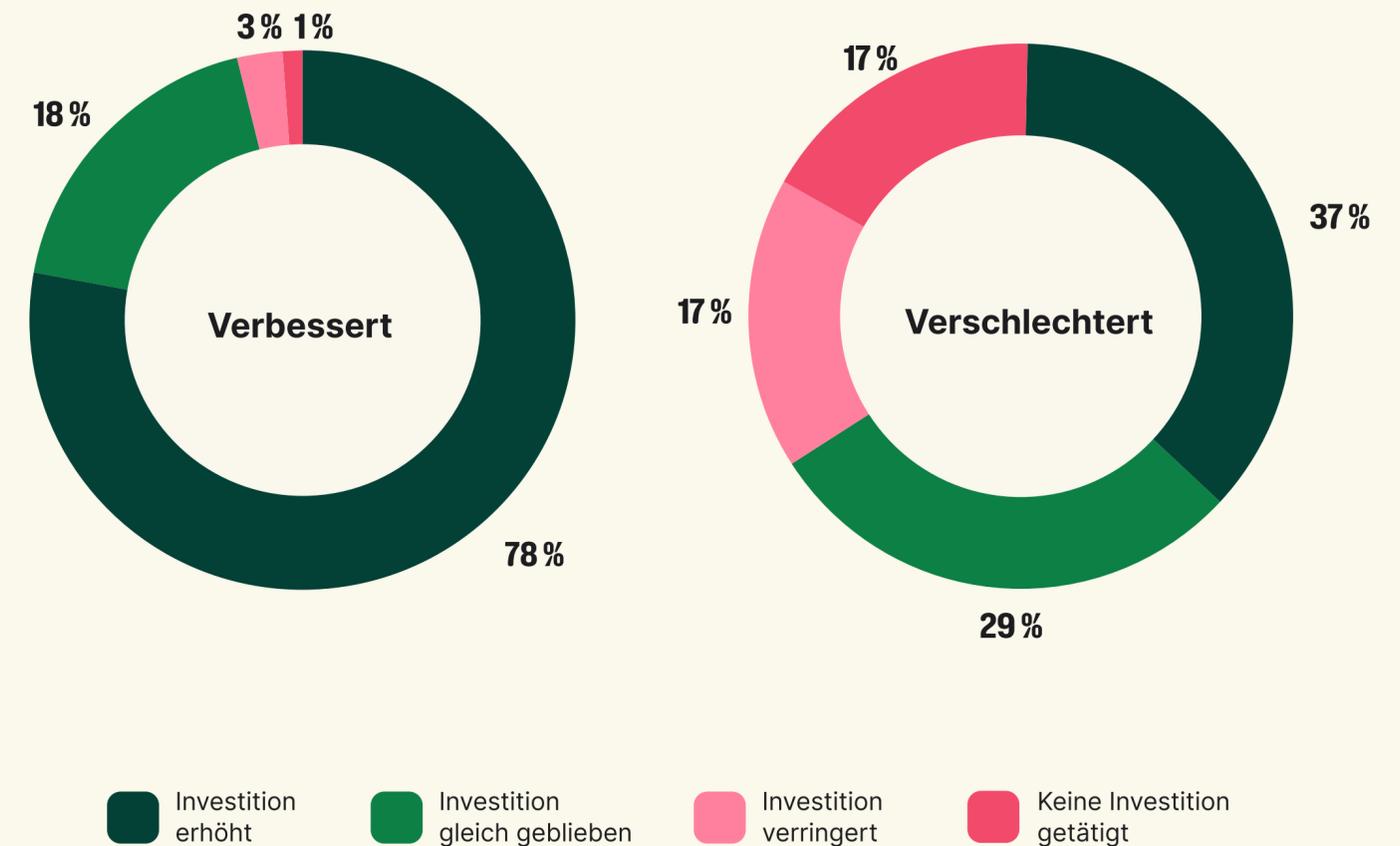
Ein Blick auf die Unternehmen, die ihre Investitionen in Wellbeing-Programme **deutlich erhöht** haben, zeigt: Ihren CEOs geht es mit hoher Wahrscheinlichkeit bestens. Diese Führungskräfte agieren aus einer Position der Stärke und sehen, wie wichtig es ist, diese Stärke auch an ihre Mitarbeitenden weiterzugeben.

Ganze 78 % bewerten ihr eigenes Wohlbefinden als „ausgezeichnet“ und weniger als 1 % klagten über einen schlechten Gesundheitszustand. Diese überraschend hohe Zahl deutet darauf hin, dass Führungskräfte ihre Einstellung zum Thema Leistung verändern. Sie investieren nicht nur für ihre Mitarbeitenden in Wellbeing-Programme – sie profitieren auch selbst davon. Denn sie haben erkannt: Wer sein eigenes Wohlbefinden priorisiert, gewinnt an Klarheit, Fokus und Durchhaltevermögen.

Und diese Entwicklung gilt für alle Dimensionen des Wohlbefindens. Von den CEOs, die ihre Investitionen deutlich erhöht haben, bewerten 69 % ihre mentale Gesundheit als ausgezeichnet. Weniger als 1 % leiden unter einer schlechten oder sehr schlechten mentalen Gesundheit. Dieses Muster zeigt sich auch bei der körperlichen Fitness (66 % vs. weniger als 1 %), dem Schlaf (59 % vs. weniger als 1 %) und der Ernährung (65 % vs. weniger als 1 %).

**CEOs, DEREN WOHLBEFINDEN SICH IM LAUFE DES LETZTEN JAHRES VERBESSERT HAT, HABEN MIT GRÖSSERER WAHRSCHEINLICHKEIT DIE INVESTITIONEN IN IHRE WELLBEING-PROGRAMME ERHÖHT**

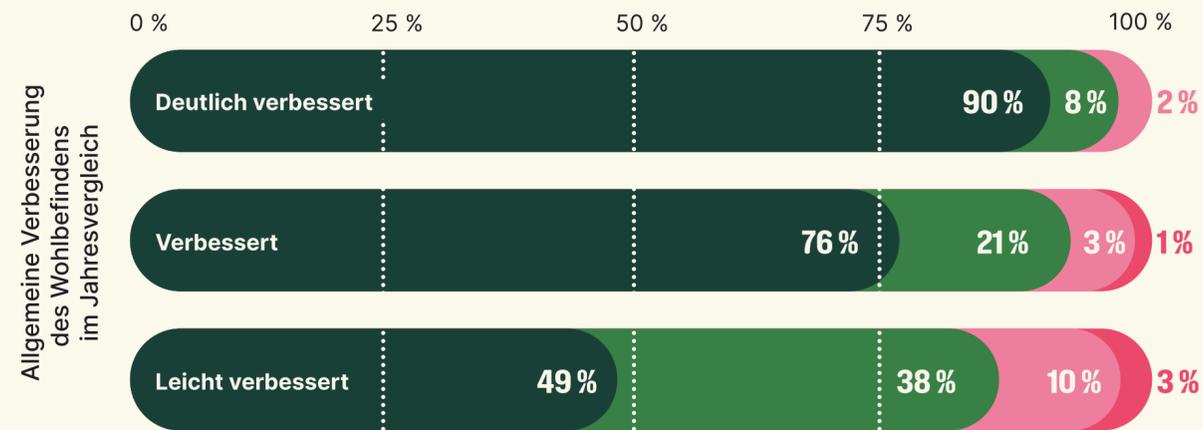
Entwicklung des persönlichen Wohlbefindens



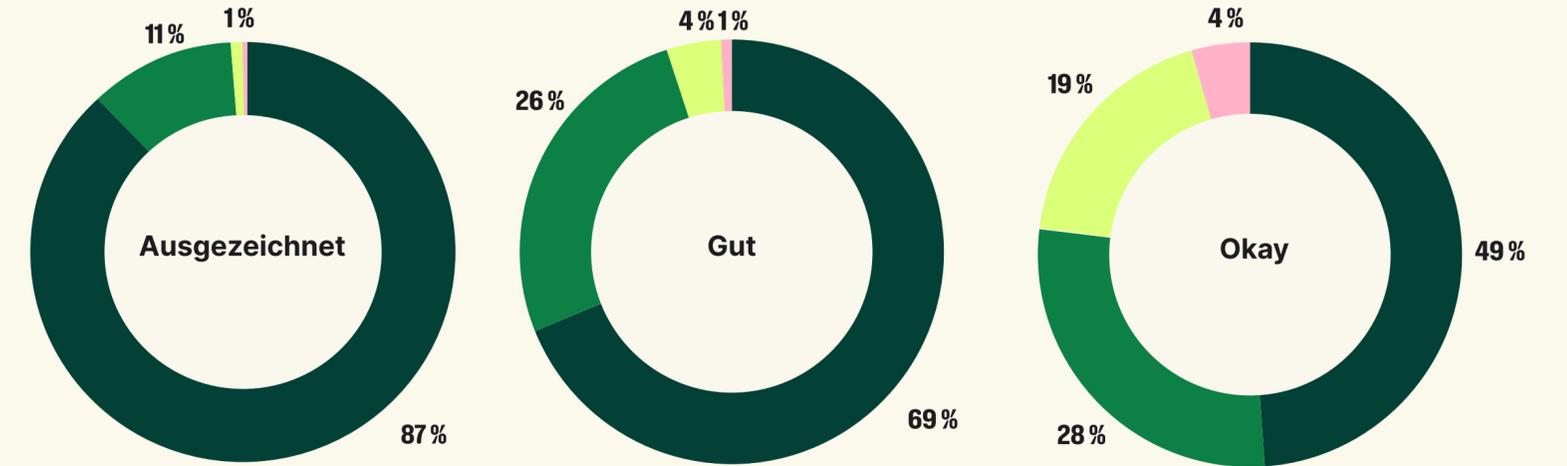
JE MEHR SICH DAS PERSÖNLICHE WOHLBEFINDEN DER CEOs IM LETZTEN JAHR VERBESSERT HAT, DESTO STÄRKER DIE ERHÖHUNG DER INVESTITIONEN IN DAS PROGRAMM

JE BESSER DAS ALLGEMEINE WOHLBEFINDEN DER CEOs, DESTO GRÖßER DIE WAHRSCHEINLICHKEIT, DASS SIE DIE INVESTITION IN IHR WOHLBEING-PROGRAMM ERHÖHT HABEN

Anteil der Befragten



Grad des allgemeinen Wohlbefindens

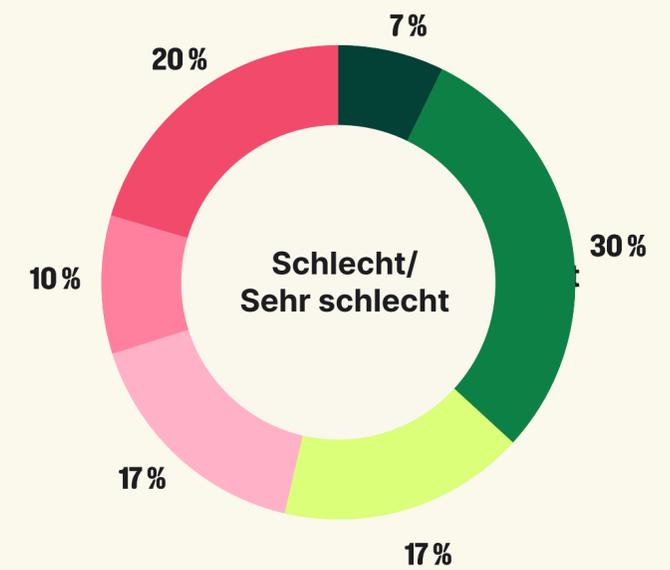
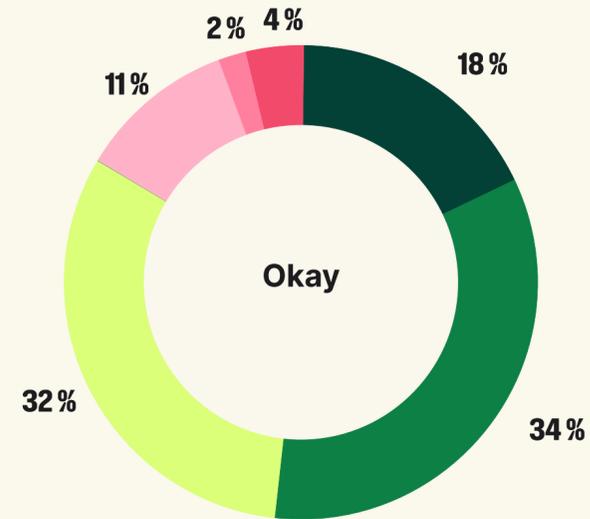
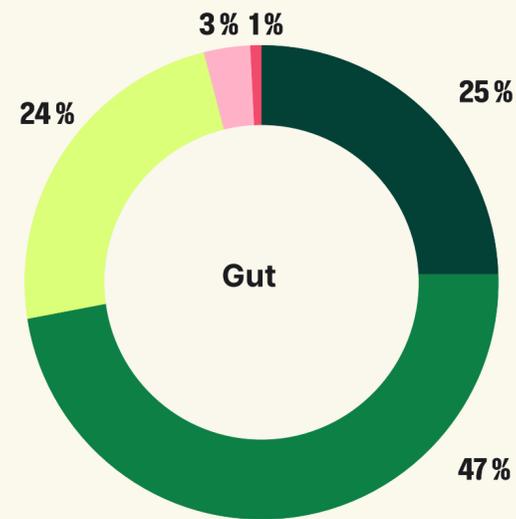
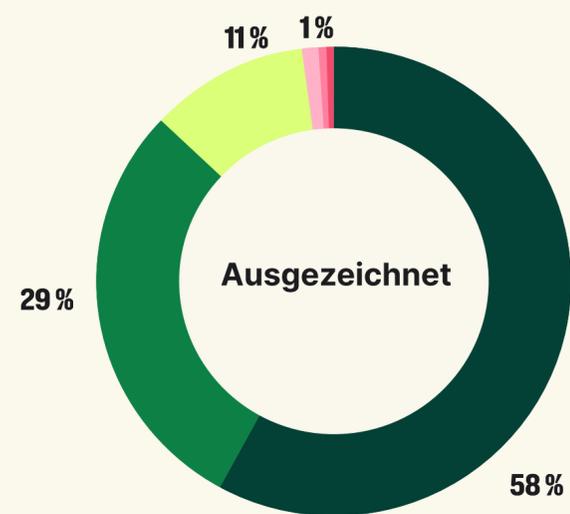


Investition erhöht
  Investition gleich geblieben
  Investition verringert
  Keine Investition getätigt

Investition erhöht
  Investition gleich geblieben
  Investition verringert
  Keine Investition getätigt

JE BESSER DIE CEOs IHR MENTALES WOHLBEFINDEN BEWERTEN, DESTO GRÖSSER DIE WAHRSCHEINLICHKEIT, DASS SIE DIE INVESTITION IN IHR WELLBEING-PROGRAMM ERHÖHT HABEN

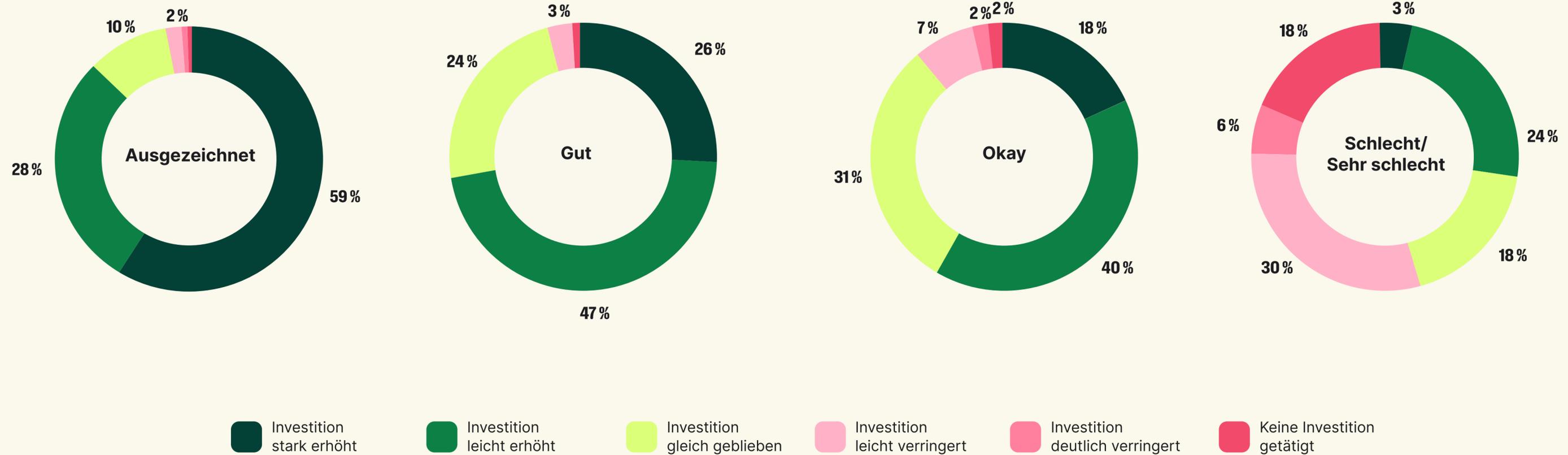
Bewertungen des mentalen Wohlbefindens



- Investition stark erhöht
- Investition leicht erhöht
- Investition gleich geblieben
- Investition leicht verringert
- Investition deutlich verringert
- Keine Investition getätigt

JE BESSER DIE CEOs IHRE KÖRPERLICHE FITNESS BEWERTEN, DESTO GRÖSSER DIE WAHRSCHEINLICHKEIT, DASS SIE DIE INVESTITION IN IHR WELLBEING-PROGRAMM ERHÖHT HABEN

Bewertungen der körperlichen Fitness



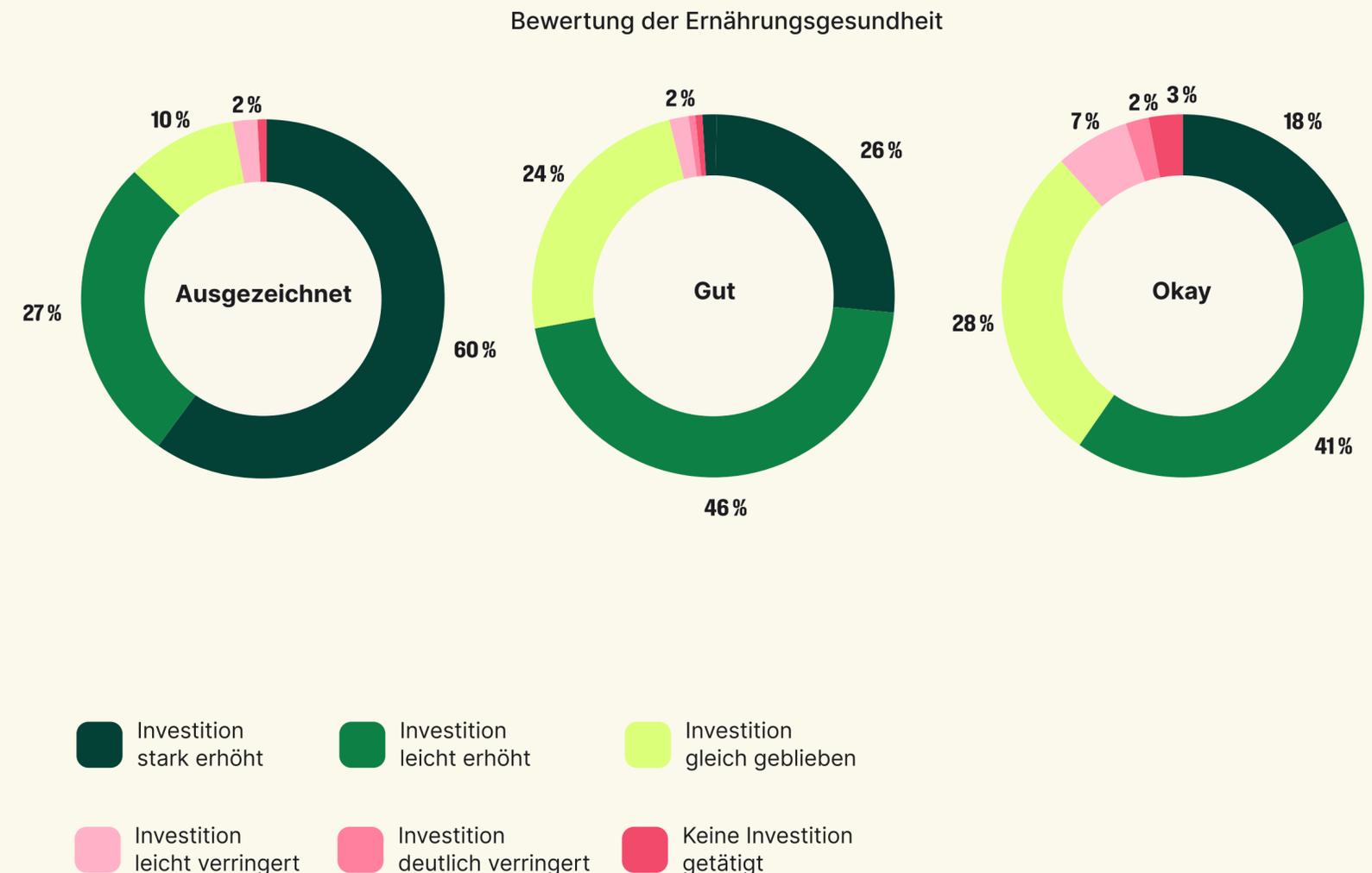
Bei CEOs, die die Mittel für Wellbeing-Programme seit dem vergangenen Jahr gekürzt haben, zeigt sich ein ganz anderes Bild. Ihr eigenes Wohlbefinden ist häufiger beeinträchtigt, was sich auch in der Finanzierung ihrer Wellbeing-Programme niederschlägt.

Der Unterschied zwischen CEOs, die die Finanzierung von Wellbeing-Programmen kürzen, und denen, die sie erhöhen, ist gravierend. Unter Führungskräften bei Unternehmen, die ihre Investitionen deutlich *erhöht* haben, schätzen 78 % ihr allgemeines Wohlbefinden als ausgezeichnet und weniger als 1 % als schlecht ein. In Unternehmen, die ihre Investitionen *gesenkt* haben, bewerten nur 39 % ihr allgemeines Wohlbefinden als ausgezeichnet – und 15 % bewerten es sogar als schlecht oder sehr schlecht.

Beim emotionalen und mentalen Wohlbefinden sind die Unterschiede sogar noch deutlicher. Von den CEOs, die ihre Investitionen erhöhten, geben 69 % an, dass ihre mentale Gesundheit ausgezeichnet ist. Bei denjenigen, die ihre Budgets verringerten, sind es nur 38 %. Fast ein Viertel (23 %) von ihnen bezeichnen ihr mentales Wohlbefinden als schlecht oder sehr schlecht. Bei der physischen Gesundheit zeichnet sich ein ähnliches Bild: Unter den CEOs, die ihre Investitionen steigern, schätzen 66 % ihre Fitness als ausgezeichnet ein. Von den CEO, die ihre Mittel kürzen, sind es nur 39 %.

Schlafgesundheit ist ein weiterer wichtiger Aspekt. Von den CEOs, die die Wellbeing-Ausgaben erhöhen, geben 59 % an, dass ihr Schlaf ausgezeichnet

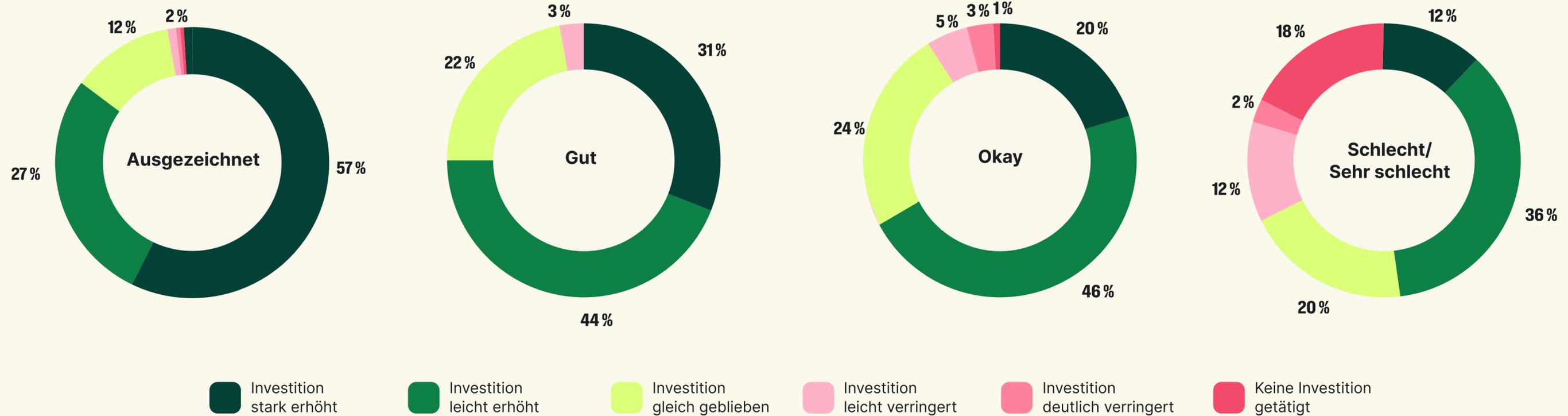
**JE BESSER DIE CEOs IHRE ERNÄHRUNGSGESUNDHEIT BEWERTEN, DESTO GRÖßER DIE WAHRSCHEINLICHKEIT, DASS SIE DIE INVESTITION IN IHR WELLBEING-PROGRAMM ERHÖHT HABEN**



ist. In der anderen Gruppe sind es gerade einmal 31 %. Zudem geben 8 % von ihnen an, schlecht oder sehr schlecht zu schlafen. Das sind mehr als 8-mal so viele wie unter ihren investitionsfreudigeren Kolleg:innen.

**JE BESSER DIE CEOs IHRE SCHLAFGESUNDHEIT BEWERTEN, DESTO GRÖßER DIE WAHRSCHEINLICHKEIT, DASS SIE DIE INVESTITION IN IHR WELLBEING-PROGRAMM ERHÖHT HABEN**

Bewertung der Schlafgesundheit



Das Fazit ist klar: CEOs, die mehr in Wohlbefinden am Arbeitsplatz investieren, geht es auch selbst besser – und zwar in jedem gesundheitlichen Aspekt.

Für HR-Verantwortliche, die sich um eine nachhaltige Finanzierung von Wellbeing-Programmen bemühen, ist es entscheidend, diese Zusammenhänge zu verstehen. Ein CEO, der die positive Wirkung dieser Programme selbst erfahren hat, wird auch mit höherer Wahrscheinlichkeit entsprechende Programme für die Mitarbeitenden fördern. Wenn Führungskräfte selbst erleben, was ein Wellbeing-Programm bewirken kann, wenn klar wird, wie eng ihr Wohlbefinden mit ihrer Leistung verknüpft ist, und wenn diese Programme als kluge Investition in den persönlichen und beruflichen Erfolg verstanden werden, dann wächst auch die Bereitschaft, stärker zu investieren. Am Ende gilt: Ein gesunder CEO tut dem ganzen Unternehmen gut.

## FAZIT

CEOs, die Wohlbefinden als Unternehmensinvestition sehen, sind eher zu (höheren) Investitionen bereit. Wenn sie den Zusammenhang zwischen dem Wohlbefinden der Mitarbeitenden, ihrem eigenen Wohlbefinden und dem Unternehmenserfolg erkennen, erhöhen sie ihre Budgets fast doppelt so häufig. Wer regelmäßig über Erfolge berichtet, das Budget strategisch positioniert und den Return on Investment klar aufzeigt, sichert sich eher die Finanzierung.

Doch auch persönliche Erfahrungen spielen eine Rolle. CEOs, die ihrer eigenen Gesundheit Priorität einräumen, engagieren sich eher für Wellbeing-Programme. Wer hingegen mit dem eigenen Wohlbefinden zu kämpfen hat, ist eher geneigt, die Budgets dafür zu kürzen.

Dies belegt: Wenn HR-Verantwortliche CEOs helfen, die Vorteile von Wellbeing-Programmen aus erster Hand zu erfahren, und diese Vorteile mit konkreten Daten untermauern, steigt die Chance auf größere Budgets und langfristige Investitionen. Erfolgreiche CEOs führen erfolgreiche Unternehmen.



# 4 Die Rolle der CEOs beim Wellbeing

## 4.1 So steht es um das Wohlbefinden der CEOs

### DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

CEOs berichten, dass ihr allgemeines Wohlbefinden auf einem Höchststand ist. Das ist kein Zufall, sondern das Ergebnis bewusster Gewohnheiten in den Bereichen mentale Gesundheit, körperliche Fitness, Schlaf und Ernährung, oft unterstützt durch Wellbeing-Programme. Diese Erkenntnisse sprechen eine klare Sprache: Gezielte Maßnahmen für das persönliche Wohlbefinden fördern eine dauerhaft starke Führungsleistung.

Allerdings klafft zwischen dem Wohlbefinden von CEOs und dem ihrer Mitarbeitenden eine deutliche Lücke. Viele CEOs sehen ihr eigenes Wohlbefinden auf einem Allzeithoch und gehen oft davon aus, dass es ihren Mitarbeitenden genauso geht. Die Realität sieht jedoch meist anders aus.

Um Mitarbeitende effektiv zu unterstützen, müssen HR-Verantwortliche ihre Einschätzungen mit konkreten Daten untermauern und sich für Lösungen einsetzen, die auf der Lebensrealität der Mitarbeitenden basieren – nicht auf

Annahmen der Unternehmensführung. Unternehmen, die es schaffen, diese Diskrepanzen zu überwinden, setzen neue Maßstäbe für Wohlbefinden am Arbeitsplatz. Sie binden Spitzenkräfte, beugen chronischer Erschöpfung vor und schaffen eine Unternehmenskultur, in der Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden im Einklang stehen.



## IM DETAIL

### 4.1.1 Allgemeines Wohlbefinden

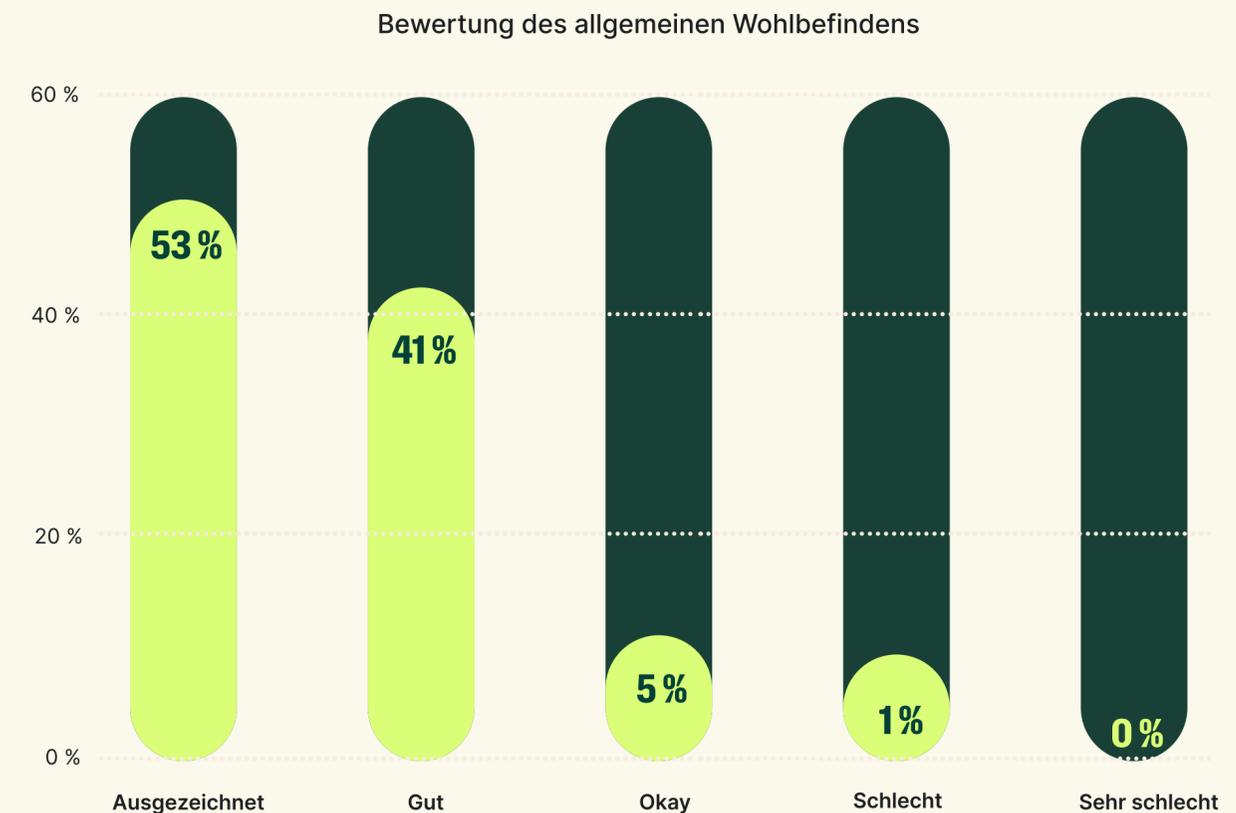
CEOs geht es gut: 53 % schätzen ihr allgemeines Wohlbefinden als ausgezeichnet ein und 41 % haben im vergangenen Jahr deutliche Verbesserungen verzeichnet. Für eine Berufsgruppe, die konstant unter Druck steht, sind das beachtliche Zahlen.

Was hat sich also geändert?

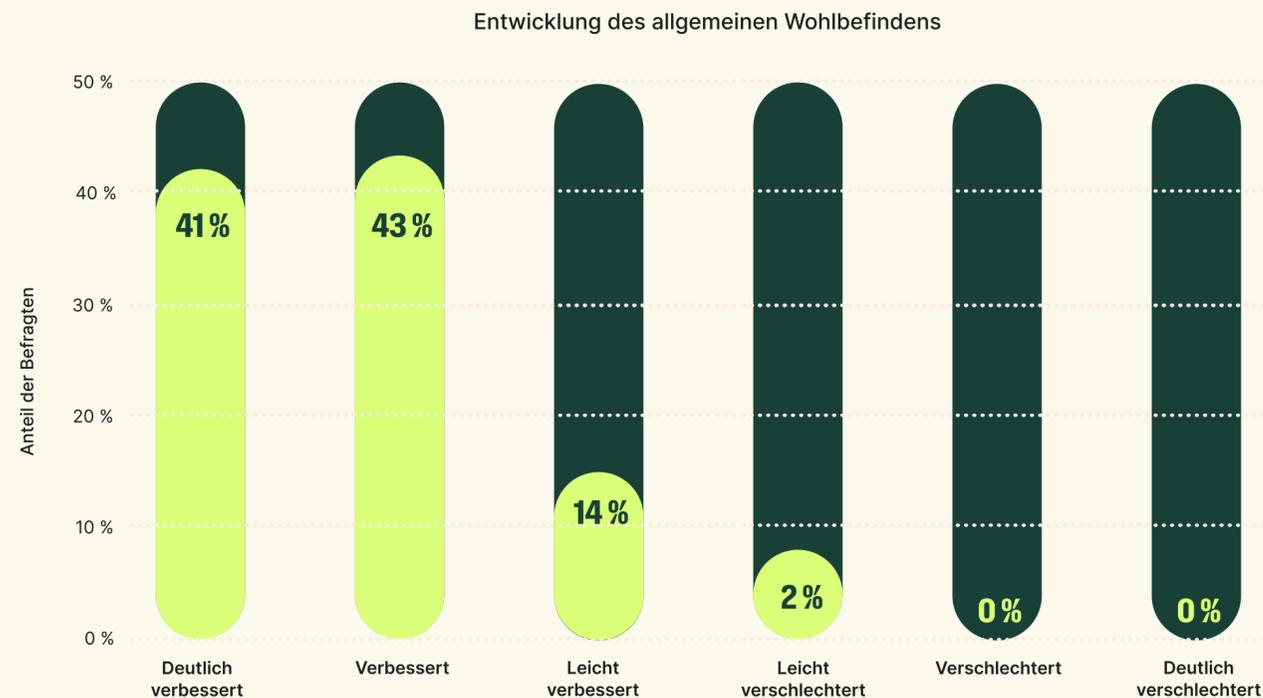
Die CEOs von heute betrachten persönliches Wohlbefinden zunehmend nicht mehr als Preis für Leistung, sondern als Voraussetzung dafür. Womit sich früher profiliert wurde – zahllose Überstunden und Dauerstress –, hat heute keinen Wert mehr. 78 % der Führungskräfte geben an, dass ihre Rolle es von ihnen verlangt, ihre Gesundheit bewusst in den Mittelpunkt zu stellen. Wohlbefinden ist damit längst keine rein persönliche Entscheidung mehr. Wer andere führt, braucht Durchhaltevermögen, Konzentration und innere Stärke. Die eigene Gesundheit ist kein Luxus mehr, sondern zur Notwendigkeit für den Unternehmenserfolg geworden. Dieser Trend zieht sich durch die unterschiedlichsten Arbeitsumgebungen. CEOs in Desk- und Non-Desk-Branchen geben in ähnlichem Maße an, dass ihre Rolle sie dazu veranlasst, ihr Wohlbefinden zur Priorität zu machen (79 % vs. 75 %). Das legt nahe,

dass der Zusammenhang zwischen Führung und der eigenen Gesundheit nicht auf eine bestimmte Branche oder Arbeitsweise beschränkt ist. Es handelt sich um eine generelle Veränderung bei der Herangehensweise an Leistung.

#### CEOs GEBEN AN, DASS ES IHNEN BESTENS GEHT



**NEUN VON ZEHN CEOS HABEN IM LETZTEN JAHR  
VERBESSERUNGEN BEIM WOHLBEFINDEN VERZEICHNET**



Der Zusammenhang zwischen Wellbeing-Programmen und positiven Ergebnissen lässt sich nur schwer ignorieren. Unter den CEOs, die diese Programme täglich nutzen, bewerten 79 % ihr allgemeines Wohlbefinden als ausgezeichnet. Im Gegensatz dazu tun dies nur 25 % derjenigen, die nie an ihrem Wellbeing-Programm teilnehmen. Am anderen Ende des Spektrums wird die Kluft noch deutlicher: Weniger als 1 % der Führungskräfte, die Programme täglich nutzen, berichten über schlechtes oder sehr schlechtes Wohlbefinden. Von den Nichtteilnehmenden schätzen 25 % ihr Wohlbefinden als sehr schlecht ein. Auf längere Sicht zeigen sich ähnlich gravierende Unterschiede: 69 % der täglich am Programm Teilnehmenden geben an, dass sich ihr Wohlbefinden im vergangenen Jahr erheblich verbessert hat. Diejenigen, die nie teilnehmen, beobachteten wenig bis gar keine Verbesserung. Bei denjenigen, die selten oder nie teilnehmen, ist es sogar wahrscheinlich, dass sich ihr Wohlbefinden noch verschlechtert.

Die wichtigste Erkenntnis hier ist nicht nur, dass CEOs dem Thema Wohlbefinden Priorität einräumen, sondern dass sie auch selbst spürbar davon profitieren. Die Zahlen deuten auf einen klaren Zusammenhang zwischen täglichen Wellbeing-Routinen und einem insgesamt besseren Wohlbefinden hin. Unternehmen werden nicht durch einmalige Aktionen erfolgreich – und das gilt auch für die persönliche Gesundheit. Genau wie gute Führung lebt das persönliche Wohlbefinden von Disziplin und regelmäßiger Routine.

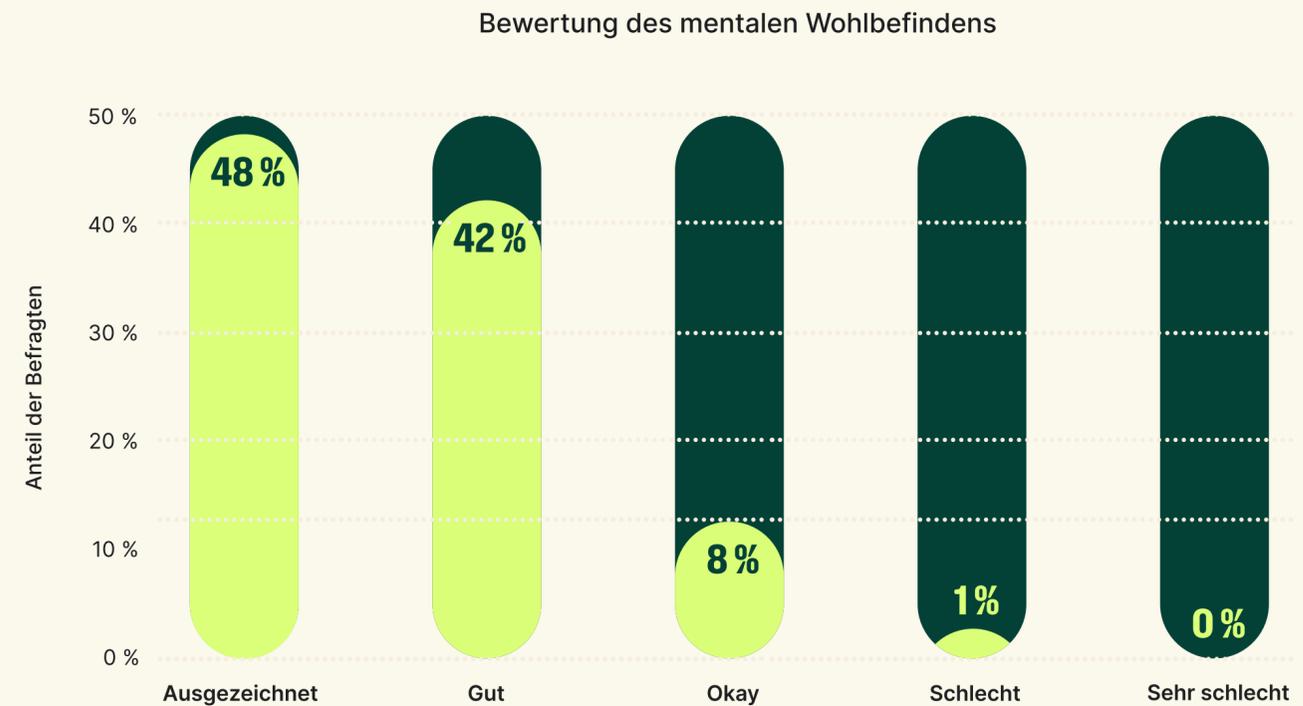
## 4.1.2 Mentales Wohlbefinden

Das mentale Wohlbefinden unter CEOs ist höher denn je. Ganze 90 % schätzen ihre mentale Gesundheit als ausgezeichnet oder gut ein (Fast die Hälfte, nämlich 48 %, bewerten sie sogar als ausgezeichnet). Angesichts des ständigen Drucks, dem Führungskräfte ausgesetzt sind, sind diese hohen Zahlen bemerkenswert. Die entscheidende Frage lautet: Was ist der Grund für diese Veränderung?

Die Antwort: Der Umgang mit mentaler Gesundheit hat sich unter CEOs drastisch verändert. 84 % geben an, Therapie- oder Coaching-Angebote in Anspruch zu nehmen. Davon bevorzugen 42 % persönliche Sitzungen, 32 % nutzen Online-Angebote und 10 % nehmen an Gruppensitzungen teil. Weitere 10 % greifen auf Selbsthilfeangebote zurück. Nur 6 % der CEOs geben an, keine strukturierte Maßnahme für ihr mentales Wohlbefinden zu nutzen. Die meisten betonen, dass genau diese Routinen entscheidend für ihre mentale Gesundheit sind. Fast die Hälfte der CEOs, 47 %, gibt an, dass Therapie bzw. Coaching wichtig für das persönliche Wohlbefinden ist. Weitere 40 % halten sie sogar für sehr wichtig. Das bedeutet, dass fast neun von zehn CEOs eine gute mentale Gesundheit als grundlegend für ihre persönliche und berufliche Resilienz anerkennen.

Diese breite Akzeptanz psychologischer Unterstützung markiert einen klaren Wandel im Vergleich zur Vergangenheit, als Führung oft mit emotionaler Distanz gleichgesetzt wurde. Noch vor wenigen Jahrzehnten galt Offenheit bei diesen

### CEOs BERICHTEN VON STABILEM MENTALEM WOHLBEFINDEN



Themen eher als Schwäche. Können Sie sich vorstellen, dass Stromberg von seiner letzten Therapiestunde berichtet? Oder dass Hans-Joachim „Jo“ Gerner an einer Gruppentherapiesitzung teilnimmt? Bis vor Kurzem wäre das ganz sicher nicht vorstellbar gewesen. Heutzutage ist dies jedoch eine Realität und gilt sogar als Stärke in Führungspositionen.

Dieser Wandel steht für einen tiefgreifenden kulturellen Umbruch, der durch die COVID-19-Pandemie massiv beschleunigt wurde. Führungskräfte mussten sich plötzlich intensiv mit Stress, Unsicherheit und ihrem eigenen Wohlbefinden auseinandersetzen. Was früher ein stiller Kampf war, oft begleitet von Scham und Schweigen, ist heute kein Tabuthema mehr, sondern so normal geworden wie der Gang ins Fitnessstudio.

Die Tatsache, dass nur 6 % der CEOs auf Therapie oder Selbsthilfe verzichten, zeigt, dass mentale Gesundheit in Führungskreisen längst keine Randerscheinung mehr ist. Vielmehr gehört sie zu den Kernkomponenten effektiver Führung.

Dieser Wandel geht zudem über die Therapie an sich hinaus. Achtsamkeit, einst ein Modebegriff, ist heute eine unverzichtbare Führungsqualität. 91 % der CEOs praktizieren Achtsamkeit mindestens wöchentlich und 27 % sogar täglich.

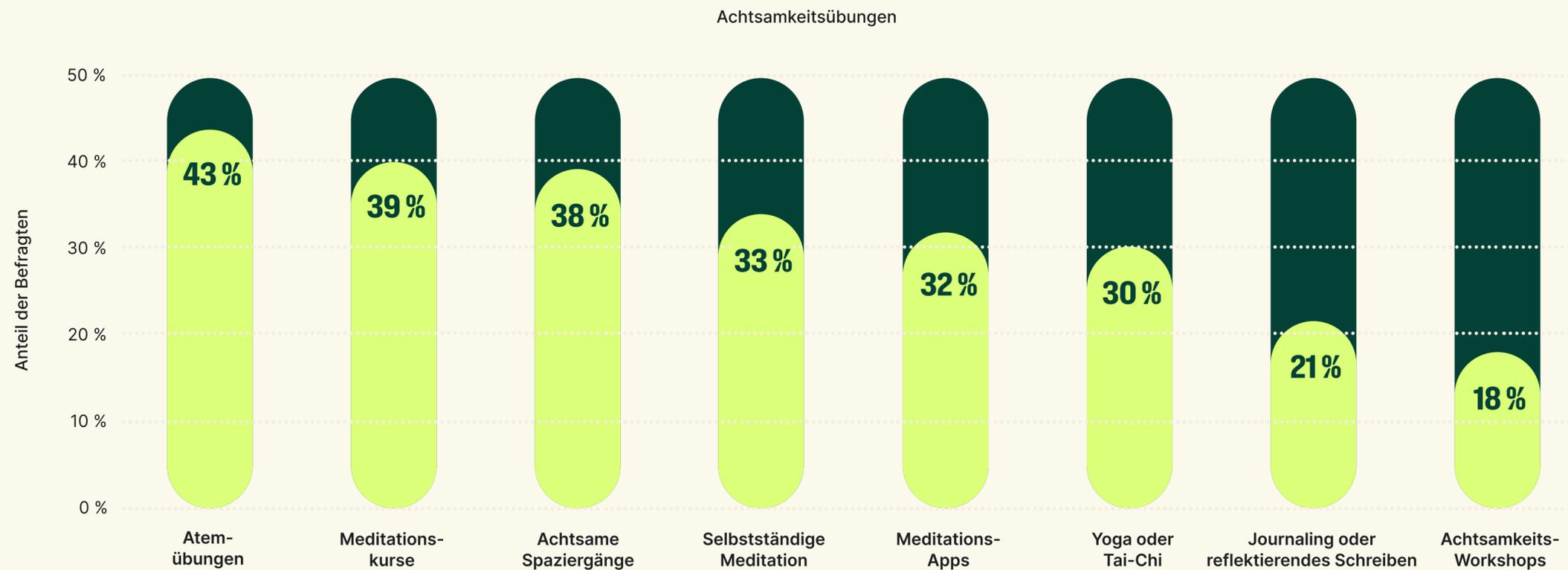
Die gängigsten Techniken – tiefes Atmen (Teil der Wellbeing-Routine von 43 %), Meditationskurse (39 %) und achtsame Spaziergänge (38 %) – sind keine passiven Entspannungsmethoden. Sie sind Tools, um aktiv Stress zu bewältigen, die Entscheidungsfindung zu verbessern und auch unter hohem Druck präsent zu bleiben. Genau wie Therapie heute ein fester Bestandteil des Wohlbefindens von Führungskräften ist, gilt Achtsamkeit inzwischen als unverzichtbar, um in Führungspositionen dauerhaft Spitzenleistungen zu erbringen.



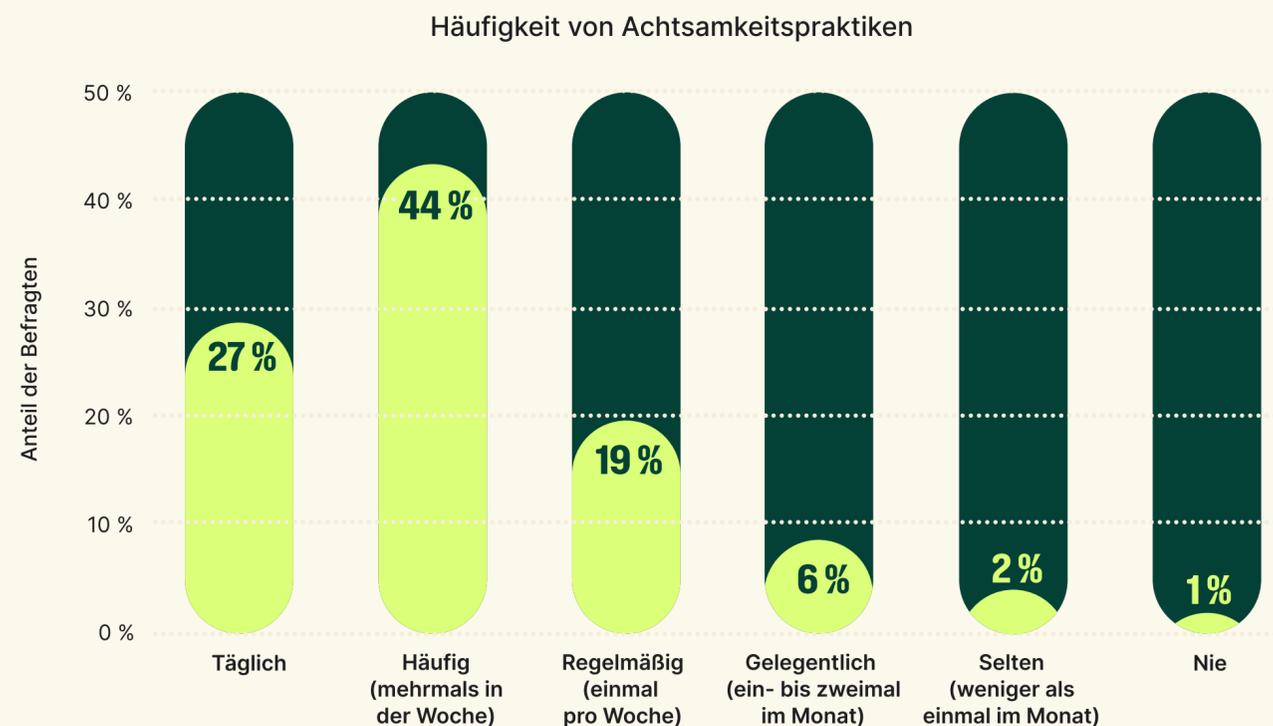
Und den entscheidenden Unterschied können hier Wellbeing-Programme machen. Die Daten sind eindeutig. CEOs, die am Wellbeing-Programm ihres Unternehmens teilnehmen, verzeichnen die deutlichsten Vorteile für ihre mentale Gesundheit: 72 % von ihnen bezeichnen sie als ausgezeichnet.

Dasselbe sagen nur 13 % derjenigen, die das Programm nie nutzen. Am anderen Ende des Spektrums sind die Unterschiede noch deutlicher: Weniger als 1 % der CEOs, die täglich am Wellbeing-Programm teilnehmen, vermelden ein schlechtes oder sehr schlechtes mentales Wohlbefinden. Im Gegensatz dazu stehen 25 % der CEOs, die nie teilnehmen.

**ACHTSAMKEITSÜBUNGEN HABEN EINZUG IN DIE FÜHRUNGSETAGEN GEHALTEN**



## ACHTSAMKEITSÜBUNGEN SIND BESTANDTEIL DER WÖCHENTLICHEN ROUTINE VON CEOS



Es wird schnell klar, dass die Investition in mentales Wohlbefinden für Top-Führungskräfte ein entscheidender Aspekt ist.

CEOs stehen durchaus vor Herausforderungen, wenn es darum geht, umfassende Unterstützung für ihre mentale Gesundheit in Anspruch zu nehmen: 29 % nennen Zeitmangel als Hindernis, 10 % die Kosten. Doch die Auswirkungen ihres Engagements für mentale Gesundheit sind weitgefächert.

Dieser Wandel lässt vermuten, dass der Einfluss der Pandemie auf die mentale Gesundheit nicht nur temporär war, sondern langfristig anhält. Die COVID-19-Pandemie hat Führungskräfte dazu gebracht, sich mit ihren eigenen Grenzen zu befassen, und Erfolg zudem neu definiert. Die alte Vorstellung von abgehärteten, gefühlskalten Manager:innen wird ersetzt mit Personen, die Achtsamkeit und Anpassungsfähigkeit schätzen. Heute wird bei Führung mehr Wert auf emotionale Intelligenz gelegt, und nicht, wie in der Vergangenheit, auf starre, distanzierte Entscheidungsfindung. Da Therapie, Achtsamkeit und tägliche Wellbeing-Routinen längst zur Norm in der Chefetage geworden sind, wächst auch der Anspruch an die Führungskräfte von morgen. Gefragt sind nicht nur Visionen und Umsetzungsstärke, sondern auch Klarheit im Denken, echte Empathie und persönliches Wohlbefinden als Grundlage für nachhaltigen Erfolg.

## 4.1.3 Körperliches Wohlbefinden

Doch in Bezug auf Wohlbefinden ist die mentale Gesundheit nicht die einzige Priorität für CEOs. Für ihre körperliche Fitness legen sie dieselbe Disziplin an den Tag, mit der sie auch ihre Unternehmen führen.

89 % der CEOs bewerten ihr körperliches Wohlbefinden als gut oder sogar hervorragend. Darunter sind 44 %, die von sich selbst sagen, sie seien in Topform. Das ist kein Zufall, sondern Strategie. Führungskräfte sehen körperliche Fitness, genau wie mentales Wohlbefinden, als Tool für bessere Leistungen. Sie trainieren ihre Körper mit derselben Disziplin, die sie auch bei der Unternehmensführung an den Tag legen.

Die Beständigkeit der Zahlen ist besonders aufschlussreich. Bemerkenswerte 83 % der CEOs berichten, dass sie mehrmals pro Woche trainieren, und 38 % sind sogar täglich in Bewegung. Ebenfalls beachtlich: 100 % der befragten CEOs integrieren irgendeine Art körperlicher Aktivität in ihren Alltag.

Im Vergleich dazu stehen viele Mitarbeitende oft vor Herausforderungen wie Zeitmangel, Motivationsproblemen und Kosten (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024). Führungskräfte lassen jedoch nicht zu, dass diese Hindernisse ihre Gesundheit beeinflussen. Sie wissen: Wenn die eigene Energie,

Klarheit und Ausdauer abnehmen, ist auch die Führung weniger effektiv. Ihr Ansatz folgt einer einfachen, aber entscheidenden Wahrheit: Die Priorisierung der körperlichen Gesundheit führt zu messbaren Ergebnissen.

Wie CEOs fit bleiben, liefert genauso viele Einblicke wie die Häufigkeit ihres Trainings. 65 % gehen ins Fitnessstudio, trainieren zu Hause oder treiben anderen Sport, während 62 % Bewegung in ihre täglichen Routinen einbauen, etwa durch Gehen oder Dehnübungen. Das legt nahe, dass sich CEOs nicht nur auf intensive Trainingseinheiten verlassen, sondern Bewegung kontinuierlich in ihren Alltag integrieren. Das passt zu den Untersuchungen, die zeigen, dass selbst regelmäßige Bewegung die schädlichen Auswirkungen von langem Sitzen nicht vollständig ausgleichen kann (Bruellman et al., 2024). CEOs scheinen die Wissenschaft dahinter ernst zu nehmen und behandeln Bewegung nicht als einmalige Pflicht, sondern als feste Gewohnheit.



Auch Technologie spielt eine immer größere Rolle, wenn es darum geht, aktiv zu bleiben. In einer Welt, in der Daten Entscheidungen steuern, ist es wenig überraschend, dass viele CEOs dieselbe analytische Denkweise für ihre eigene Gesundheit nutzen. Mehr als ein Viertel (27 %) verfolgen ihren Fortschritt mit Wearables oder Fitness-Apps, und 32 % nehmen an Fitness-Challenges teil. Diese Tools sind mehr als nur praktische Helfer. Studien zeigen, dass sie das Aktivitätsniveau steigern können (Ferguson et al., 2022). Gamification trägt zudem zu konstanten Fitness-Routinen bei (Hydari et al., 2022). Für vielbeschäftigte Führungskräfte sind technologiegestützte Fitnesslösungen eine smarte Möglichkeit, ihren Fortschritt nachzuverfolgen, sich mit anderen zu messen und motiviert zu bleiben.

Ein interessanter Trend ist, dass Personal Training nicht ganz oben auf der Prioritätenliste steht. Trotz ihrer hohen sportlichen Betätigung arbeiten nur 12 % der CEOs regelmäßig mit einem Trainer zusammen. Sie legen stattdessen mehr Wert auf Flexibilität und planen Workouts um ihre (oft unvorhersehbaren) Termine herum. Das zeigt einen grundlegenden Wandel in den Fitnessstrategien dieser High Performer.

Anstatt starre Trainingspläne zu befolgen, hören sie auf ihren Körper, passen ihre Aktivitäten an ihr Energielevel an und gestalten Workouts so, dass sie nahtlos in ihren stressigen Alltag passen.

Die Auswirkungen dieser Erkenntnisse reichen weit über die Chefetage hinaus. Führungskräfte haben die Flexibilität und Ressourcen, ihre körperliche Fitness zu priorisieren. Vielen Mitarbeitenden geht es jedoch nicht so. An den meisten Arbeitsplätzen wird nach wie vor ausschließlich im Sitzen gearbeitet, was es der Belegschaft erschwert, die gleichen aktiven Routinen zu entwickeln, auf die CEOs setzen. Wenn Unternehmen eine gesündere, engagiertere und leistungsstärkere Belegschaft wollen, sollten sie sich ein Beispiel an den Strategien der CEOs nehmen. Arbeitsplatzkulturen müssen also so gestaltet werden, dass sie Bewegung aktiv fördern, mit flexiblen Wellbeing-Programmen und den gleichen smarten, technologiegestützten Tools, die auch Führungskräfte nutzen. Nur so lassen sich gesunde Routinen für alle etablieren.



## 4.1.4 Schlafgesundheit

Der Mythos von Manager:innen, die Schlaf für eine Zeitverschwendung halten, ist mittlerweile Geschichte. Von den befragten CEOs gaben 84 % an, dass ihre Schlafgesundheit hervorragend oder gut ist. Zwei Drittel (66 %) bekommen jede Nacht *mindestens* acht Stunden Schlaf.

Das ist eine deutliche Veränderung weg von der „Hustle Culture“, bei der Überstunden an der Tagesordnung standen. Heutzutage legen CEOs Wert auf Ruhezeiten, um sich so einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Guter Schlaf ist für sie ein unverzichtbares Asset, das sich langfristig auf ihre Ausdauer und Belastbarkeit auswirkt. Sie zeigen, dass es bei Spitzenleistungen nicht darum geht, Überstunden zu machen, sondern die Arbeitsstunden effektiver zu nutzen.

Doch auch wenn sich die meisten CEOs *bewusst* sind, wie wichtig guter Schlaf ist, haben viele Schwierigkeiten mit der *Schlafqualität*. Acht Stunden im Bett sind nicht immer gleichbedeutend mit acht Stunden erholsamem Schlaf. Stress bleibt weiterhin der größte Störfaktor, der 39 % der CEOs nachts wachhält. 37 % geben schlechte Schlafgewohnheiten an, zum Beispiel das Lesen von E-Mails vor dem Schlafengehen. Weitere 37 % sagen, dass unregelmäßige Arbeitszeiten ein Störfaktor sind. Diese Zahlen zeigen: Auch wenn Führungskräfte mehr oder genug Schlaf bekommen, heißt das nicht, dass sie ihre Schlafhygiene optimiert haben. Dazu kommen weitere Faktoren. Mehr als ein Viertel (27 %) gibt an, dass sich

Umwelteinflüsse wie Geräusche, Temperatur oder Licht negativ auf ihren Schlaf auswirken. Weitere 23 % fühlen sich durch körperliches Unbehagen oder Gesundheitsprobleme eingeschränkt und 10 % geben an, dass sich die Pflege von Angehörigen auf ihre Erholung auswirkt. Egal, wie hoch sie auf der Karriereleiter stehen – auch Führungskräfte stehen im Alltag vor Herausforderungen, die ihren Schlaf beeinträchtigen können.

Der Einfluss von Wellbeing-Programmen auf die Schlafqualität ist hier ein interessanter Faktor. CEOs, die täglich an solchen Programmen teilnehmen, schlafen am besten: Ganze 67 % bewerten ihre Schlafgesundheit als ausgezeichnet. Im deutlichen Gegensatz dazu stehen jene, die Wellbeing-Programme selten oder nie nutzen: 12 % bzw. 13 % von ihnen geben an, schlecht oder sehr schlecht zu schlafen. Und das ist mehr als verständlich: Wie Dr. Peter Attia es in seinem internationalen Bestseller *Outlive: The Art and Science of Longevity* treffend formuliert: „... [Eine] erholsame Nacht hängt oft von einem gelungenen Tag ab, der Bewegung beinhaltet, Zeit im Freien, ausgewogene Ernährung (ohne Snacks spät am Abend oder in der Nacht), wenig bis keinen Alkohol, einen bewussten Umgang mit Stress und klare Grenzen zwischen Arbeit und privaten Belastungen.“

Das Fazit ist klar: Bei Wellbeing-Programmen geht es nicht nur um Fitness und Stressbewältigung. Sie wirken sich direkt auf den Schlaf aus und lassen einen Dominoeffekt entstehen, der Energie, Konzentration und die Gesamtleistung verbessert.

Die Auswirkungen für die Unternehmen sind enorm. Guter Schlaf ist nicht nur für das eigene Wohlbefinden wichtig, sondern auch ein unternehmerischer Vorteil. Wenn CEOs Ruhe und Erholung Priorität einräumen, verfügen sie über besseres Urteilsvermögen, emotionale Ausgeglichenheit und höhere Anpassungsfähigkeit. Unternehmen, die diesen Wandel erkennen, können eine wachstumsorientierte und leistungsfähige Unternehmenskultur fördern, etwa durch Maßnahmen zur Förderung der Schlafgesundheit wie flexible Arbeitszeiten oder gezielte Initiativen zum Stressmanagement.



## 4.1.5 Ernährungsgesundheit

Für CEOs ist eine gute Ernährung keine Nebensache, sondern ein wichtiger Erfolgsfaktor. Beeindruckende 89 % geben an, sich ausgewogen zu ernähren, und 43 % bewerten ihre Ernährung sogar als ausgezeichnet.

Diese gute Ernährung ist kein Zufall, sondern bewusst gewählt, klar strukturiert und fest im Leistungsanspruch der CEOs verankert. 62 % setzen gezielt auf ausgewogene, nährstoffreiche Mahlzeiten und 56 % reduzieren aktiv den Konsum von Zucker und verarbeiteten Lebensmitteln. Es geht ihnen nicht nur um gesunde Ernährung – sie wählen bewusst einen Ernährungsstil, der mentale Klarheit, gute Entscheidungen und langfristige Leistungsfähigkeit fördert. Ihr Ansatz spiegelt ihre Führungsphilosophie wider: Strategische Planung, hochwertige Inputs und Disziplin sind der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg.

Manche gehen noch einen Schritt weiter und gehen mit der gleichen Präzision an ihre Mahlzeiten heran, mit der sie gewöhnlich ihre Arbeit angehen. Fast 30 % befolgen Ernährungsformen wie ketogene oder vegetarische Ernährung oder Intervallfasten und 26 % tracken ihre Nahrungsaufnahme mit Apps oder Wearables. Das zeigt deutlich, dass CEOs ihre leistungsorientierte Denkweise auch auf ihre Gesundheit übertragen. Wenn datenbasierte Optimierung den Geschäftserfolg antreibt, warum sollte man dieselben Prinzipien nicht auch für das persönliche Wohlbefinden nutzen?

Trotz ihres starken Fokus auf Selbstoptimierung arbeiten jedoch nur 14 % mit Ernährungsberater:innen zusammen. Dieser Wert entspricht dem Anteil der CEOs, die mit Personal Trainer:innen zusammenarbeiten (12 %). Der Grund ist



dabei nicht mangelndes Interesse an professioneller Unterstützung, sondern vielmehr der Fokus auf Flexibilität und Selbstbestimmung. Genauso wie sie ihr Training flexibel an ihr Energielevel und ihren vollen Terminkalender anpassen, gehen viele CEOs auch beim Thema Ernährung vor: Sie setzen auf personalisierte Routinen, digitale Tracking-Tools oder Wissen, das sie sich über die Zeit angeeignet haben. Für leistungsorientierte Führungskräfte, die gewohnt sind, komplexe Systeme eigenständig zu steuern, ist die eigene Gesundheit nur ein weiterer Bereich, den sie ebenso effizient managen.

Einer der stärksten Unterschiede in der Ernährung von CEOs zeigt sich im Einfluss strukturierter Wellbeing-Programme. Bei Führungskräften, die täglich an solchen Programmen teilnehmen, zeichnen sich mit Abstand die besten Ergebnisse ab: 68 % bewerten ihre Ernährung als ausgezeichnet. Im Gegensatz dazu fällt es jenen, die nie an Wellbeing-Programmen teilnehmen, deutlich schwerer. Nur 13 % von ihnen geben an, dass ihre Ernährung auf diesem Niveau liegt.

Strukturierte Wellbeing-Programme wirken sich nicht nur auf die Fitness und die mentale Gesundheit aus – so viel ist klar. Sie beeinflussen auch die Ernährung von CEOs und sorgen für gesündere Gewohnheiten und langfristige Leistungsfähigkeit.



## 4.1.6 CEOs geht es besser als ihren Mitarbeitenden

Während es CEOs bestens zu gehen scheint, sieht es bei ihren Mitarbeitenden anders aus. Daraus ergibt sich eine klare Gelegenheit für die Unternehmen, diese Kluft in Bezug auf das Wohlbefinden zwischen der Chefetage und der Belegschaft zu überbrücken. **Denn während 98 % der CEOs angeben, dass es ihnen besser geht als noch vor einem Jahr, sagen das gerade einmal 50 % der Mitarbeitenden von sich** (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

Die Unterschiede ziehen sich durch alle Bereiche des Wohlbefindens: 93 % der CEOs bewerten ihr allgemeines Wohlbefinden als ausgezeichnet oder gut. Unter den Mitarbeitenden sind es nur 63 %. Besonders groß sind die Lücken bei der mentalen Gesundheit (90 % vs. 57 %), der körperlichen Fitness (89 % vs. 39 %) und dem Schlaf. Zwei Drittel der CEOs bekommen jede Nacht mindestens 8 Stunden Schlaf, während Mitarbeitende im Durchschnitt nur 6 Stunden und 21 Minuten schlafen (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

Diese Diskrepanz mag zunächst ernüchternd wirken, doch sie ist zugleich richtungsweisend für die Unternehmen. Führungskräfte, die ihre eigene

Gesundheit erfolgreich priorisieren, können diese positive Entwicklung nutzen und eine Unternehmenskultur fördern, in der es allen Mitarbeitenden gut geht.

Eine der effektivsten Methoden dafür ist, zu verstehen, mit welchen Herausforderungen Mitarbeitende konfrontiert sind, und wie unterschiedlich Mitarbeitende und CEOs diese Herausforderungen wahrnehmen.

29 % der CEOs nennen Zeitmangel als Hauptgrund, keine Therapie in Anspruch zu nehmen. Bei den Mitarbeitenden hingegen steht das Geld im Vordergrund: 36 % können sich eine Therapie nicht leisten (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024).

Dieses Muster zeigt sich auch bei anderen Wellbeing-Ressourcen. Was für Führungskräfte leicht zugänglich ist, stellt für Mitarbeitende eine Herausforderung dar. Ein Beispiel dafür ist Autonomie. CEOs verfügen über die Flexibilität und die Mittel, um ihre Gesundheit zu priorisieren – und sie nutzen sie. Während sie ihre Arbeitszeiten so verändern können, dass Zeit für Sport, Erholung und Schlaf ist, kämpfen viele Mitarbeitende mit einer hohen Arbeitsbelastung, finanziellen Engpässen und starren Strukturen, die es ihnen erschweren, auf ihre Gesundheit zu achten.

Das ist mit ein Grund, warum ganze 78 % der CEOs sagen, dass sie ihre Rolle geradezu dazu antreibt, in ihr eigenes Wohlbefinden zu investieren.

Nur 2 % geben ihre Arbeit als Hindernis für einen gesunden Lebensstil an. Für viele Führungskräfte sind die Herausforderungen ihrer Arbeit ein Ansporn für gesündere Gewohnheiten. Sie treiben Sport, achten auf ihren Schlaf und stärken ihre mentale Gesundheit, um Spitzenleistungen erbringen zu können.

Bei vielen Mitarbeitenden zeigt sich dagegen ein ganz anderes Bild. 47 % geben an, dass sich Arbeitsstress negativ auf ihre mentale Gesundheit auswirkt (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2024). Anstatt gesündere Routinen aufzubauen, sind die alltäglichen Herausforderungen für viele Mitarbeitende eine Belastung. Das zeigt deutlich, dass Wellbeing-Strategien, die nur auf die Chefetage zugeschnitten sind, zu kurz greifen.

Unternehmen, die diese Lücke schließen, können das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden maßgeblich beeinflussen. Wer auf die Mitarbeitenden hört und gezielt auf die Hindernisse eingeht, die sie davon abhalten, sich aktiv um ihr Wohlbefinden zu kümmern, kann eine Unternehmenskultur schaffen, in der die Gesundheit aller im Vordergrund steht – nicht nur die der Führungskräfte. So entstehen Arbeitsplätze, an denen Menschen ihr volles Potenzial entfalten können.

HR-Verantwortliche spielen dabei eine Schlüsselrolle. Mit fundierten Daten, dem Blick für Lücken im Support-System und dem Einsatz für Lösungen, die wirklich auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden zugeschnitten sind, können sie

die Wellbeing-Kluft zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden überbrücken. Unternehmen profitieren davon, indem sie Top-Talente binden, das Risiko für chronische Erschöpfung senken und eine leistungsstarke, motivierte Belegschaft fördern. Die Zukunft des Wohlbefindens der Mitarbeitenden liegt darin, sicherzustellen, dass sie sich ebenso unterstützt fühlen wie ihr CEO.

## FAZIT

CEOs geht es gut, und das ist kein Zufall. Sie priorisieren Fitness, erholsamen Schlaf, eine gesunde Ernährung und ihre mentale Gesundheit. Das wirkt sich positiv auf ihren privaten und beruflichen Erfolg aus.

Aber HR-Verantwortliche können etwas bewirken, indem sie dafür sorgen, dass Mitarbeitende die gleiche Unterstützung erhalten. Unternehmen, die Wohlbefinden nicht nur der Chefetage, sondern allen zugänglich machen, haben eine stärkere, gesündere und motiviertere Belegschaft. Die besten Arbeitsplätze zeichnen sich nicht nur durch leistungsstarke Führungskräfte aus, sondern durch energiegeladene, leistungsfähige Mitarbeitende auf allen Ebenen. Die Zukunft von Wohlbefinden am Arbeitsplatz beginnt damit, Wellbeing für alle zugänglich machen.

## 4.2 Vorbildfunktion

### DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

Wohlbefinden beginnt in der Chefetage. Wenn CEOs ihr eigenes Wohlbefinden priorisieren, wirkt sich das auf die Unternehmenskultur aus. CEOs, sich für Wohlbefinden am Arbeitsplatz einsetzen, können durch ihr Engagement die Teilnahmequote, Motivation und Leistung der Mitarbeitenden erhöhen.

Aber es geht nicht nur darum, mit gutem Beispiel voranzugehen. Wenn Führungskräfte offen über ihre eigenen Wellbeing-Routinen, Herausforderungen und Fortschritte sprechen, normalisieren sie das Thema und machen Wohlbefinden auf allen Ebenen zugänglich. Unternehmen, die in das Wohlbefinden ihrer Führungskräfte investieren und sie ermutigen, es sichtbar vorzuleben, bauen von oben nach unten eine gesündere, motiviertere Belegschaft auf.

### IM DETAIL

#### 4.2.1 Aktive Teilnehmende sind die besten Botschafter

CEOs beeinflussen das Wohlbefinden am Arbeitsplatz nicht nur – sie definieren es. Neun von zehn (91 %) Führungskräften nehmen mindestens wöchentlich an den Wellbeing-Programmen ihres Unternehmens teil, mehr als ein Viertel (27 %) sogar täglich. Sie gehen für ihre Belegschaft also mit gutem Beispiel voran. Wenn Führungskräfte ihr eigenes Wohlbefinden priorisieren und dies mit ihrer Belegschaft teilen, schaffen sie eine Unternehmenskultur, in der die Mitarbeitenden motivierter sind, sich um ihr eigenes Wohlbefinden zu kümmern (Wellhub, Wellbeing-ROI, 2024).

Die meisten CEOs wissen, dass ihre Taten den Ton angeben. 84 % glauben, dass sie eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung des Wohlbefindens am Arbeitsplatz spielen, und 77 % sind der Meinung, dass die Vorbildfunktion zu einer effektiven Führung dazugehört. Das setzen sie in die Praxis um: Fast die Hälfte (47 %) geht durch die aktive Teilnahme an Wellbeing-Programmen mit gutem Beispiel voran. Andere setzen sich für das Wohlbefinden ihrer Belegschaft ein, indem sie Wellbeing-Schulungen anbieten (44 %), auf Führungsebene für das Thema eintreten (37 %), Events ausrichten (36 %) und die Vorteile direkt mit den Mitarbeitenden kommunizieren (34 %).

Um Wohlbefinden sichtbar zur Priorität zu machen, sprechen 90 % der CEOs mindestens einmal wöchentlich über ihre persönliche Wellbeing-Routine. Ob sie Strava-Meilen teilen oder über ein Walking-Meeting auf LinkedIn posten – sie möchten, dass ihre Mitarbeitenden sehen, dass die Gesundheit nicht Nebensache, sondern Teil des Jobs ist.

Und das erweist sich als sehr effektiv: Je aktiver CEOs sind, desto mehr Aufmerksamkeit lenken sie auf das Thema. 77 % der CEOs, die täglich an einem Wellbeing-Programm teilnehmen, teilen ihre Wellbeing-Erfahrungen mit den Mitarbeitenden. Bei Nicht-Teilnehmenden sind es nur 13 %.

Je mehr sie sich engagieren, desto stärker sind sie davon überzeugt, dass Wohlbefinden eine betriebswirtschaftliche Notwendigkeit ist. 74 % der täglich Teilnehmenden stimmen voll und ganz zu, dass das Wohlbefinden der Mitarbeitenden eine unternehmerische Verantwortung ist. Zum Vergleich: 63 % der wöchentlich Teilnehmenden und nur 43 % derjenigen, die sich monatlich engagieren, sagen dasselbe.

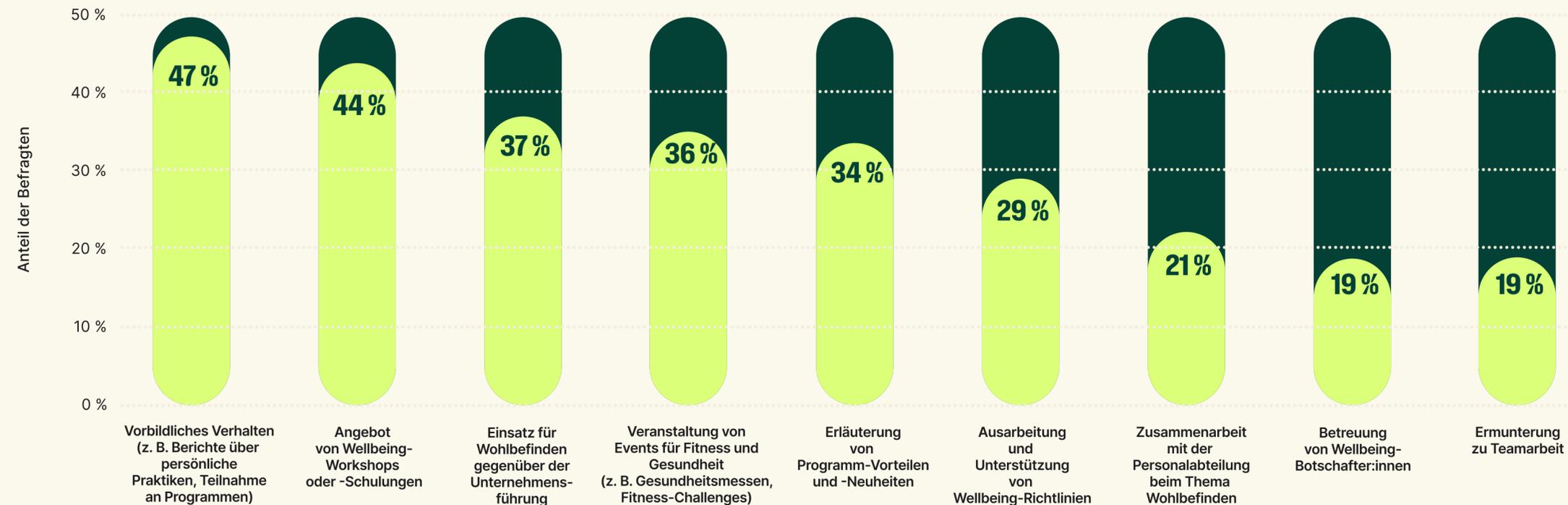


Doch wie sieht es unter denjenigen aus, die nicht an solchen Programmen teilnehmen? Kein einziger CEO aus dieser Gruppe stimmt voll und ganz zu, dass das Wohlbefinden für ihr Unternehmen entscheidend ist. Das Fazit ist klar: Wenn sich Führungskräfte für Wohlbefinden engagieren, tun es die

Mitarbeitenden auch. Ihre Teilnahme macht Wellbeing-Programme zu einer Bewegung, die fester Teil der Unternehmenskultur wird. Für Unternehmen, die eine echte Wirkung erzielen wollen, reichen Benefits allein nicht mehr aus. Es braucht Führungskräfte, die mit gutem Beispiel vorangehen.

**CEOs GEHEN MIT GUTEM BEISPIEL VORAN, UM WOHLFÜHLROUTINEN IN IHREN UNTERNEHMEN ZU VERANKERN**

Von CEOs geleitete Initiativen zur Förderung von Wohlbefinden in ihren Unternehmen



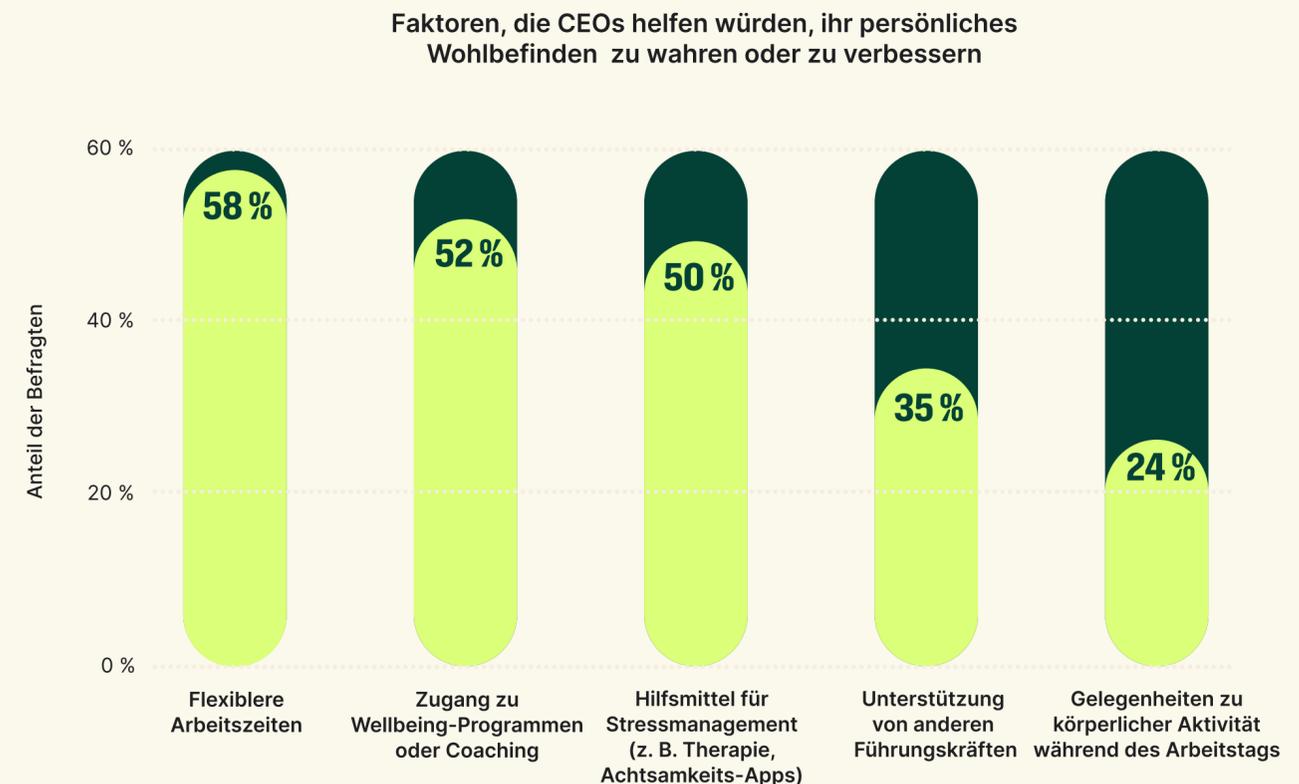
## 4.2.2 Verbesserungspotenziale beim Wohlbefinden der CEOs

Selbst diejenigen CEOs, die besonders stark auf ihr Wohlbefinden fokussiert sind, haben ihre Routinen noch nicht perfektioniert – und sind sich dessen durchaus bewusst. Auch wenn ihr Wohlbefinden oft bereits auf einem hohen Niveau ist, sehen die meisten klare Möglichkeiten, ihre Gesundheit und Leistungsfähigkeit mit der richtigen Unterstützung oder den passenden Ressourcen weiter zu verbessern.

Ganz oben auf der Liste steht Flexibilität: 58 % der CEOs geben an, dass ein flexiblerer Zeitplan ihr Wohlbefinden verbessern würde. Auch wenn sie größtenteils selbst die Kontrolle über ihren Terminkalender haben, machen es diverse Anforderungen und unvorhersehbare Arbeitszeiten schwer, das eigene Wohlbefinden konsequent zu priorisieren.

Ein weiterer großer Bedarf besteht in strukturierter Unterstützung. Mehr als die Hälfte der CEOs (52 %) glaubt, dass sie von strukturierten Wellbeing-Programmen oder -Coachings profitieren würde, die speziell auf ihre Rolle zugeschnitten sind. Das zeigt eine wichtige Chance auf: Unternehmen investieren bereits intensiv in die Entwicklung von Führungskompetenzen – warum also nicht genauso gezielt in das Wohlbefinden ihrer Führungskräfte? Personalisierte Tools können helfen, Energie zu erhalten, Stress zu bewältigen und den Fokus auch unter hohem Druck zu wahren.

### FLEXIBLE ARBEITSZEITEN UND COACHING SIND DIE WICHTIGSTEN BEDÜRFNISSE VON CEOs BEIM WOHLBEFINDEN



Mentales Wohlbefinden bleibt dabei von entscheidender Bedeutung. Die Hälfte der CEOs wünscht sich besseren Zugang zu Ressourcen für Stressmanagement, etwa durch Therapieangebote oder Achtsamkeits-Apps. Immer mehr Führungskräfte sehen mentales Wohlbefinden nicht nur als Teil der Selbstfürsorge, sondern als strategischen Vorteil für nachhaltigen beruflichen Erfolg.

Ein Aspekt, der häufig unterschätzt wird, ist der Austausch mit Kolleg:innen. Ein Drittel der CEOs (35 %) wünscht sich Möglichkeiten, sich mit anderen Führungskräften über Themen rund ums Wohlbefinden auszutauschen, doch es gibt kaum entsprechende strukturierte Angebote. Führungspositionen können einsam machen. Räume zu schaffen, in denen Erfahrungen und Strategien geteilt werden können, stärkt nicht nur die Resilienz einzelner, sondern auch die Unternehmenskultur.

Die Botschaft ist klar: Das Wohlbefinden von CEOs ist kein fertiges Produkt. Es ist ein kontinuierlicher Prozess, und Unternehmen, die ihn aktiv unterstützen, werden davon profitieren. Ob durch flexible Arbeitszeiten, individuelles Coaching oder Peer-Support: Wer in das Wohlbefinden von Führungskräften investiert, schafft gesündere und leistungsstärkere Arbeitsplätze für CEOs und Mitarbeitende gleichermaßen.

## FAZIT

Wenn CEOs ihr eigenes Wohlbefinden priorisieren, geben sie damit den Ton für das gesamte Unternehmen an. In den erfolgreichsten Unternehmen ist Wohlbefinden nicht nur ein Benefit, sondern fester Bestandteil der Unternehmensstrategie, über alle Ebenen hinweg. Doch es gibt weitere Chancen. Mit intelligenterer Terminplanung, professioneller Unterstützung und guter Kommunikation mit Kolleg:innen können Führungskräfte ihre

eigene Gesundheit stärken und gleichzeitig Resilienz und Leistungsfähigkeit zu einem Teil der Unternehmenskultur machen. Wenn es den Führungskräften gut geht, zieht das ihre Teams mit. So entstehen nachhaltig starke, gesunde und leistungsorientierte Arbeitsplätze.



# 5 Die Zukunft von Wohlbefinden am Arbeitsplatz

**77 % der Unternehmen planen, ihre Investitionen in Wellbeing-Initiativen im kommenden Jahr zu erhöhen. Das ist ein klares Zeichen dafür, dass Wohlbefinden am Arbeitsplatz nicht mehr nur ein Anliegen der HR-Abteilung ist, sondern sich zu einem strategischen Wettbewerbsvorteil entwickelt.**

Aber wohin fließen diese Investitionen?

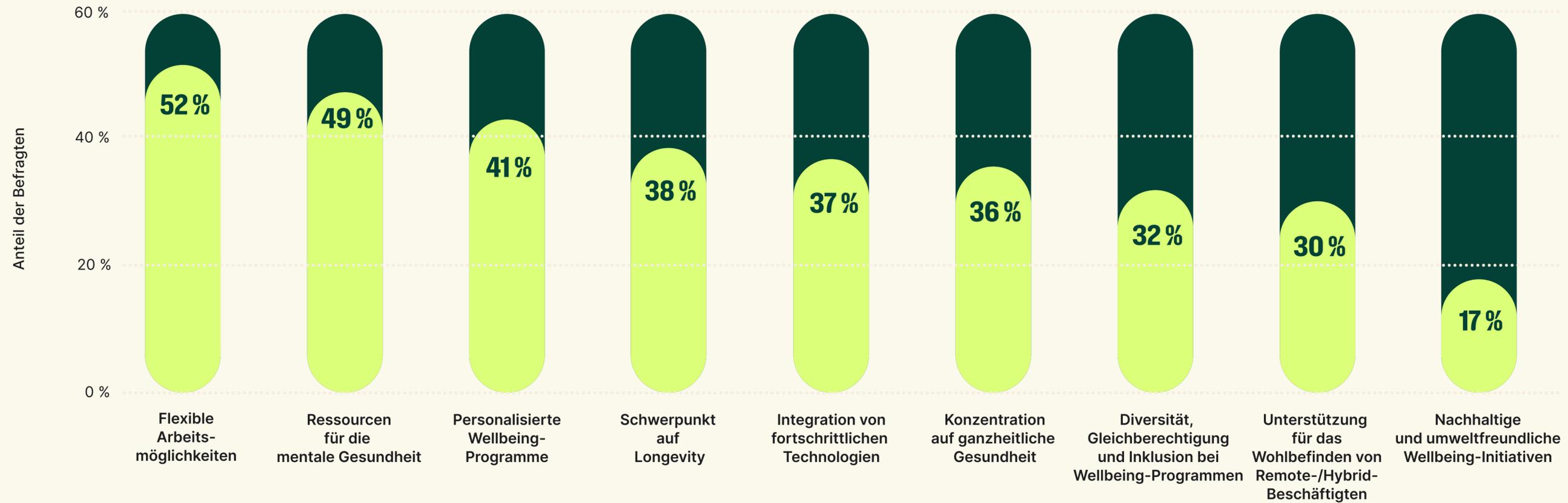
In zukunftsorientierte Wellbeing-Programme, die intelligenter, individueller und stärker im Arbeitsalltag verankert sind als je zuvor. Somit festigt sich die Zukunft von Wohlbefinden am Arbeitsplatz, das sich mit seinem datenbasierten Ansatz zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Unternehmenskultur entwickelt. Angebote zur Unterstützung der mentalen Gesundheit, KI-gestützte Personalisierung,

ganzheitliche Programme und flexible Arbeitsstrukturen sind keine kurzfristigen Trends – sie sind das Fundament erfolgreicher Unternehmen.



CEOs ERWARTEN, DASS WELLBEING-PROGRAMME IN DEN NÄCHSTEN 5 JAHREN INDIVIDUELLER UND GANZHEITLICHER WERDEN

Trends bei Wellbeing-Programmen



## 5.1 Aufkommende Wellbeing-Trends

Das Thema mentale Gesundheit ist schon lange nicht mehr nebensächlich. Fast die Hälfte (49 %) aller Führungskräfte plant, in den kommenden fünf Jahren gezielt in Ressourcen für die mentale Gesundheit zu investieren. Das zeigt deutlich, dass Unternehmen ihre Definition von Employee Wellbeing grundlegend überdenken.

Und das geschieht aus gutem Grund: Unternehmen sind sich der Risiken des Nichtstuns bewusst, zu deren Folgen sinkende Produktivität, wachsende Fluktuation und unmotivierte Belegschaften gehören (Popera, 2025). Gleichzeitig machen Mitarbeitende deutlich, dass mentale Gesundheit inzwischen ganz oben auf der Liste ihrer Wellbeing-Prioritäten steht (Wellhub, Der Status von Work-Life-Wellbeing, 2023).

Das wachsende Interesse am Thema mentaler Gesundheit führt in der Arbeitswelt zu einem Wandel, mit Technologie als unverzichtbarem Faktor. Mehr als ein Drittel (36 %) der Führungskräfte ist überzeugt, dass KI-gestützte Tools die Zukunft von Wohlbefinden am Arbeitsplatz prägen werden. Sie sind zwar kein Therapie-Ersatz, können aber eine nützliche Ergänzung sein, wenn sie frühzeitig Anzeichen von chronischer Erschöpfung erkennen, Mitarbeitende auf passende Angebote verweisen und alltagstaugliche Achtsamkeitsroutinen fördern. Durch proaktive, niedrigschwellige und personalisierte Unterstützung hilft KI, mentale

Gesundheit zu entstigmatisieren und zu einem im Arbeitsalltag präsenten Thema zu machen.

Diese Trends deuten auf eine grundlegende Veränderung in der Arbeitswelt hin. Unternehmen, die mentale Gesundheit als strategische Priorität verstehen und auf intelligente, skalierbare Lösungen setzen, schaffen resiliente und leistungsstarke Teams, die auf zukünftige Herausforderungen vorbereitet sind.

## 5.2 Personalisierung, Prävention und technologiegestütztes Wohlbefinden

Wellbeing-Programme von der Stange sind offiziell überholt. Wenn sie den sich wandelnden Bedürfnissen der Mitarbeitenden gerecht werden und wirkliche Verbesserungen erzielen möchten, müssen HR-Verantwortliche von Einheitsangeboten auf personalisierte, technologiegestützte Programme umstellen. Von den befragten CEOs geben 41 % an, dass maßgeschneiderte Wellbeing-Programme in den nächsten fünf Jahren entscheidend für den Unternehmenserfolg sein werden.

Wearables, KI und prädiktive Analysen gehen längst über einfache Schrittzähler hinaus. Sie liefern Echtzeit-Gesundheitsdaten, die Mitarbeitenden helfen, fundierte und vorausschauende Entscheidungen für ihre Gesundheit zu treffen. Fast die Hälfte (45 %) der Führungskräfte sieht in diesen Echtzeit-Insights die nächste große Chance für Wohlbefinden am Arbeitsplatz. Über ein Drittel (35 %) ist überzeugt, dass prädiktive Analysen dabei helfen werden, gesundheitliche Risiken frühzeitig zu erkennen, um Erkrankungen zu vermeiden.

Was bedeutet das für die HR-Abteilung? Es ist an der Zeit, Wohlbefinden nicht nur als Benefit zu sehen, sondern als präventive Strategie, die langfristig die Gesundheit der Mitarbeitenden stärkt und Dauerstress, Fehlzeiten sowie Gesundheitsausgaben reduziert. Dafür braucht es Investitionen in Tools, die sich an individuelle Bedürfnisse anpassen, flexible Lösungen, die über Rollen und Standorte hinweg funktionieren, und datenbasierte Ansätze für intelligentere Maßnahmen.

Besonders Remote- und hybride Teams profitieren davon. 43 % der Führungskräfte sehen Technologie als Schlüssel, um den Zugang zu Wellbeing-Programmen in unterschiedlichen Arbeitsumgebungen zu erleichtern. Dies bedeutet, dass HR-Abteilungen Plattformen und Partner wählen müssen, die Mitarbeitenden dort zur Verfügung stehen, wo sie gerade sind – ob zu Hause, im Büro oder unterwegs.

Dies belegt: Personalisierte und technologiegestützte Wellbeing-Programme sind nicht nur die Zukunft, sondern ein unverzichtbarer Wettbewerbsvorteil. HR-Abteilungen, die diesen Wandel frühzeitig mitgestalten, schaffen die besten Voraussetzungen, um in den kommenden Jahren die Motivation, die Bindung und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu stärken.



## 5.3 Langfristige Erfolge und ganzheitliche Gesundheit sind zentrale Themen

Die effektivsten Wellbeing-Programme konzentrieren sich nicht mehr nur auf kurzfristige Erfolge, sondern sind auf langfristige Effekte ausgelegt. Da die Arbeitswelt zunehmend komplexer und anspruchsvoller wird, denken HR-Verantwortliche Wohlbefinden als eine Strategie für nachhaltige Leistung, Resilienz und Bindung neu. Mehr als ein Drittel (38 %) der Führungskräfte gibt an, dass langfristige Wellbeing-Programme in den nächsten fünf Jahren eine Top-Priorität sein werden. 36 % setzen auf ganzheitliche Ansätze, die den gesamten Menschen in den Blick nehmen.

Was bedeutet das in der Praxis? Langfristige Programme gehen über Fitnessziele oder die Erholung von chronischer Erschöpfung hinaus. Sie unterstützen nachhaltig über die gesamte Berufslaufbahn der Mitarbeitenden hinweg, durch proaktive Stressbewältigung, flexible Arbeitsstrukturen, Vorsorge und Regelungen, die Ruhe, Erholung und psychologische Sicherheit fördern.

Ganzheitliches Wohlbefinden erweitert diese Perspektive, indem es den Zusammenhang zwischen mentalem, emotionalem, körperlichem und sogar

finanziellem Wohlbefinden berücksichtigt. Führende Unternehmen konzentrieren sich auf integrierte Lösungen, die die Mitarbeitenden dort erreichen, wo sie sich gerade befinden. Sie bieten Unterstützung nicht nur in Krisenzeiten, sondern als festen Bestandteil des Arbeitsalltags. Das ist kein kurzfristiger Trend, sondern ein grundlegender Wandel. Unternehmen, die auf langfristige Programme setzen und ganzheitliches Wohlbefinden fördern, reduzieren nicht nur das Risiko von chronischer Erschöpfung, sie schaffen auch langfristig gesündere und resilientere Belegschaften.

## 5.4 Die Zukunft heißt Flexibilität – auch wenn sich manche Führungskräfte dagegen sträuben

Einige Arbeitgeber fordern mittlerweile wieder mehr Präsenztage im Büro. Doch auf lange Sicht ist Flexibilität der Schlüssel. Mehr als die Hälfte (52 %) der Führungskräfte gibt an, dass flexible Arbeitsmodelle in den kommenden fünf Jahren der wichtigste Faktor für Wohlbefinden am Arbeitsplatz sein werden – wichtiger als jegliche andere Wellbeing-Initiativen.

Das liegt daran, dass Wellbeing-Programme nur funktionieren, wenn Mitarbeitende auch wirklich die Zeit und Flexibilität haben, sie zu nutzen. Mitarbeitende wünschen sich nicht einfach mehr Benefits, sondern

Arbeitsstrukturen, die es ihnen ermöglichen, diese Angebote wahrzunehmen.

Dies ist für die HR-Abteilung relevant, weil kein Wellbeing-Programm wirkt, wenn die Rahmenbedingungen nicht stimmen – auch wenn es noch so gut durchdacht ist. Wenn Flexibilität fehlt, werden selbst die besten Wellbeing-Angebote unzugänglich oder wirkungslos.

Und das gilt nicht nur für Mitarbeitende, sondern auch für Führungskräfte. Ganze 58 % der CEOs sagen, dass mehr zeitliche Flexibilität ihr eigenes Wohlbefinden verbessern würde. 45 % sind überzeugt, dass der Erfolg von Wellbeing-Initiativen entscheidend davon abhängt, ob Unternehmen Work-Life-Balance und flexible Arbeitsmodelle aktiv fördern.

**Wie können HR-Verantwortliche also konkret handeln?**

### **Integration von Flexibilität in Wellbeing-Strategien:**

Behandeln Sie Remote-Arbeit oder flexible Arbeitszeiten nicht als separate Maßnahmen, sondern als zentrale Voraussetzungen für das Wohlbefinden der Mitarbeitenden.

### **Manager:innen ermöglichen, mit Empathie zu führen:**

Unterstützen Sie Führungskräfte dabei, hybride oder flexible Arbeitsumgebungen mit Tools zu gestalten, die Vertrauen, Eigenverantwortung und klare Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben fördern.

### **Messung von Teilnahmequoten, nicht nur Verfügbarkeit:**

Achten Sie darauf, dass Ihre Wellbeing-Programme tatsächlich genutzt werden können und dass Mitarbeitende die Freiheit haben, sie in Anspruch zu nehmen.

### **Bei Flexibilität mit gutem Beispiel vorangehen:**

Führungskräfte sollten mit gutem Beispiel vorangehen, zum Beispiel, indem sie klare Grenzen setzen, sich aktiv Auszeiten nehmen und offen für flexible Arbeitsmodelle eintreten.

## FAZIT

Die Zukunft von Wohlbefinden am Arbeitsplatz ist mutig, individuell und auf nachhaltige Effekte ausgelegt. Mentale Gesundheit rückt in den Fokus: Fast die Hälfte aller Führungskräfte sieht sie als oberste Priorität. KI-gestützte Tools machen den Support für Mitarbeitende intelligenter, schneller und leichter zugänglich.

Wellbeing-Programme von der Stange gehören bald der Vergangenheit an. Wearables, prädiktive Analysen und Echtzeit-Gesundheitsdaten revolutionieren, wie Mitarbeitende gesund und motiviert bleiben. Unternehmen verabschieden sich von kurzfristigen Benefits und investieren in langfristige Strategien, die das ganzheitliche Wohlbefinden fördern. So entstehen Arbeitsumgebungen, in denen Menschen nicht nur arbeiten, sondern aufblühen können.

Flexibilität ist dabei der ultimative Gamechanger. Die besten Unternehmen gestalten Arbeit so neu, dass Wohlbefinden nicht nur eine Option ist, sondern zu einer Selbstverständlichkeit wird. Wer diese Entwicklungen aufgreift, zieht Top-Talente an, steigert die Motivation und entwickelt eine resiliente, leistungsstarke Belegschaft, die bereit für die Zukunft ist.



# 6 Überwindung von Hürden bei der Einführung von Wellbeing-Programmen

Selbst Führungskräfte, denen das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden wichtig ist, genehmigen ein Programm nicht ohne Weiteres. Kein einziger befragter CEO hat eine Wellbeing-Initiative ohne mindestens eine Rückfrage oder einen Einwand genehmigt. Das bedeutet nicht, dass sie dagegen sind – sie wollen lediglich fundierte Antworten.

Was überzeugt sie letztendlich? Daten, Return on Investment und ein solider Business Case. Unternehmen, die diese Hürden überwinden, fördern nicht nur das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden, sondern nutzen Wohlbefinden auch als strategischen Vorteil.

Mitarbeiterfeedback kann ein echter Gamechanger sein. Fast die Hälfte (49 %) der CEOs gibt an, dass Daten zur Teilnahmequote ihnen geholfen haben, ihre größten Bedenken gegenüber Wellbeing-Programmen auszuräumen. Dies war der wichtigste Faktor beim Überwinden fast aller Hürden – mit einer Ausnahme: hohen Implementierungskosten. In diesem Fall nannten CEOs klare Kennzahlen zum Return on Investment oder Fallstudien (15 %) sowie Mitarbeiterfeedback (14 %) als besonders überzeugend.

Doch allgemeines Feedback reicht nicht aus. Wer etwas verändern will, muss verstehen, welche Faktoren die Entscheidungsfindung tatsächlich beeinflussen.

Jeder CEO wird Fragen haben. Vorausschauende HR-Verantwortliche können eventuellen Einwänden jedoch zuvorkommen und sich mit klaren Antworten und einer starken Business-Argumentation, die von Anfang an zeigt, warum Wohlbefinden ein Gewinn für das Unternehmen ist, auf sie vorbereiten.



## Einwand 1:

# Unsere Mitarbeitenden werden das Wellbeing-Programm nicht nutzen

Viele Führungskräfte konzentrieren sich auf eine große Herausforderung bei Wellbeing-Programmen: die Teilnahmequote. 30 % sagen, dass ihre größten Bedenken bei der Investition in ein Wellbeing-Programm darin bestehen, dass die Mitarbeitenden es nicht nutzen werden.

Wenn das auch in Ihrer Vorstandsebene eine Befürchtung ist, finden Sie hier einige Ansätze, die anderen Führungskräften geholfen haben, diese Bedenken zu überwinden.

## Lösung 1

### Eindeutige, aussagekräftige Daten präsentieren

- Nennen Sie konkrete Beispiele oder Fallstudien aus vergleichbaren Unternehmen, in denen Wellbeing-Programme hohe Teilnahmequoten erzielt haben.
- Heben Sie wichtige Daten aus diesen Fallstudien hervor, wie z. B. die prozentuale Steigerung des Mitarbeiterengagements, reduzierte Fehlzeiten oder Verbesserungen von Produktivität und Mitarbeiterbindung.
- Veranschaulichen Sie diese Daten in einem übersichtlichen Dashboard oder einer Infografik, um Ihrem CEO die Vorteile auf einen Blick zu liefern.

## Lösung 2

### Nachfrage der Mitarbeitenden hervorheben

- Führen Sie kurze Mitarbeiterbefragungen durch, um das tatsächliche Interesse in Zahlen zu erfassen und präsentieren Sie diese zusammen mit aussagekräftigen Zitaten oder kompakten Zusammenfassungen, die das Interesse der Belegschaft unterstreichen.
- Teilen Sie Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden, die bereits an punktuellen Wellbeing-Initiativen teilgenommen oder Interesse daran gezeigt haben.
- Zeigen Sie auf, wie die von Mitarbeitenden gewünschten Maßnahmen die Unternehmenskultur und -werte bereichern.

## Lösung 3

### Einfach zu nutzende Programme präsentieren

- Nennen Sie Beispiele für benutzerfreundliche Wellbeing-Optionen wie mobile Apps, Online-Portale oder virtuelle Fitnesskurse, die sich problemlos in den Alltag der Mitarbeitenden integrieren lassen. Besonders der Zugang über Mobilgeräte ist für Unternehmen von Vorteil, deren Mitarbeitende nicht (oder nicht ausschließlich) am Schreibtisch arbeiten.
- Erklären Sie den Registrierungsprozess und betonen Sie die minimalen Einstiegshürden, indem Sie zeigen, wie einfach die Anmeldung und die regelmäßige Nutzung sind.
- Empfehlen Sie eine schrittweise Einführung, beginnend mit einem Pilotprojekt für ausgewählte Mitarbeitende, um die Effektivität des Programms zu testen, bevor eine finale Entscheidung getroffen wird.

## Lösung 4

### Wohlbefinden als strategischen Faktor aufzeigen

- Verknüpfen Sie Wellbeing-Initiativen mit strategischen Unternehmenszielen wie der Talentgewinnung, Wettbewerbspositionierung oder Arbeitgeberattraktivität.
- Präsentieren Sie Forschungsergebnisse oder Empfehlungen von Dritten, die den Zusammenhang zwischen Wellbeing-Programmen und messbaren Verbesserungen der Unternehmensleistung belegen.
- Skizzieren Sie potenzielle langfristige Einsparungen durch reduzierte Gesundheitsausgaben und gesteigerte Produktivität, um deutlich zu machen, dass Wohlbefinden eine strategische Unternehmensinvestition ist.

## Lösung 5

### Unterstützung der Führungskräfte sichern

- Bitten Sie wichtige Führungskräfte und Manager:innen, Wellbeing-Aktivitäten sichtbar zu unterstützen und daran teilzunehmen. Betonen Sie ihre Rolle bei der Beeinflussung der Teilnahmequote.
- Nennen Sie konkrete Beispiele für das Engagement von Führungskräften, wie die Teilnahme an Wellbeing-Challenges, die Bewerbung von Programmen in der internen Kommunikation oder das Teilen persönlicher Erfahrungen zum Thema.
- Veranschaulichen Sie – anhand von Fallstudien oder anderen Beispielen aus der Branche – den positiven Einfluss, den die Beteiligung der Führungsebene auf die Teilnahmequote hat.

## Einwand 2:

### Wir haben beim Budget andere Prioritäten

94 % der CEOs stellen Budgets für Wellbeing-Programme bereit. Das zeigt, dass das Wohlbefinden der Mitarbeitenden auch in der Chefetage eine hohe Priorität hat. Doch die Kosten sind nach wie vor eine Hürde. Fast ein Drittel (29 %) der CEOs nennen hohe Implementierungskosten als Hauptgrund für ihre Bedenken, an zweiter Stelle nach der niedrigen Teilnahmequote der Mitarbeitenden. Andere budgetbezogene Sorgen sind konkurrierende Prioritäten (22 %) und die Rechtfertigung der Ausgaben gegenüber den Aktionär:innen (14 %).

Wie gehen Sie also am besten mit Einwänden zum Budget um? Hier ist ein strategischer Ansatz für die Argumentation für Investitionen in Wellbeing-Programme.

#### Lösung 1

##### Kostengünstige Wellbeing-Aktivitäten aufzeigen

- Präsentieren Sie budgetfreundliche und dennoch effektive Wellbeing-Optionen wie virtuelle Workshops, Achtsamkeitssitzungen oder Gruppenfitness-Challenges, die nur minimale Investitionen erfordern.
- Informieren Sie sich über Wellbeing-Angebote, die diese Aktivitäten kosteneffektiv bündeln und Ihre Mitarbeitenden gleichzeitig motivieren.
- Weisen Sie auf die Rendite digitaler Wellbeing-Tools und -Apps hin, die ohne hohe Vorlaufkosten einen erheblichen Nutzen bieten.

#### Lösung 2

##### Wohlbefinden mit Kennzahlen zur Mitarbeiterproduktivität verknüpfen

- Stellen Sie eine eindeutige Verbindung zwischen Wellbeing-Initiativen und wichtigen Produktivitätskennzahlen wie reduzierten Fehlzeiten, höherer Zufriedenheit und verbesserter Leistung her und zeigen Sie den direkten Einfluss auf den Unternehmenserfolg auf.
- Präsentieren Sie Fallstudien oder branchenspezifische Untersuchungen, die aufzeigen, wie Wellbeing-Programme die Produktivität, die Verbleibquote und die Gesamtleistung von vergleichbaren Unternehmen gesteigert haben.
- Nutzen Sie datengestützte Erkenntnisse von potenziellen Wellbeing-Plattformen, um die Verbindung zwischen Teilnahmequote und Produktivität zu belegen und Führungskräften zu ermöglichen, fundierte, ROI-orientierte Entscheidungen zu treffen.

## Lösung 3

### Bestehende Investitionen in Mitarbeiterbenefits nutzen

- Bündeln Sie Wellbeing-Programme mit bestehenden Angeboten, indem Sie entsprechende Initiativen gezielt mit vorhandenen Gesundheitsleistungen, EAPs (Employee Assistance Programs) oder Angeboten zum finanziellen Wohlbefinden verknüpfen. So entsteht ein nahtloses und ganzheitliches Mitarbeitererlebnis ohne erhebliche Mehrkosten.
- Untermauern Sie diesen Ansatz mit Fallstudien von Unternehmen, die Wohlbefinden erfolgreich in ihre Benefit-Strategie integriert haben, und zeigen Sie auf, wie das die Teilnahmequote und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden spürbar gesteigert hat.

## Lösung 4

### Klare Kommunikation mit Stakeholdern ermöglichen

- Erstellen Sie datengestützte Berichte, Fallstudien und ROI-Projektionen, die deutlich zeigen, wie Wellbeing-Initiativen wichtige Geschäftsziele wie Produktivität, Mitarbeiterbindung und Kosteneinsparungen unterstützen.
- Veranschaulichen Sie, wie Investitionen in das Wohlbefinden umfassendere Unternehmensziele unterstützen, wie z. B. die Gewinnung von Top-Talenten, DEI-Maßnahmen und langfristige finanzielle Nachhaltigkeit. Das macht es einfacher, die Ausgaben gegenüber Vorständen, Aktionär:innen und internen Stakeholdern zu rechtfertigen.
- Nutzen Sie persönliche Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden, konkrete Erfolgsgeschichten und praxisnahe Beispiele, um die Wirkung von Wellbeing-Programmen greifbar zu machen und Ihre Argumente zu untermauern.



## Einwand 3:

### Wir unterstützen bereits das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden

Einige CEOs sind überzeugt, dass ihr Unternehmen bereits genug für das Wohlbefinden der Mitarbeitenden tut. Vielleicht gibt es ein EAP oder alle paar Monate ein Webinar zum Thema mentale Gesundheit. Das ist zwar ein Anfang, aber keine Strategie. Wenn Ihnen dies bekannt vorkommt, erfahren Sie hier, wie Sie Ihrer Unternehmensführung helfen können, das große Ganze zu sehen.

#### Lösung 1

##### Unterschied zwischen reaktiven und proaktiven Programmen hervorheben

- Betonen Sie, dass proaktive Initiativen, wie kontinuierliche Fitnessangebote, Maßnahmen zur Unterstützung der mentalen Gesundheit und Programme zur finanziellen Bildung, dazu beitragen, Problembereiche frühzeitig zu erkennen und eine Eskalation zu vermeiden. Im Gegensatz dazu fokussieren sich rein reaktive Ansätze auf Krisenbewältigung und kurzfristige Lösungen.
- Untermauern Sie Ihre Argumentation mit Forschungsergebnissen und Fallstudien, die zeigen, wie ein ganzheitlicher Ansatz über mehrere Dimensionen des Wohlbefindens hinweg die Gesundheit der Mitarbeitenden stärkt, langfristig die Gesundheitsausgaben senkt und die Teilnahmequote deutlich steigert.
- Veranschaulichen Sie außerdem, dass Mitarbeitende heutzutage immer mehr Wert auf proaktive Wellbeing-Angebote legen, wodurch diese zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil im Kampf um Top-Talente geworden sind.

#### Lösung 2

##### Umfassende, ganzheitliche Programme vorstellen

- Stellen Sie Unternehmen vor, die erfolgreich Initiativen für körperliche Gesundheit, zur Stärkung des mentalen und emotionalen Wohlbefindens, zur finanziellen Bildung sowie zur Förderung der Work-Life-Balance miteinander kombiniert haben, um die Wirksamkeit eines umfassenden Ansatzes zu belegen.
- Verdeutlichen Sie den Mehrwert dieses ganzheitlichen Modells: eine nachhaltige Verbesserung der Mitarbeitergesundheit, sinkende langfristige Gesundheitsausgaben und eine deutlich höhere Teilnahmequote.
- Zeigen Sie außerdem auf, wie vielfältige Wellbeing-Angebote – etwa über digitale Plattformen, Services vor Ort oder flexible Nutzungsmodelle – sicherstellen, dass Mitarbeitende in unterschiedlichen Rollen und Arbeitsumgebungen aktiv und bedarfsgerecht teilnehmen können.

## Lösung 3

### Den strategischen Wert von umfassenden Wellbeing-Programmen aufzeigen

- Stellen Sie dar, wie umfassende Wellbeing-Programme dazu beitragen, qualifizierte Talente anzuziehen, die Fluktuationsrate zu reduzieren, Gesundheitsausgaben nachhaltig zu senken und die Arbeitgebermarke zu stärken, wodurch aus einem vermeintlichen Kostenpunkt eine strategische Investition in das Unternehmen wird.
- Zeigen Sie auf, wie Unternehmen mit einer starken Reputation für die Priorisierung des Mitarbeiterwohlbefindens sich in wettbewerbsintensiven Arbeitsmärkten hervorheben – indem sie Top-Talente anziehen und die langfristige Bindung fördern.
- Untermauern Sie dies mit Branchen-Benchmarks und Erfolgsgeschichten, die messbare betriebswirtschaftliche Verbesserungen durch umfassende Wellbeing-Programme belegen.

## Lösung 4

### Lücken und Chancen identifizieren

- Führen Sie eine umfassende Analyse der bestehenden Wellbeing-Angebote durch und identifizieren Sie dabei gezielt Lücken in der Abdeckung zentraler Bedürfnisse der Mitarbeitenden, etwa im Bereich mentale Gesundheit, körperliche Fitness oder finanzielles Wohlbefinden, um sicherzustellen, dass alle wesentlichen Dimensionen des Wohlbefindens berücksichtigt werden.
- Erarbeiten Sie strategische Empfehlungen zur Optimierung oder Erweiterung vorhandener Initiativen, z. B. durch die Integration digitaler Wellbeing-Tools, den verbesserten Zugang zu Angeboten im Bereich mentale Gesundheit oder die Einführung von Programmen zur finanziellen Bildung.
- Machen Sie die Nachfrage der Mitarbeitenden und die Auswirkungen auf das Unternehmen deutlich. Nutzen Sie Mitarbeiterbefragungen, Nutzungsdaten bestehender Wellbeing-Angebote und demografische Analysen, um Ihrem CEO aufzuzeigen, wie das Schließen von Wellbeing-Lücken die Mitarbeiterbindung stärkt, Fehlzeiten verringert und die Gesamtproduktivität erhöht. So erstellen Sie einen klaren Business Case für gezielte Investitionen.

## Lösung 5

### Mitarbeiterstimmen und Erfolgsgeschichten teilen

- Heben Sie authentische Erfahrungen von Mitarbeitenden hervor, die durch Wellbeing-Initiativen spürbare Verbesserungen bei Gesundheit, Produktivität und Zufriedenheit erlebt haben. Das können persönliche Erfahrungsberichte aus dem eigenen Unternehmen oder Beispiele von Mitarbeitenden aus vergleichbaren Organisationen sein.
- Nutzen Sie datengestütztes Storytelling, Video-Testimonials oder Erfolgsgeschichten, um die Wirkung von Wellbeing-Programmen für Entscheidungstragende greifbar und emotional nachvollziehbar zu machen.
- Verknüpfen Sie diese Geschichten gezielt mit geschäftsrelevanten Ergebnissen, wie gesteigerter Mitarbeiterbindung, geringeren Gesundheitsausgaben oder einer hohen Teilnahmequote, um die Vorteile von Investitionen in das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu verdeutlichen.

## Einwand 4:

# Wellbeing-Programme verbessern das Wohlbefinden der Mitarbeitenden nicht wirklich

Auf Vorstandsebene herrscht häufig Skepsis, wenn es um die Wirkung von Wellbeing-Programmen geht. Manche CEOs zweifeln daran, dass solche Programme tatsächlich zur Verbesserung der Mitarbeitergesundheit beitragen. Sie befürchten, dass es sich nur um einen netten Benefit handelt. Für sie geht es um echte Ergebnisse – nicht nur um gute Absichten. Wenn Ihr Führungsteam nach Belegen fragt, helfen konkrete Daten bei der Überzeugungsarbeit.

### Lösung 1

#### Nachgewiesene Erfolge aus der Branche teilen

- Nutzen Sie datengestützte Nachweise aus vergleichbaren Unternehmen, die messbare Vorteile wie reduzierte Fehlzeiten, gesteigerte Produktivität und eine höhere Zufriedenheit aufgrund von Wellbeing-Programmen belegen.
- Erarbeiten Sie aus komplexen Studienergebnissen klare, aussagekräftige Erkenntnisse, die den direkten Zusammenhang zwischen dem Wohlbefinden der Mitarbeitenden und dem Unternehmenserfolg verdeutlichen.
- Stützen Sie sich dabei auf vertrauenswürdige Quellen wie Branchenreports, Gesundheitsorganisationen oder führende Wirtschaftsakteure, um die Glaubwürdigkeit zu stärken und fundierte Argumente für Investitionen in Wellbeing-Initiativen zu liefern.

### Lösung 2

#### Benchmarking-Bewertungen einführen

- Sammeln Sie Daten zu zentralen Gesundheitsindikatoren wie Stressniveau, Schlafqualität, Bewegungsverhalten und Zufriedenheit, um gezielt die Bereiche zu identifizieren, in denen Mitarbeitende Unterstützung benötigen.
- Zeigen Sie anhand der Ergebnisse auf, wie bestehende Defizite im Wohlbefinden sich negativ auf Produktivität, Engagement und Bindung auswirken können, und schaffen Sie so eine datengestützte Grundlage für gezielte Investitionen.
- Stellen Sie zudem den Vergleich zu ähnlichen Organisationen her und veranschaulichen Sie, wie Ihr Unternehmen beim Thema Wohlbefinden am Arbeitsplatz abschneidet. So lässt sich klar herausstellen, welchen Wettbewerbsvorteil Wellbeing-Initiativen bieten.

## Lösung 3

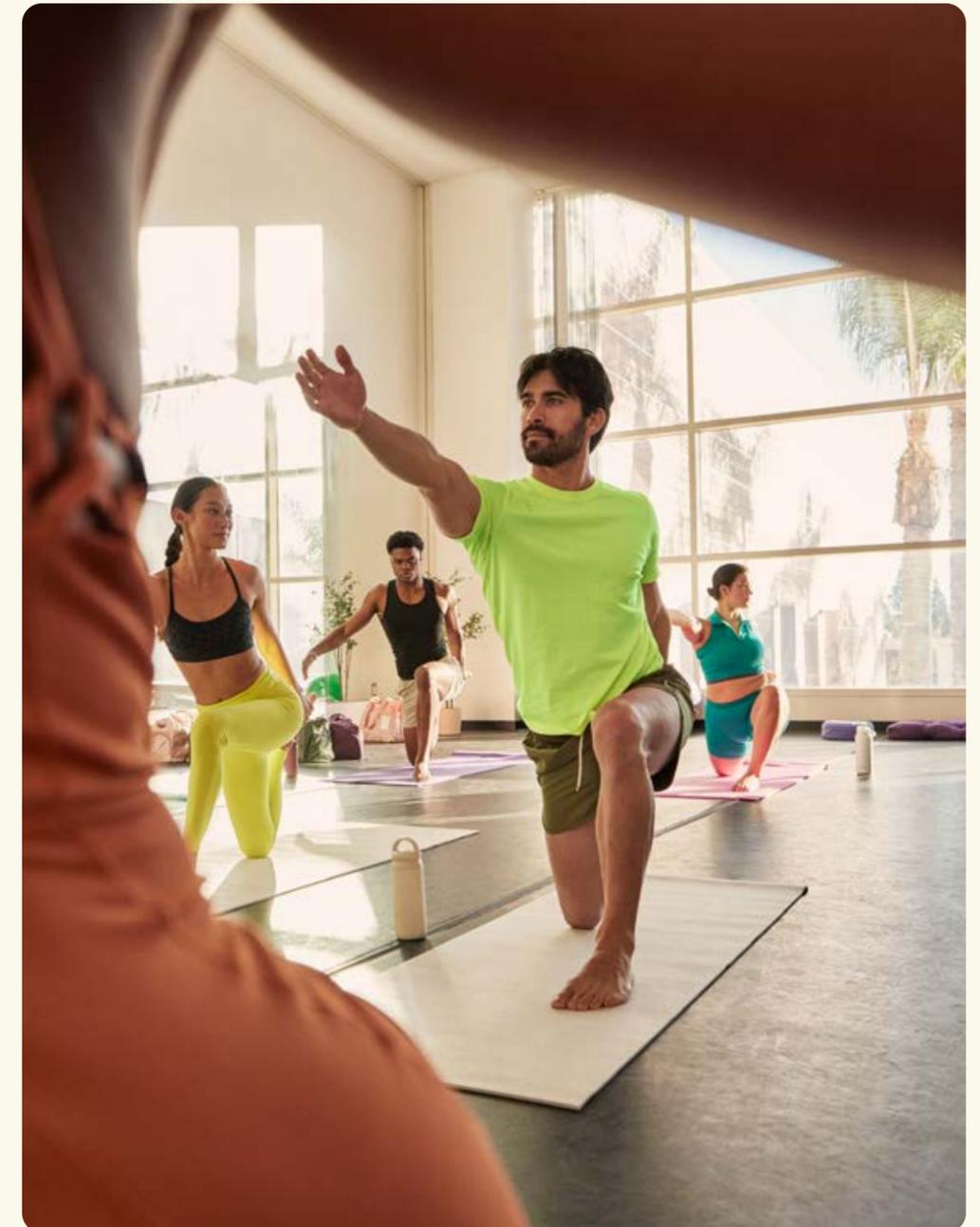
### Nachweise von Dritten nutzen

- Teilen Sie Erkenntnisse von renommierten Gesundheitsfachleuten, Forschenden im Bereich Wohlbefinden und Branchenanalyst:innen, die die Wirksamkeit strukturierter Wellbeing-Programme bei der Förderung der Mitarbeitergesundheit und der Unternehmensleistung belegen.
- Präsentieren Sie Daten führender Organisationen und Forschungseinrichtungen, die den Return on Investment solcher Initiativen quantifizieren – etwa durch gesunkene Gesundheitskosten, geringere Fluktuation und eine höhere Produktivität.
- Heben Sie Fallstudien hervor, in denen externe Validierung maßgeblich dazu beigetragen hat, Führungskräfte von Wellbeing-Initiativen zu überzeugen. Glaubwürdige Drittquellen können dazu beitragen, bestehende Vorbehalte zu überwinden und fundierte Entscheidungen zu fördern.

## Lösung 4

### Feedback der Mitarbeitenden vor der Implementierung präsentieren

- Führen Sie Umfragen oder Fokusgruppen durch, um das Interesse der Mitarbeitenden an Wellbeing-Programmen zu erfassen und ihren Wunsch nach strukturierter Unterstützung in Bereichen wie mentale Gesundheit, körperliche Fitness und Stressmanagement deutlich zu machen.
- Teilen Sie Aussagen von Mitarbeitenden darüber, wie sich entsprechende Initiativen positiv auf ihre Produktivität, Zufriedenheit und ihr allgemeines Wohlbefinden auswirken könnten, um den potenziellen Nutzen des Programms zu unterstreichen.
- Präsentieren Sie dieses Feedback der Unternehmensführung als klaren Hinweis auf die Motivation der Mitarbeitenden. Zeigen Sie, wie ein Wellbeing-Programm gezielt auf diese Bedürfnisse eingeht und eine gesündere, motiviertere Unternehmenskultur schaffen kann.



## Einwand 5:

### Die Verwaltung von Wellbeing-Programmen ist zu aufwändig

Einige CEOs (21 %) befürchten, dass Wellbeing-Programme die HR-Abteilung mit zusätzlicher Arbeit überlasten. Im Gegenteil: Mit dem richtigen Ansatz lassen sich Wellbeing-Initiativen nahtlos, wirkungsvoll und einfach umsetzen. Die CEOs, die davon überzeugt werden konnten, haben auf ihre Mitarbeitenden gehört, Führungskräfte eingebunden, von anderen Unternehmen gelernt, Pilotprogramme gestartet und den Fokus auf den Return on Investment gelegt. Hier erfahren Sie, wie HR-Abteilungen Bedenken in Handlungsbereitschaft verwandeln können.

#### Lösung 1

##### Einfache und automatisierte Lösungen präsentieren

- Präsentieren Sie Wellbeing-Plattformen, die möglichst einfach eingeführt werden können. Heben Sie digitale Tools hervor, die Prozesse wie Anmeldung, Teilnahmeverfolgung und Berichterstattung automatisieren und damit nicht nur den Verwaltungsaufwand erheblich reduzieren, sondern auch eine reibungslose Einbindung der Mitarbeitenden ermöglichen.
- Führen Sie Beispiele von Unternehmen an, in denen automatisierte Wellbeing-Programme HR-Verantwortlichen den Freiraum verschafft haben, sich stärker auf strategische Aufgaben zu konzentrieren, statt auf die tägliche Programmverwaltung.
- Zeigen Sie auf, wie diese Lösungen unkompliziert in bestehende Benefits-Systeme integriert werden können und so eine skalierbare Erweiterung ermöglichen – insbesondere dann, wenn die Mitarbeiterbeteiligung wächst.

#### Lösung 2

##### Expertise von Dritten nutzen

- Schlagen Sie vor, mit externen Anbietern von Wellbeing-Lösungen zusammenzuarbeiten, die die Implementierung und Verwaltung übernehmen können. So wird die HR-Abteilung entlastet, während gleichzeitig sichergestellt ist, dass qualitativ hochwertige Angebote bereitgestellt werden.
- Geben Sie praxisnahe Beispiele von Unternehmen, die durch den Einsatz externer Plattformen und Expertise erfolgreiche Wellbeing-Programme mit minimalem internem Ressourcenaufwand umgesetzt haben.
- Heben Sie hervor, wie externe Anbieter Fachwissen, bewährte Engagementstrategien und Skaleneffekte einbringen, um Programme wirksamer und effizienter zu machen.

### Lösung 3

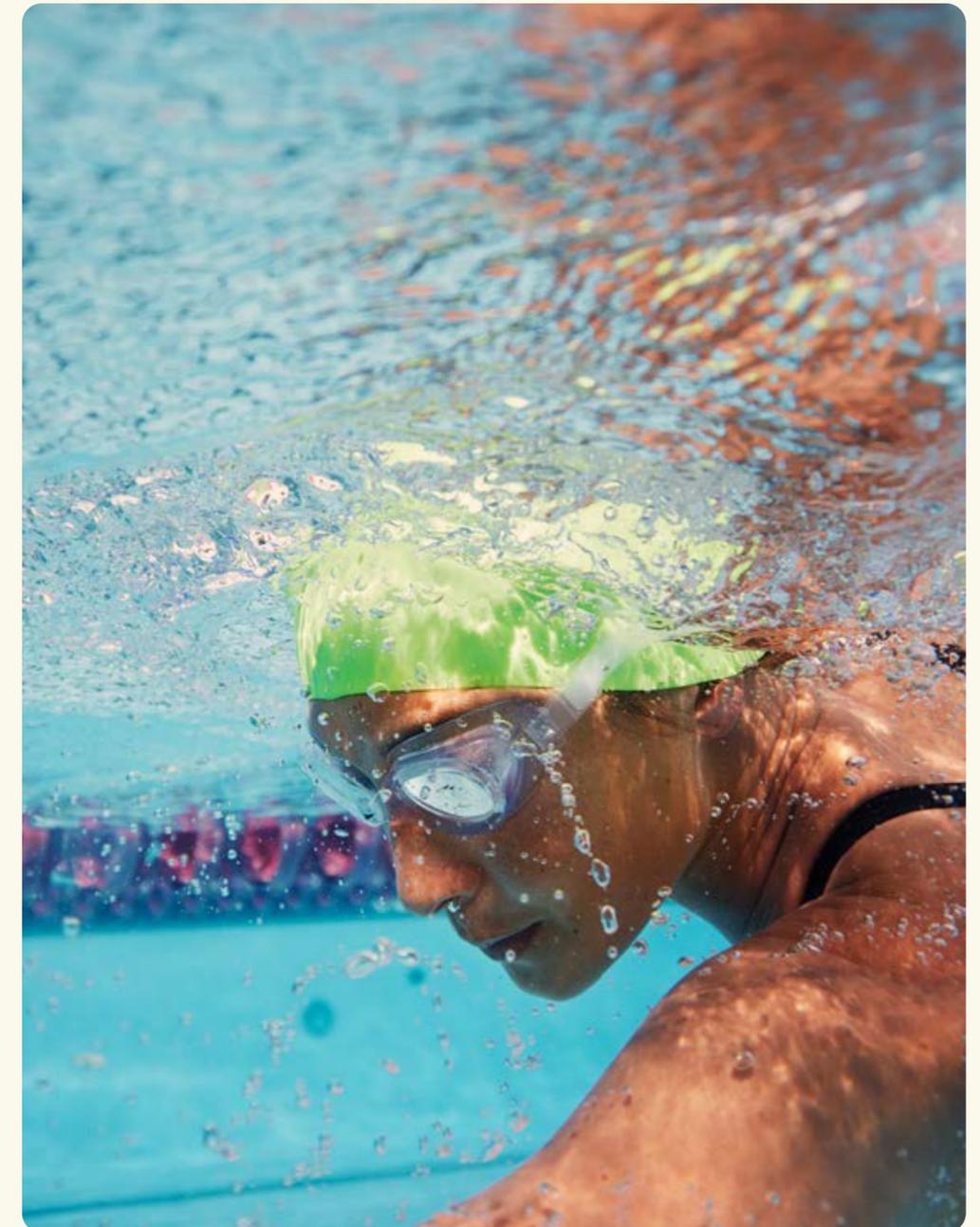
#### Einbindung von Führungskräften und Mitarbeitenden betonen

- Motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden, indem Sie ihnen Führungsrollen übertragen. Schlagen Sie vor, von Mitarbeitenden geleitete Wellbeing-Komitees zu etablieren oder Botschafter:innen zu benennen, die die Teilnahmequote steigern, Peer-Support leisten, Aktivitäten koordinieren und gleichzeitig die HR-Abteilung entlasten.
- Sichern Sie sich zudem die Unterstützung der Führungsebene. Ermutigen Sie Führungskräfte und Manager:innen, sich aktiv an Wellbeing-Programmen zu beteiligen, um deren Relevanz zu unterstreichen und die unternehmensweite Akzeptanz zu fördern. Studien belegen, dass die Einbindung von Führungskräften das Engagement der Mitarbeitenden deutlich erhöht und Wellbeing als Unternehmenspriorität etabliert.
- Heben Sie Beispiele für Erfolgsgeschichten hervor, in denen peer-gesteuerte Wellbeing-Programme die Teilnahme gesteigert, die Teamkultur gestärkt und einen nachhaltigen Sinn rund um das Thema Wohlbefinden im gesamten Unternehmen geschaffen haben.

### Lösung 4

#### Klares und effizientes Reporting präsentieren

- Empfehlen Sie intuitive, benutzerfreundliche Dashboards, die zentrale Wellbeing-Kennzahlen wie Teilnahmequoten, Zufriedenheit und Kosteneinsparungen abbilden. So kann Ihre HR-Abteilung die Wirkung von Programmen effektiv kommunizieren.
- Führen Sie Praxisbeispiele von Unternehmen an, die durch eine optimierte Datenvisualisierung das Buy-in der Geschäftsleitung gesichert, Strategien datenbasiert angepasst und den Return on Investment überzeugend dargestellt haben.
- Verdeutlichen Sie zudem, wie Wellbeing-Kennzahlen mit übergeordneten Unternehmenszielen wie geringeren Fehlzeiten, höherer Mitarbeiterbindung und gesteigerter Produktivität zusammenhängen, damit Führungskräfte den betriebswirtschaftlichen Mehrwert klar erkennen.



## FAZIT

Bedenken gegenüber Wellbeing-Programmen sind keine Hindernisse, sondern Chancen, einen Unterschied zu machen. Jede Führungskraft wird vor der Einführung eines Wellbeing-Programms Fragen oder Bedenken haben, aber jede Herausforderung stellt eine Gelegenheit dar, den Business Case für Wohlbefinden am Arbeitsplatz zu stärken. CEOs sprechen am stärksten auf klare Daten, überzeugende Renditekennzahlen und authentisches Feedback von Mitarbeitenden an. HR-Verantwortliche, die proaktiv auf häufige Einwände eingehen – etwa Zweifel an der Teilnahmequote, begrenzte Budgets, bereits bestehende Wellbeing-Maßnahmen, Fragen zur Wirksamkeit oder zum Verwaltungsaufwand – können sich die Zustimmung der Vorstandsebene sichern.

So gelingt es Ihnen, Bedenken auszuräumen:

- Antizipieren Sie mögliche Einwände und bereiten Sie gezielte Lösungen vor, indem Sie sowohl aussagekräftige Daten als auch authentisches Feedback von Mitarbeitenden einbeziehen.
- Positionieren Sie Wellbeing-Programme klar als strategische Investition mit nachweisbarem Nutzen, die eng auf zentrale Unternehmensziele wie Produktivität, Mitarbeiterbindung und Arbeitgeberattraktivität ausgerichtet sind.
- Stützen Sie Ihre Argumentation auf Nachweise von unabhängigen Dritten sowie Branchen-Benchmarks, um Glaubwürdigkeit zu schaffen und Vorbehalte abzubauen.

- Vereinfachen Sie die Umsetzung durch den Einsatz digitaler, mobiler Plattformen und stärken Sie die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden, um Effizienz und Wirkung zu steigern.

Unternehmen, die Bedenken in einen konstruktiven, strategischen Dialog verwandeln, gewinnen nicht nur die Zustimmung der Führungsebene, sie legen auch den Grundstein für eine nachhaltige, gesunde und leistungsstarke Unternehmenskultur.



# 7 Der Wellhub-Effekt

## Wellhub verbessert nicht nur deutlich das Wohlbefinden, sondern auch die Unternehmensleistung.

CEOs von Unternehmen, die ihren Mitarbeitenden Wellhub anbieten, engagieren sich stärker für Wohlbefinden am Arbeitsplatz, berichten von einem besseren persönlichen und organisatorischen Wohlbefinden und erzielen einen höheren Return on Investment. Diese Ergebnisse beruhen auf den zentralen Stärken von Wellhub: Flexible Angebote, die in jeden Zeitplan passen, umfassende Optionen für körperliches, mentales und finanzielles Wohlbefinden sowie ein ganzheitlicher Ansatz, der Mitarbeitende rundum unterstützt.

Dieses ganzheitliche Modell bewirkt greifbare Veränderungen, darunter eine geringere Fluktuation, niedrigere Gesundheitsausgaben und bessere Unternehmensergebnisse.

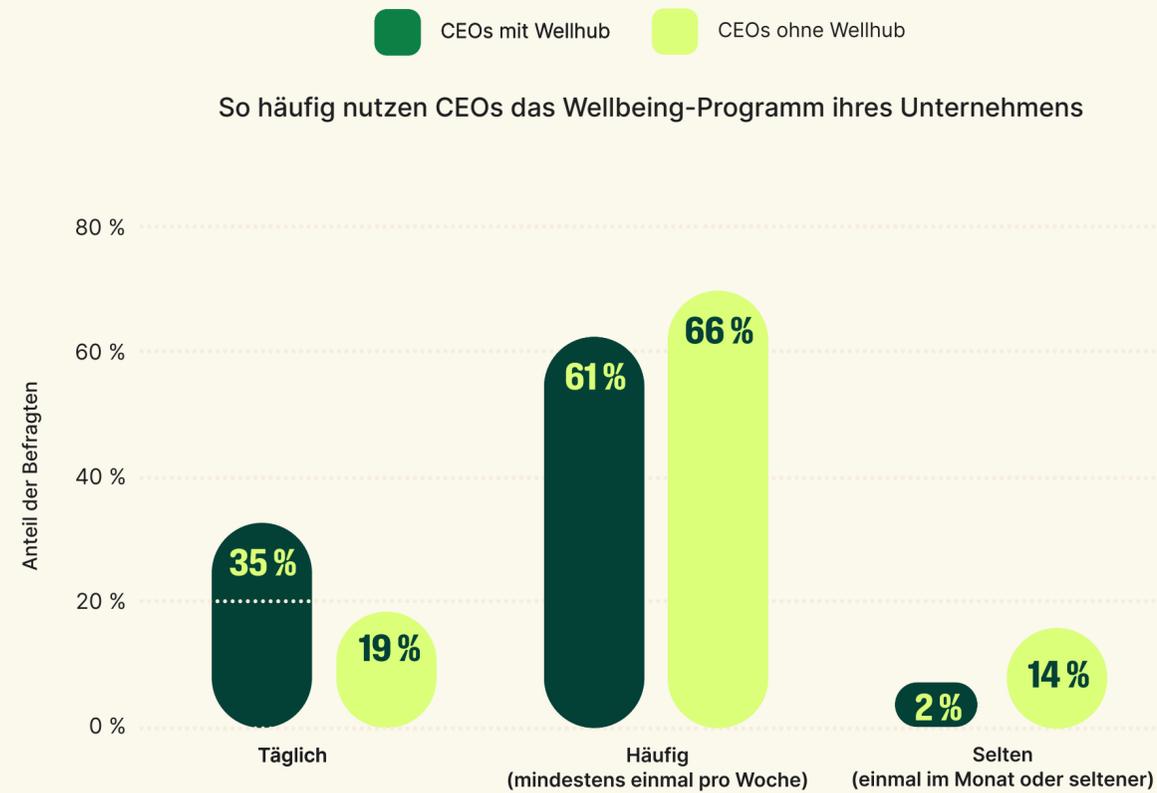
79 % der CEOs in Unternehmen mit Wellhub betrachten Wellbeing-Programme als Investition, im Vergleich zu 75 % in Unternehmen ohne Wellhub. Dass beide Gruppen Wohlbefinden in ähnlichem Maße als Investition betrachten, zeigt,

dass die anfängliche Einstellung zu Wellbeing-Programmen nicht entscheidend ist. Der Unterschied liegt in der Wirkung: Wellhub schafft es, sie in konkrete, messbare Resultate zu übersetzen.

## 7.1 Eine vom Management geförderte Kultur des Wohlbefindens

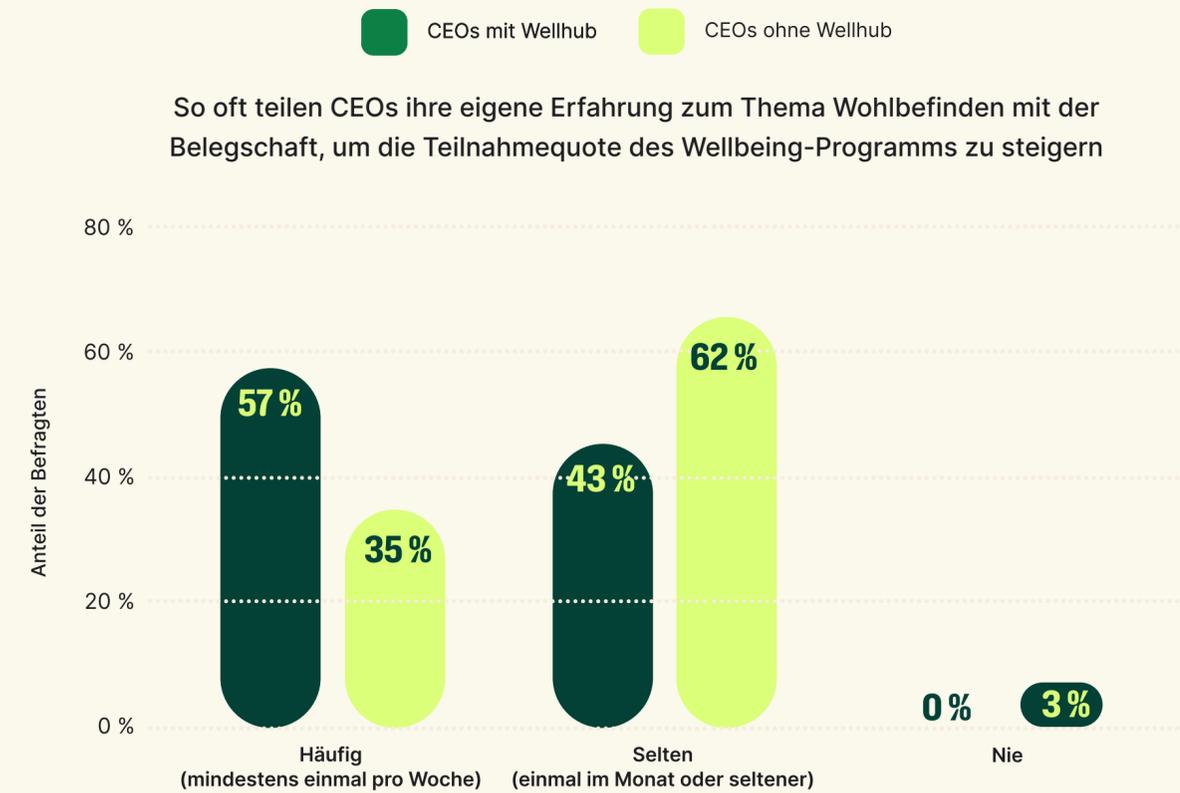
Wellbeing-Programme sind dann erfolgreich, wenn die Führungskräfte mit gutem Beispiel vorangehen. Bei Unternehmen mit Wellhub ist genau das der Fall: 35 % der CEOs nutzen ihr Wellbeing-Programm (d. h. Wellhub) täglich, verglichen mit nur 19 % der CEOs von Unternehmen, in denen Wellhub nicht Teil des Wellbeing-Programms ist.

**CEOs MIT ZUGANG ZU WELLHUB NUTZEN IHR WELLBEING-PROGRAMM HÄUFIGER ALS CEOs OHNE ZUGANG ZU WELLHUB**



Die Führungskräfte gehen so mit gutem Beispiel für ihre Mitarbeitenden voran. In Unternehmen mit Wellhub geben 57 % der CEOs an, dass ihre Belegschaft mindestens einmal pro Woche über ihre Wellbeing-Routinen spricht. Das sind deutlich mehr als die 35 % in Unternehmen ohne Wellhub.

**CEOs MIT WELLHUB SPRECHEN MEHR ÜBER IHR WOHLBEFINDEN ALS FÜHRUNGSKRÄFTE IN UNTERNEHMEN OHNE WELLHUB**



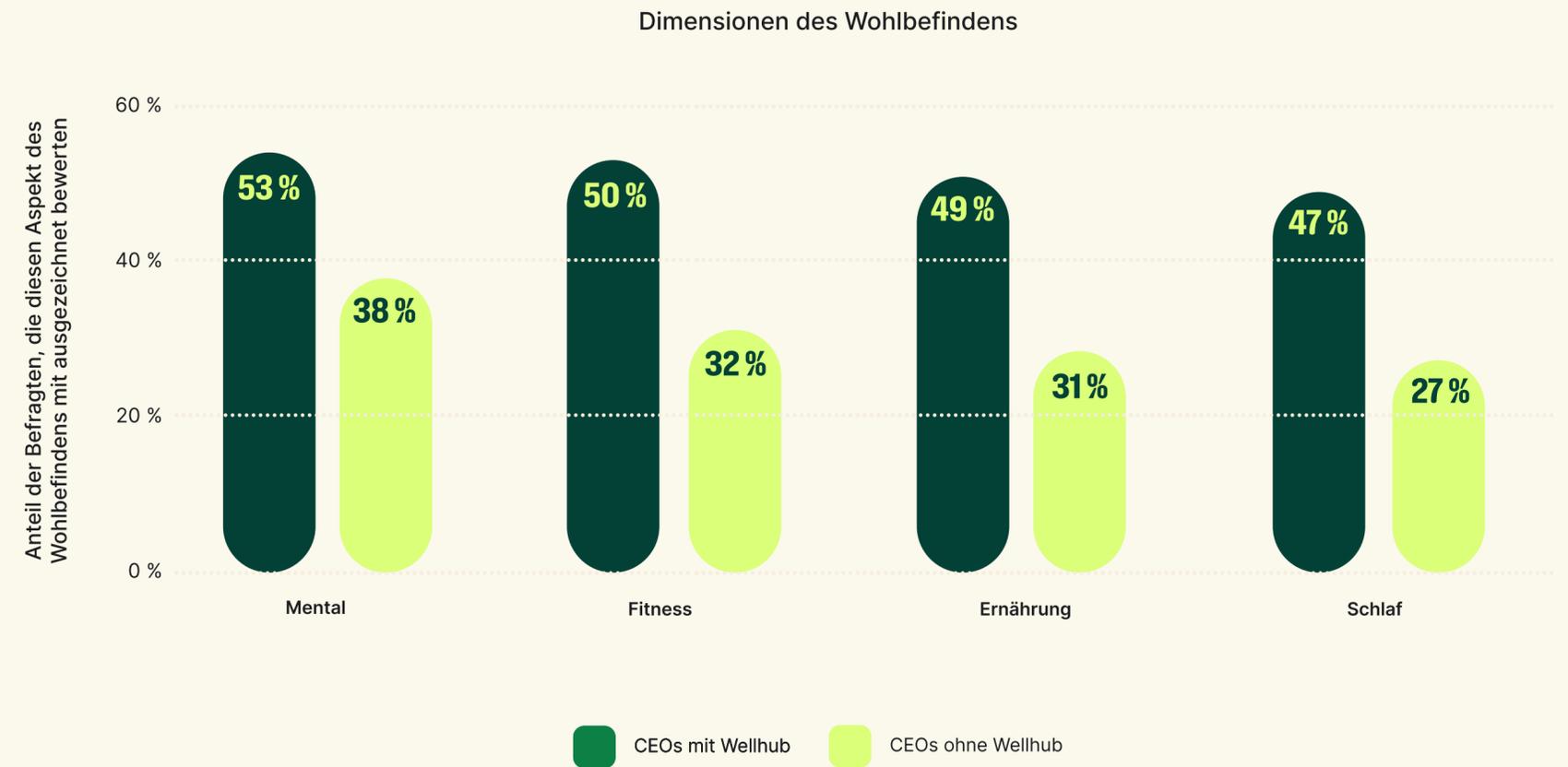
Hier geht es also nicht nur um ein Programm, sondern um eine Unternehmenskultur, in der Wohlbefinden ein Teil des Arbeitsalltags ist, über den wirklich gesprochen wird – nicht nur ein HR-Schlagwort.

## 7.2 Wellbeing beginnt ganz oben – mit gesunden CEOs

Wenn es Führungskräften gut geht, geht es auch ihren Unternehmen gut. Und in Unternehmen, die auf Wellhub setzen, unterstützen die CEOs nicht nur das Wohlbefinden, sie verkörpern es.

60 % der CEOs von Unternehmen mit Wellhub bewerten ihr allgemeines Wohlbefinden als ausgezeichnet – weit mehr als die 40 % der Führungskräfte von Unternehmen ohne Wellhub, die dasselbe von sich sagen. Fast die Hälfte (48 %) der CEOs mit Wellhub berichten von einer deutlichen Verbesserung ihres Wohlbefindens im vergangenen Jahr, verglichen mit nur 26 % ihrer Kolleg:innen, die nicht auf Wellhub setzen.

### CEOs MIT WELLHUB VERZEICHNEN DURCHGÄNGIG EIN BESSERES WOHLBEFINDEN



Diese Auswirkungen zeigen sich in allen Aspekten der Gesundheit:

## Mentales Wohlbefinden



53 % der CEOs mit Wellhub bewerten es als exzellent, verglichen mit 38 % der CEOs ohne Wellhub.

## Fitness



50 % der CEOs mit Zugang zu Wellhub berichten von einer ausgezeichneten körperlichen Gesundheit, im Vergleich zu 32 % ihrer Kolleg:innen.

## Ernährung



49 % der CEOs mit Zugang zu Wellhub geben an, dass ihre Ernährungsgesundheit ausgezeichnet ist. Nur 31 % der CEOs ohne Wellhub-Zugang sagen dasselbe.

## Schlaf



47 % der CEOs mit Zugang zu Wellhub berichten von erholsamem Schlaf, verglichen mit nur 27 % der CEOs ohne Zugang zum Wellhub-Ökosystem.

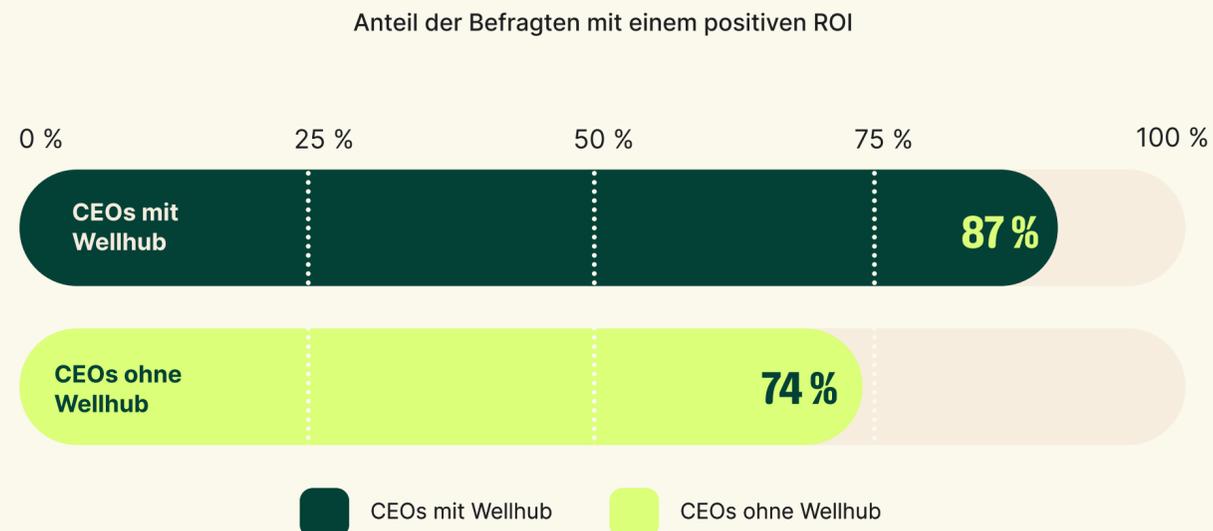
Was vielleicht am eindrucksvollsten ist: **81 % der CEOs mit Wellhub geben an, dass ihre Führungsrolle ihr Wohlbefinden verbessert**, während nur 70 % der Führungskräfte ohne Wellhub dasselbe empfinden. In Unternehmen mit Wellhub ist Arbeit für die Führungskräfte nicht bloß etwas, das sie hinter sich bringen müssen, sondern etwas, auf dem sie aufbauen. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich die Effekte gegenseitig verstärken: CEOs, die in Wellbeing-Programme investieren, nutzen sie auch stärker. Und wenn Wohlbefinden in der Chefetage beginnt, wird es sich auf messbare und bedeutende Weise auf die gesamte Unternehmenskultur auswirken.

## 7.3 Der Wellbeing-ROI: Wie Wellhub Leistung und Gewinn steigert

Nicht nur die Menschen, sondern auch die Unternehmen profitieren von Wellbeing. Und bei Unternehmen, die auf Wellhub setzen, spricht die Rendite für sich selbst.

87 % der CEOs von Unternehmen, die Wellhub anbieten, berichten über einen positiven Return on Investment ihrer Wellbeing-Programme, verglichen mit nur 74 % der CEOs von Unternehmen ohne Wellhub.

### CEOs MIT WELLHUB VERZEICHNEN EHER EINE POSITIVE RENDITE BEI IHREM WELLBEING-PROGRAMM



Doch es geht nicht nur darum, sich gut zu fühlen – es geht auch darum, mehr zu leisten.

## Höhere Renditen, weniger Fragezeichen

Unternehmen mit Wellhub erzielen mit größerer Wahrscheinlichkeit einen höheren Return on Investment:

- **3 %** melden Renditen von über 200 % – ein Niveau, das kein Unternehmen ohne Wellhub erreicht hat.
- **24 %** erzielen mittlere Renditen zwischen 101–150 %, verglichen mit nur 17 % bei Nicht-Wellhub-Unternehmen.

Noch viel aussagekräftiger? CEOs ohne Wellhub geben mehr als viermal so häufig an, dass sie nicht wissen, ob sich ihre Investitionen in Wohlbefinden auszahlen. Bei Wellhub ist die Wirkung leicht zu erkennen.

## Messbare Auswirkung auf Kernkosten

Wellhub ermöglicht Einsparungen in großem Maßstab:

- **Mit einer Senkung der Fluktuation von bis zu 30 %** konnten Unternehmen allein im Jahr 2023 weltweit rund 50 Millionen US-Dollar an Recruiting- und Einstellungskosten einsparen (Wellhub, Wellhub für Unternehmen, o. D.; Hirose, 2024).
- **91 % der Wellhub-Kunden berichten von niedrigeren Gesundheitsausgaben, wobei einige die Kosten um bis zu 35 % senken konnten. Die Gesamteinsparungen bei Gesundheitsausgaben im letzten Jahr lagen bei weltweit 200 Millionen US-Dollar (Hirose, 2024).**

## Menschliches Potenzial entfalten

Wohlbefinden bedeutet nicht nur, Kosten zu senken, sondern auch, das Potenzial der Mitarbeitenden freizusetzen:

- **52 % der Wellhub-Kunden berichten von erheblichen Produktivitätssteigerungen, was zeigt, dass eine Belegschaft, die sich wohlfühlt, auch eine leistungsstarke Belegschaft ist.**

Wenn Wohlbefinden fester Teil der Unternehmensstruktur ist und von der Geschäftsführung gefördert wird, wird es zu einem strategischen Vorteil. Wellhub macht Wohlbefinden von einem Einzelposten zu einem Wachstumstreiber. Unternehmen, die sich das zu eigen machen, sind nicht nur gesünder, sondern auch erfolgreicher.

## FAZIT

Wellhub verwandelt Wellbeing von einem Nice-to-have in eine klare Unternehmensstrategie. Unternehmen, die Wellhub anbieten, berichten von einem höheren Return on Investment, einer um bis zu 30 % geringeren Fluktuation und Einsparungen bei den Gesundheitsausgaben in zweistelliger Millionenhöhe – und das alles bei einer deutlichen Steigerung der Produktivität. Anstatt eines abstrakten Benefits wird Wellbeing zu einem sichtbaren, datenbasierten Vorteil, der die Unternehmenskultur stärkt, Kosten reduziert und nachhaltiges Wachstum fördert. So wirkt sich gelebtes Wohlbefinden im Arbeitsalltag wirklich aus.



# 8 Fazit

**Wenn CEOs Wellbeing-Programme als eine strategische Investition betrachten, ist der Nutzen unbestreitbar. Unternehmen verzeichnen bessere finanzielle Ergebnisse, ein stärkeres Mitarbeiterengagement, eine größere Resilienz und messbare Einsparungen bei Gesundheits- und Fluktuationskosten.**

Doch trotz dieser erwiesenen Vorteile stehen viele Unternehmen weiterhin vor einem zentralen Problem. Führungskräfte glauben zwar überwiegend an Wellbeing, doch viele Mitarbeitende spüren dieses Engagement nicht – eine Diskrepanz, die ein echtes Unternehmensrisiko darstellt.

Strukturierte Wellbeing-Programme überbrücken diese Lücke und verwandeln die Absichten der Führungsebene in greifbare Ergebnisse für die Mitarbeitenden. Programme, die flexibel, ganzheitlich und fest in die Unternehmensstrategie

integriert sind, steigern die Produktivität, reduzieren Fehlzeiten und senken die Kosten signifikant. Aber gute Absichten allein reichen nicht für den Erfolg dieser Programme. Das Engagement der Führungskräfte – gestützt auf eindeutige, transparente Daten – ist entscheidend. CEOs brauchen klare, regelmäßige Berichte über den ROI von Wellbeing-Initiativen, die das Wohlbefinden der Mitarbeitenden direkt mit zentralen Geschäftskennzahlen wie Engagement, Kundenbindung und Kostensenkungen verknüpfen. Wenn Wohlbefinden nicht länger als Ermessensausgabe betrachtet wird, sondern als integraler Bestandteil von Gesundheits- und Finanzstrategien, erhält es die Priorität bei der Budgetierung und die strategische Relevanz, die ihm zusteht.

Doch Daten allein reichen nicht aus. Der eigentliche Wendepunkt entsteht, wenn Führungskräfte sich persönlich für Wellbeing-Initiativen engagieren. CEOs, die aktiv teilnehmen, etwa an Fitness-Challenges, offen über mentale Gesundheit sprechen oder ihre eigenen Wellbeing-Erfahrungen teilen, verleihen den Programmen Sichtbarkeit, was die Beteiligung unter den Mitarbeitenden fördert. Durch dieses Engagement wird aus einem einfachen Wellbeing-Programm ein unverzichtbarer Teil der Unternehmenskultur – mit nachhaltiger Wirkung.

## Das Fazit? Wellbeing ist nicht nur ein optionaler Benefit für Mitarbeitende, sondern ein echter Wettbewerbsvorteil.

Die Zukunft gehört denjenigen Unternehmen, die den Menschen in den Mittelpunkt stellen. Wenn Wellbeing auf allen Ebenen, von der Vorstandsetage bis zum Pausenraum, fest verankert ist, wachsen Unternehmen nicht nur, sie gedeihen.



# 9 Wohlbefinden weltweit

## Argentinien

**62 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**95 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**54 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**44 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**59 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**46 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**88 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**55 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**27 %**

der CEOs geben als größte Sorge die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen an. Dies ist der häufigste Hinderungsgrund für die Einführung solcher Programme.



## Brasilien

**70 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**97 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**66 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**65 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**77 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**52 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**94 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**67 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**28 %**

der CEOs geben als größte Sorge die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen an. Dies ist der häufigste Hinderungsgrund für die Einführung solcher Programme.



## Chile

**52 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**95 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**60 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**56 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**54 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**33 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**89 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**47 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**41 %**

der CEOs geben als größte Sorge die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen an. Dies ist der häufigste Hinderungsgrund für die Einführung solcher Programme.

 **Deutschland****50 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**92 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**66 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**43 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**45 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**42 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**72 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**36 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**25 %**

der CEOs geben an, dass die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen ihre größte Sorge ist.

 **Italien****54 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**95 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**64 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**47 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**51 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**60 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**76 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**35 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**21 %**

der CEOs geben an, dass die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen ihre größte Sorge ist.



## Mexiko

**74 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**97 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**66 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**63 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**68 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**47 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**93 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**57 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**39 %**

der CEOs geben als größte Sorge die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen an. Dies ist der häufigste Hinderungsgrund für die Einführung solcher Programme.

 **Rumänien****56 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**92 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**58 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**47 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**55 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**43 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**75 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**41 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**30 %**

der CEOs geben an, dass die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen ihre größte Sorge ist.

 **Spanien****50 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**89 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**43 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**47 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**59 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**51 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**80 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**43 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**30 %**

der CEOs geben an, dass die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen ihre größte Sorge ist.

 **Vereinigtes Königreich****58 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**97 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**58 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**45 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**47 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**29 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**76 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**47 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**32 %**

der CEOs geben an, dass die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen ihre größte Sorge ist.

**49 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass Wohlbefinden ausschlaggebend für den finanziellen Erfolg ihres Unternehmens ist.

**93 %**

der CEOs haben die endgültige Entscheidungskraft über Budgets für Wellbeing-Initiativen.

**54 %**

der CEOs, die mindestens einmal pro Monat Daten zu den Auswirkungen erhalten, haben im letzten Jahr die Investition in ihr Wellbeing-Programm deutlich erhöht.

**45 %**

der CEOs stimmen voll und ganz zu, dass den Mitarbeitenden ihr Wohlbefinden genauso wichtig ist wie ihr Gehalt.

**43 %**

der CEOs investieren in Wellbeing-Programme, um die Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu fördern.

**44 %**

der CEOs, die täglich ihr eigenes Wellbeing-Programm nutzen, haben im letzten Jahr die Investition in das Programm deutlich erhöht.

**79 %**

der CEOs verzeichnen einen positiven ROI bei ihrem Wellbeing-Programm.

**40 %**

geben an, dass ihr Wellbeing-Programm einen großen Einfluss auf die Produktivität der Belegschaft hat.

**22 %**

der CEOs geben an, dass die Teilnahmequote an Wellbeing-Programmen ihre größte Sorge ist.

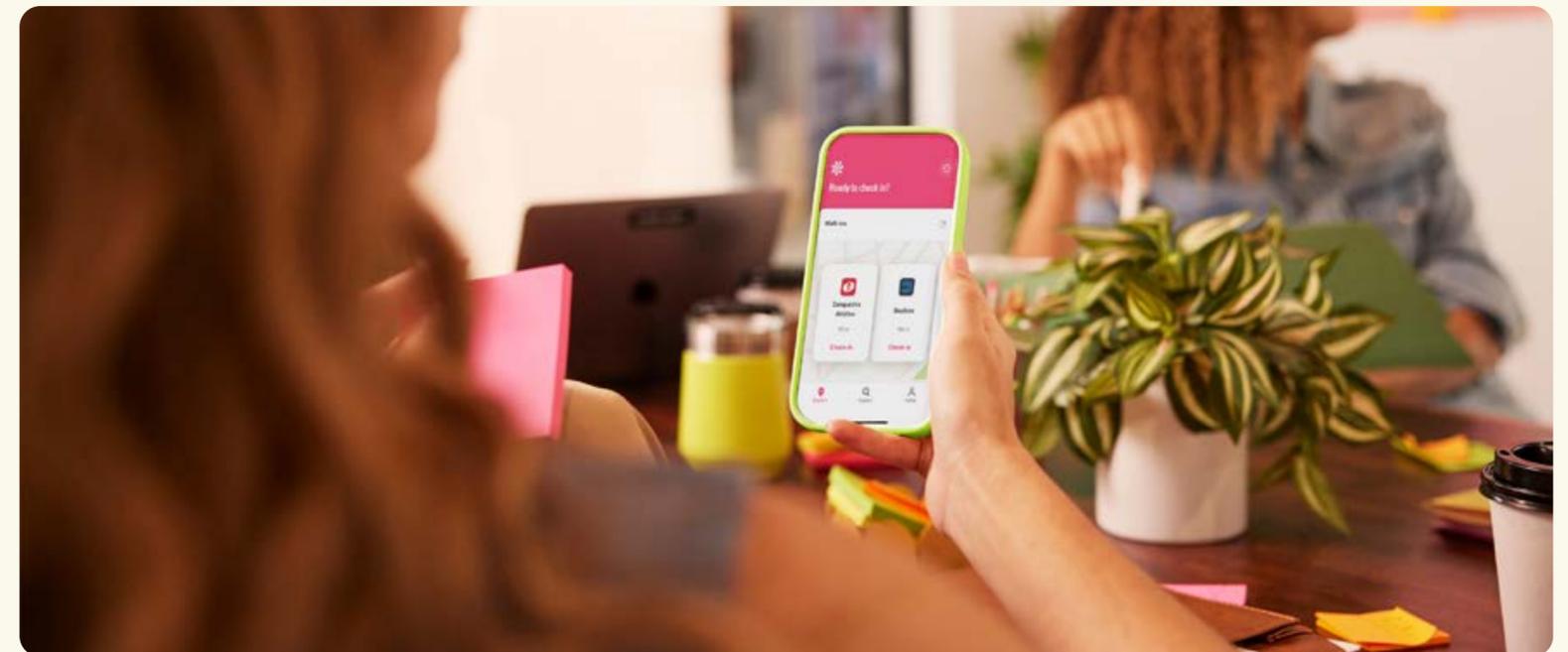
# 10 Über Wellhub

**Wellhub ist eine der beliebtesten Wellbeing-Plattformen für Unternehmen und bietet ein breit aufgestelltes Netzwerk aus Sport-, Freizeit- und Wellnesseinrichtungen, Kursen, Personal Training und Wellbeing-Apps – alles in einem einzigen Mitarbeiterbenefit.**

Über 15.000 Unternehmen bieten ihren Mitarbeitenden bereits Wellhub an, um ihnen die Möglichkeit zu geben, zu trainieren, sich gesünder zu ernähren, besser zu schlafen und sich wohlfühlen, indem sie Zugang zu Fitness- und Wellbeing-Partnern über Abonnements erhalten, die bis zu 50 % weniger kosten als herkömmliche Fitnessstudio-Mitgliedschaften.\*

Wellhub hat die Zahl der Mitarbeitenden, die sich aktiv um ihr Wohlbefinden kümmern, mehr als verdoppelt. Diese breite Beteiligung führt dazu, dass

die Fluktuationswahrscheinlichkeit um bis zu 30 % sinkt\*\* und Unternehmen bis zu 35 % ihrer Gesundheitskosten einsparen\*\*\*. Eine Investition in das Wohlbefinden der Mitarbeitenden ist eine Investition in die Unternehmensleistung. Informieren Sie sich jetzt auf [Wellhub.com](https://www.wellhub.com).



\* Basierend auf internen Daten.

\*\* Ergebnisse einer internen Analyse von drei Kunden mit insgesamt 19.000 Nutzer:innen.

\*\*\* Interne Studie, die von Wellhub mit Kunden in Brasilien zwischen Januar 2019 und Mai 2022 durchgeführt wurde. Nutzer:innen gelten als „moderat und darüber“ mit mehr als fünf Check-ins pro Monat.

## Unser weltweiter Einfluss



**12**  
Länder



**> 900**  
Aktivitäten



**> 7.500**  
Städte



**> 70.000**  
Fitnessstudios, Kurse, Trainer:innen und  
Wellbeing-Apps – vor Ort und online



**> 15.000**  
Kunden



**9 Milliarden Minuten**  
Wohlbefinden für Mitarbeitende



**500 Millionen**  
Check-ins



**> 3,5 Millionen**  
Abonent:innen

# Anhänge

---

## METHODIK

Wellhub hat die Umfrage zum Wellbeing-ROI 2025 durchgeführt, um die Beweggründe von CEOs für Investitionen in und die Teilnahme an Wellbeing-Programmen in Unternehmen zu ermitteln.

Zwischen dem 24. Januar 2025 und dem 7. Februar 2025 wurden CEOs und Unternehmensinhabende online durch das Umfrageinstitut QuestionPro befragt. Zu den Befragten gehörten CEOs, Vorstandsvorsitzende und geschäftsführende Gesellschafter:innen/Bereichsleiter:innen von Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitenden. Die Ergebnisse haben ein Konfidenzniveau von 95 % und eine Fehlerquote von 5 %. Die Antwortmöglichkeiten für die 57 Fragen der Umfrage (siehe „Umfragefragen“) umfassten Likert-Skalen, Multiple-Choice-Fragen und Multi-Choice-Auswahlen sowie offen gestellte Fragen.

Die Befragten waren in den USA, im Vereinigten Königreich, in Brasilien, Argentinien, Chile, Rumänien, Spanien, Italien, Deutschland und Mexiko ansässig. Aus jedem Land wurden zwischen 150 und 151 Antworten gesammelt.

## UMFRAGEFRAGEN

1. Welche Rolle bekleiden Sie derzeit in Ihrem Unternehmen?
2. Wie viele Vollzeitbeschäftigte hat Ihr Unternehmen?
3. In welcher der folgenden Branchen ist Ihr Unternehmen tätig?
4. Wann wurden Sie geboren?
5. In welchem Land leben Sie derzeit?
6. Betrachten Sie Wellbeing-Programme eher als Kosten oder als Investition?
7. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu:
  - 7.1. Mein Unternehmen trägt die Verantwortung dafür, dass unsere Beschäftigten auf ihr Wohlbefinden achten.
  - 7.2. Für meine Mitarbeitenden ist das persönliche Wohlbefinden genauso wichtig wie das Gehalt.
  - 7.3. Meine Mitarbeitenden würden erwägen, das Unternehmen zu verlassen, wenn wir nichts für ihr Wohlbefinden tun würden.
  - 7.4. Mein Unternehmen wird nur dann als potenzieller Arbeitgeber in Erwägung gezogen, wenn wir dem Wohlbefinden der Mitarbeitenden einen hohen Stellenwert einräumen.
  - 7.5. Das Wohlbefinden meiner Mitarbeitenden ist für den finanziellen Erfolg meines Unternehmens äußerst wichtig.

- 8.** Welche der folgenden Programme für Fitness oder körperliches Wohlbefinden bietet Ihr Unternehmen den Mitarbeitenden an? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 9.** Welche der folgenden Programme für emotionales Wohlbefinden bietet Ihr Unternehmen den Mitarbeitenden an? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 10.** Welche der folgenden Programme für finanzielles Wohlbefinden bietet Ihr Unternehmen den Mitarbeitenden an? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 11.** Warum haben Sie in die oben genannten Wellbeing-Programme für körperliches, emotionales und finanzielles Wohlbefinden investiert? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 12.** Welches sind Ihre größten Bedenken oder Einwände in Bezug auf Investitionen in die oben erwähnten Wellbeing-Programme für körperliches, emotionales und finanzielles Wohlbefinden? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 13.** Was hat Ihnen in Bezug auf die oben genannten Bedenken/Einwände bei der Überwindung dieser Herausforderungen geholfen? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 14.** Welche sind die wichtigsten Kriterien, die Sie und Ihr Team bei der Evaluierung eines Wellbeing-Programms in Betracht ziehen?
- 15.** Hatten Sie die endgültige Entscheidungskraft über das Budget für das Wellbeing-Programm?
- 16.** Waren die Kosten für das Wellbeing-Programm Bestandteil des Budgets für das betriebliche Gesundheitsmanagement?

- 17.** Wie stark waren Sie in den Prozess zur Auswahl eines Wellbeing-Programms eingebunden?
- 18.** Wie haben sich Ihre Investitionen in Ihr Wellbeing-Programm seit dem letzten Jahr verändert?
- 19.** Wie werden sich Ihre Investitionen in Ihr Wellbeing-Programm im nächsten Jahr verändern?
- 20.** Wie häufig werden Sie über die Auswirkungen Ihres Wellbeing-Programms informiert?
- 21.** Welche konkreten Datenpunkte oder Erkenntnisse sind Ihnen bei der Bewertung des Erfolgs eines Wellbeing-Programms am wichtigsten? (Bitte eine Antwort auswählen)
- 22.** Welche Auswirkung hat Ihr Wellbeing-Programm Ihrer Meinung nach auf die folgenden Aspekte?
- 22.1.** Talentakquise
  - 22.2.** Fehlzeiten
  - 22.3.** Mitarbeiterbindung
  - 22.4.** Gesundheitskosten
  - 22.5.** Allgemeiner Ruf der Marke

**22.6.** Resilienz der Mitarbeitenden**22.7.** Produktivität der Mitarbeitenden

**23.** Wie messen Sie die nicht objektiv in Zahlen darstellbaren Vorteile eines Wellbeing-Programms, wie zum Beispiel eine verbesserte Unternehmenskultur?

**24.** Vergleichen Sie die Ergebnisse Ihres Wellbeing-Programms mit Branchen-Benchmarks?

**25.** Haben Sie schon mal ein Wellbeing-Programm eingestellt? Wenn ja, warum?

**26.** Erzielen Sie einen positiven oder einen negativen Return on Investment (ROI) aus Ihrem Wellbeing-Programm?

**27.** Wie hoch ist Ihr ROI ungefähr?

**28.** Wie bewerten Sie derzeit Ihr allgemeines Wohlbefinden?

**29.** Haben Sie das Gefühl, dass sich Ihr Wohlbefinden im Vergleich zum vergangenen Jahr verbessert oder verschlechtert hat?

**30.** Wie bewerten Sie derzeit Ihr emotionales Wohlbefinden?

**31.** Wie häufig meditieren Sie oder praktizieren Achtsamkeit?

**32.** Was unternehmen Sie aktuell, um Achtsamkeit zu praktizieren? (Bitte alles Zutreffende auswählen)

**33.** Wie wichtig ist Coaching/Therapie für Ihr allgemeines Wohlbefinden?

**34.** Nutzen Sie aktuell Therapie-/Coaching-Angebote?

**35.** Gibt es einen Grund, warum Sie keine Therapie- oder Coaching-Angebote nutzen?

**36.** Wie wichtig ist es für Ihr allgemeines Wohlbefinden, zu meditieren und Achtsamkeit zu praktizieren?

**37.** Wie schätzen Sie Ihre allgemeine Fitness ein?

**38.** Was tun Sie aktuell für Ihre Fitness? (Bitte alles Zutreffende auswählen)

**39.** Wie oft tun Sie aktuell etwas für Ihre Fitness?

**40.** Wie schätzen Sie Ihre allgemeine Ernährungsgesundheit ein?

**41.** Wie achten Sie aktuell auf eine gesunde Ernährung? (Bitte alles Zutreffende auswählen)

**42.** Wie schätzen Sie Ihre allgemeine Schlafgesundheit ein?

**43.** Wie viele Stunden schlafen Sie im Durchschnitt pro Nacht?

**44.** Was beeinflusst Ihre Schlafqualität? (Bitte alles Zutreffende auswählen)

**45.** Wie häufig nutzen Sie das Wellbeing-Programmen Ihres Unternehmens?

**46.** Wie häufig teilen Sie Ihre persönlichen Erfahrungen mit dem Wellbeing-Programm mit Ihren Mitarbeitenden, um die Teilnahmequote zu steigern?

**47.** Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach Ihre Rolle bei der internen Förderung und Unterstützung von Wellbeing-Programmen?

- 48.** Leiten Sie in Ihrem Unternehmen Initiativen zur Förderung des Wohlbefindens, und wenn ja, welche?
- 49.** Wie beeinflusst Ihre persönliche Erfahrung mit dem Thema Wohlbefinden Ihre Sicht auf Wellbeing-Programme für Mitarbeitende?
- 50.** Verspüren Sie ein Gefühl von Verantwortung dafür, Ihren Mitarbeitenden gesunde Verhaltensweisen vorzuleben?
- 51.** Wie wirkt sich Ihre Rolle als Führungskraft auf Ihr persönliches Wohlbefinden aus?
- 52.** Welche Hilfsmittel oder welche Unterstützung würden Ihnen dabei helfen, Ihr persönliches Wohlbefinden zu wahren oder zu verbessern? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 53.** Welche Aspekte des Wohlbefindens am Arbeitsplatz werden Ihrer Ansicht nach in den nächsten 5 Jahren besonders wichtig sein? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 54.** Wie glauben Sie, dass Technologie (z. B. KI, Wearables) die Zukunft von Wellbeing-Programmen beeinflussen wird? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 55.** Welche Änderungen an der Arbeitsplatz-Kultur würden den Erfolg von Wellbeing-Programmen steigern? (Bitte alles Zutreffende auswählen)
- 56.** Bietet Ihr Unternehmen Wellhub (früher „Gympass“) an?
- 57.** Wie oft nutzen Sie Wellhub (früher „Gympass“)?

## QUELLENANGABEN

1. **American Psychological Association: Workplace Well-being Linked to Senior Leadership Support, New Survey Finds**, in: American Psychological Association, 2016, [online]  
<https://www.apa.org/news/press/releases/2016/06/workplace-well-being>
2. **Baicker, Katherine/Cutler, David/Song, Zirui: Workplace Wellness Programs Can Generate Savings**, in: Health Affairs, Bd. 29, Nr. 2, 02.2010, S. 304–3011, [online]  
<https://doi.org/10.1377/hlthaff.2009.0626>
3. **Baumann, Sharon/Keimer, Imke: Individual Benefits of Continuing Higher Education. The Case of a Swiss Business School**, in: Journal of Adult and Continuing Education, Bd. 29, Nr. 2, 02.2023, [online]  
<https://doi.org/10.1177/14779714231160707>
4. **Berry, Leonard L./Mirabito, Ann M./Baun, William B.: What's the Hard Return on Employee Wellness Programs?**, in: Harvard Business Review, 12.2010, [online]  
[https://creeksidechiro.com/storage/app/media/corporate\\_chiropractic/harvard-business-review-employee-wellness.pdf#:~:text=the%20reduction%20in%20lost%20work,the%20soft%02ware%20firm%20SAS%20Institute](https://creeksidechiro.com/storage/app/media/corporate_chiropractic/harvard-business-review-employee-wellness.pdf#:~:text=the%20reduction%20in%20lost%20work,the%20soft%02ware%20firm%20SAS%20Institute)
5. **Bertera, Robert L.: The effects of workplace health promotion on absenteeism and employment costs in a large industrial population**, in: American Journal of Public Health, Bd. 80, Nr. 9, 09.1990, S. 1101–1105, [online]  
<https://ajph.aphapublications.org/doi/abs/10.2105/AJPH.80.9.1101>
6. **Bruellman, Ryan/Phalen, Shandell/Ellingson, Jarrod M./Corley, Robin P./Wadsworth, Sally J./Reynolds, Chandra A.: A twin-driven analysis on early aging biomarkers and associations with sitting-time and physical activity**, in: PLOS One, Bd. 19, Nr. 9, 09.2024, [online]  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0308660>
7. **Hawkins, Danielle/Bromber, Andrew: The future of the frontline workforce: A roadmap for the transportation and hospitality industries**, in: Deloitte, 02.2024, [online]  
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-the-future-of-the-frontline-workforce-2024.pdf>
8. **Edelman: In Brands We Trust? 2019 Edelman Trust Barometer Special Report**, in: Edelman, 18.06.2019, [online]  
[https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-06/2019\\_edelman\\_trust\\_barometer\\_special\\_report\\_in\\_brands\\_we\\_trust.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-06/2019_edelman_trust_barometer_special_report_in_brands_we_trust.pdf)
9. **Ferguson, Ty/Olds, Timothy/Curtis, Rachel/Blake, Henry/Crozier, Alyson J./Dankiw, Kylie/Dumid, Dorothea/Kasai, Daiki/O'Connor, Edward/Virgara, Rosa/Maher, Carol: Effectiveness of wearable activity trackers to increase physical activity and improve health: a systematic review of systematic reviews and meta-analyses**, in: The Lancet Digital Health, Bd. 4, Nr. 8, 08.2022, [online]  
[https://www.thelancet.com/journals/landig/article/PIIS2589-7500\(22\)00111-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/landig/article/PIIS2589-7500(22)00111-X/fulltext)
10. **Fisher, Jen/Bhatt, Jay/Fields, Amy: Six leader/worker disconnects affecting workplace well-being**, in: Deloitte Insights, 14.11.2023, [online]  
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/environmental-social-governance/six-leadership-disconnects-affecting-workplace-satisfaction.html>

11. Fisher, Jen/Silvergate, Paul H./Bordeaux, Colleen/Gilmartin, Michael: **As workforce well-being dips, leaders ask: What will it take to move the needle?**, in: **Deloitte Insights**, 20.06.2023, [online]  
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/talent/workplace-well-being-research.html>
12. Fisher, Jen/Silvergate, Paul H.: **The C-suite and workplace wellness**, in: **Deloitte Insights**, 22.06.2022, [online]  
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/leadership/employee-wellness-in-the-corporate-workplace.html>
13. Fisher, Jen/Cantrell, Sue/Bhatt, Jay/Silvergate, Paul H.: **The important role of leaders in advancing human sustainability**, in: **Deloitte Insights**, 18.06.2024, [online]  
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/talent/workplace-well-being-research-2024.html>
14. Gallup: **Help employees improve well-being and performance**, in: **Gallup**, (o. D.), [online]  
<https://www.gallup.com/workplace/215924/well-being.aspx>
15. Gallup: **State of the Global Workplace Report**, in: **Gallup**, 12.06.2024, [online]  
<https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx>
16. Gelles, David: **At Aetna, a C.E.O.'s Management by Mantra**, in: **The New York Times**, 27.02.2015, [online]  
<https://www.nytimes.com/2015/03/01/business/at-aetna-a-ceos-management-by-mantra.html>
17. Glassdoor: **Happy Employees, Satisfied Customers: The Link Between Glassdoor Reviews & Customer Satisfaction**, in: **Glassdoor**, 08.2019, [online]  
<https://www.glassdoor.com/employers/resources/link-between-glassdoor-reviews-customer-satisfaction/>
18. Gonzales, Matt: **Here's How Bad Burnout Has Become at Work**, in: **SHRM**, 30.04.2024, [online]  
<https://www.shrm.org/topics-tools/news/inclusion-diversity/burnout-shrm-research-2024>
19. Hedrick, Katelyn/Wigert, Ben/Pendell, Ryan: **Despite Employer Prioritization, Employee Wellbeing Falters**, in: **Gallup**, 04.11.2024, [online]  
<https://www.gallup.com/workplace/652769/despite-employer-prioritization-employee-wellbeing-falters.aspx>
20. Hemmerdinger, Jennifer: **New EY US Consulting study: employees overwhelmingly expect empathy in the workplace, but many say it feels disingenuous**, in: **Ernst & Young**, 30.03.2023, [online]  
[https://www.ey.com/en\\_us/newsroom/2023/03/new-ey-us-consulting-study](https://www.ey.com/en_us/newsroom/2023/03/new-ey-us-consulting-study)
21. Hirose, Rogério: **Maximizing ROI with Wellhub: The Future of Corporate Wellbeing**, in: **Wellhub**, 2024, [online]  
<https://wellhub.com/en-us/blog/press-releases/wellhub-return-on-investment/>
22. Hydari, Muhammad Zia/Adjerid, Idris/Striegel, Aaron D.: **Health Wearables, Gamification, and Healthful Activity**, in: **Management Science**, Bd. 69, Nr. 7, 12.2022, [online]  
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2022.4581>

23. **Indeed: The Indeed Work Wellbeing 100, in: Indeed, 17.09.2024, [online]**  
<https://www.indeed.com/employers/work-wellbeing-100>
24. **Jeffery, Barbara/Weddle, Brooke/Brassey, Jacqueline/Thaker, Shail: Thriving workplaces: How employers can improve productivity and change lives, in: McKinsey Health Institute, 16.01.2025, [online]**  
<https://www.mckinsey.com/mhi/our-insights/thriving-workplaces-how-employers-can-improve-productivity-and-change-lives>
25. **Kaul, Brian/Matson, Patricia/Nguyen, Ngan/Sheppard, Rebecca/Rick & Regulatory Consulting, LLC: Effectiveness of Health and Wellness Programs, in: Society of Actuaries Research Institute, 02.2024, [online]**  
<https://www.soa.org/493879/globalassets/assets/files/resources/research-report/2024/effectiveness-of-wellness-programs.pdf>
26. **Konrad, Walecia: SoFi Survey: The Future of Financial Well-Being at Work, in: SoFi, 06.02.2024, [online]**  
<https://www.sofi.com/article/money-life/sofi-survey-the-future-financial-well-being-at-work/>
27. **Krekel, Christian/Ward, George/De Neve, Jan-Emmanuel: Employee Wellbeing, Productivity, and Firm Performance, in: Saïd Business School, WP 2019-04, 03.03.2019, [online]**  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3356581](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3356581)
28. **Lattice: State of People Strategy Report 2024: Connecting HR to Business Impact, in: Lattice, 06.12.2023, [online]**  
<https://lattice.com/state-of-people-strategy/2024>
29. **Mattke, Soeren/Liu, Harry H./Caloyeras, John P./Huang, Christina Y./Van Busum, Kristin R./Khodyakov, Dmitry/Shier, Victoria/Exum, Ellen/Broderick, Megan: Do Workplace Wellness Programs Save Employers Money?, in: RAND, 09.01.2014, [online]**  
[https://www.rand.org/pubs/research\\_briefs/RB9744.html](https://www.rand.org/pubs/research_briefs/RB9744.html)
30. **McCain, Abby: 22 Telling Employee Wellness Statistics [2023]: How Many Companies Have Wellness Programs, in: Zippia, 14.11.2022, [online]**  
<https://www.zippia.com/advice/employee-wellness-statistics/>
31. **Miller, Stephen: Study: Wellness Programs Saved \$1 to \$3 per Dollar Spent, in: SHRM, 12.09.2012, [online]**  
<https://www.shrm.org/topics-tools/news/benefits-compensation/study-wellness-programs-saved-1-to-3-per-dollar-spent>
32. **Martinez Montes, Cristina/Penzenstadler, Birgit: Improved Wellbeing and Resilience via Breathwork Interventions for Computer Workers, in: Research Square, 08.08.2023, [online]**  
[https://www.researchgate.net/publication/373004686\\_Improved\\_Wellbeing\\_and\\_Resilience\\_via\\_Breathwork\\_Interventions\\_for\\_Computer\\_Workers](https://www.researchgate.net/publication/373004686_Improved_Wellbeing_and_Resilience_via_Breathwork_Interventions_for_Computer_Workers)
33. **Newsweek: America's Greatest Workplaces for Mental Wellbeing 2024, in: Newsweek, (o. D.), [online]**  
<https://www.newsweek.com/rankings/americas-greatest-workplaces-mental-wellbeing-2024>

- 
34. **Nightingale, Sarah: Increasing productivity by one day each month, in: University of California, 08.08.2017, [online]** <https://www.universityofcalifornia.edu/news/increasing-productivity-one-day-each-month>  
**Popera, Ashleigh: Transform Workplace Mental Health with a Skills-Based Approach, in: SHRM, 29.01.2025, [online]**  
<https://www.shrm.org/enterprise-solutions/insights/transform-workplace-mental-health-with-skills-based-approach>
  35. **Sercekman, Meltem Yavuz: Exploring the sustained impact of the Mindfulness-Based Stress Reduction program: a thematic analysis, in: Frontiers in Psychology, Bd. 15, 07.2024, [online]**  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1347336>
  36. **Üngüren, Engin/Onur, Neslihan/Demirel, Hüsne/Tekin, Ömer Akgün: The Effects of Job Stress on Burnout and Turnover Intention: The Moderating Effects of Job Security and Financial Dependency, in: Behavioral Sciences, Bd. 14, Nr. 14, S. 322, 04.2024, [online]**  
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38667118/>
  37. **Wellable: 120 Employee Wellness Statistics for 2025, in: Wellable, (o. D.), [online]**  
<https://www.wellable.co/blog/employee-wellness-statistics/>
  38. **Wellable: 2024 Employee Wellness Industry Trends Report, in: Wellable, (o. D.), [online]**  
<https://www.wellable.co/resources/employee-wellness-industry-trends-reports/2024/>
  39. **Wellhub, Wellhub für Unternehmen, in: Wellhub, (o. D.), [online]**  
<https://wellhub.com/de-de/companies/>
  40. **Wellhub: Der Status von Work-Life-Wellbeing 2024, in: Wellhub, 18.10.2023, [online]**  
<https://wellhub.com/de-de/ressourcen/studien/der-status-von-work-life-wellbeing-2024/>
  41. **Wellhub: Studie zum Wellbeing-ROI, in: Wellhub, 16.05.2024, [online]**  
<https://wellhub.com/de-de/ressourcen/studien/studie-zum-wellbeing-roi-2024/>
  42. **Wellhub: Der Status von Work-Life-Wellbeing 2025, in: Wellhub, 16.10.2024, [online]**  
<https://wellhub.com/de-de/ressourcen/studien/der-status-von-work-life-wellbeing-2025/>
-

---

© Gympass US, LLC (dba Wellhub) 2025

Erstellt in den Vereinigten Staaten, Juni 2025

Wellhub, , und Gympass sind Marken oder eingetragene Marken von Gympass US, LLC, dba Wellhub („Wellhub“) in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern.

Dieses Dokument entspricht dem Wissensstand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung und kann jederzeit von Wellhub geändert werden. Nicht alle Angebote sind in jedem Land verfügbar, in dem Wellhub tätig ist.

Die genannten Leistungsdaten und Kundenbeispiele dienen lediglich der Veranschaulichung. Die tatsächlichen Ergebnisse können je nach spezifischen Umständen und anderen Faktoren variieren. DIE INFORMATIONEN IN DIESEM DOKUMENT WERDEN „WIE BESEHEN“ OHNE JEDLICHE AUSDRÜCKLICHE ODER STILLSCHWEIGENDE GEWÄHRLEISTUNG BE-REITGESTELLT, EINSCHLIESSLICH JEDLICHER GEWÄHRLEISTUNG HINSICHTLICH DER MARKTGÄNGIGKEIT UND EIGNUNG FÜR EINEN BESTIMMTEN ZWECK.

Für die Dienste von Wellhub gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Verträge, unter denen sie bereitgestellt werden.

Aussagen zur zukünftigen Ausrichtung und Absicht von Wellhub können ohne Vorankündigung geändert oder zurückgezogen werden und stellen lediglich Ziele und Vorgaben dar.

---