

# Filiz Albrecht

---

„Digitalisierung, agiles und vernetztes Arbeiten, lebenslanges Lernen: Unsere heutige Arbeitswelt erfordert von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, sich permanent neuen Herausforderungen zu stellen. Als Arbeitgeber unterstützen wir sie dabei, ihre körperliche und mentale Gesundheit zu erhalten und zu stärken. Mit ihrer spezifischen Kompetenz in Gesundheitsfragen ist die Bosch BKK dabei einer unserer wichtigsten Partner.“



Filiz Albrecht,  
Geschäftsführerin und  
Arbeitsdirektorin  
der Robert Bosch GmbH



# Persönlich und digital für Versicherte da


**BOSCH**
**BKK**

## Fakten

- Bundesweit geöffnete Betriebskrankenkasse (außer Bremen und Schleswig-Holstein)
- 229.000 Versicherte
- Kruppstraße 19  
70469 Stuttgart  
Tel. 07 11 25 08 80  
info@bosch-bkk.de  
www.bosch-bkk.de
- Vorständin Dr. Gertrud Prinzing

Wo es im deutschen Gesundheitssystem hakt, wissen wir alle: Lange Wartezeiten auf Facharzttermine, Versorgungsbrüche zwischen den Sektoren und eine für Patienten unübersichtliche Vielzahl an Anbietern und Kostenträgern sind nur einige Aspekte. Bei der Bosch BKK geben wir Antworten auf diese Probleme und zwar mit unseren „TopVersorgt-Programmen“: Erkrankten Versicherten stellen wir Patientenbegleiter an die Seite und sorgen durch Selektivverträge für eine verbesserte Versorgung.

## Aktuelle Auszeichnungen

- FOCUS-MONEY Heft 7/2021:
  - Kategorien „Gesundheitsförderung“ und „Transparenz“: Bewertung „Hervorragend“
  - Kategorie „Von Ärzten empfohlen“: Die Bosch BKK gehört zu den in ihrer Größenklasse meistgenannten Kassen
- Handelsblatt Krankenkassen-Ranking „Kassen im Stresstest“, Ausgabe Nr. 219 vom 11.11.2020:
  - Kategorie „Serviceangebot“: Bewertung „Exzellent“
  - Kategorien „Kundenservice“, „Prävention“ und „Transparenz“: Bewertung „Sehr gut“

Patientenbegleiter sind speziell ausgebildete Mitarbeiter, die Versicherte auf Wunsch durch alle Phasen ihrer Behandlung begleiten. Sie bieten Präventions- oder Pflegeberatungen an, stellen Kontakte zu Sozialdiensten oder Selbsthilfegruppen her und nehmen sich Zeit für Fragen, für die den behandelnden Ärzten häufig die Zeit fehlt. Auch das soziale Umfeld beziehen sie mit ein. In Selektivverträgen schaffen wir mit den beteiligten Ärzten eine neue Versorgungsqualität durch strukturierte, leitlinienbasierte Behandlungspfade und eine gute Vernetzung der Haus- und Fachärzte. Wir vereinbaren Fristen, bis zu denen die Patienten einen Termin bekommen. So erhalten unsere Versicherten zum Beispiel innerhalb weniger Wochen einen Termin bei einem Psychotherapeuten.

Durch neue Vergütungsformen sorgen wir außerdem dafür, dass den Behandlern mehr Zeit für das Gespräch mit dem Patienten bleibt. Beispiel Rückenschmerzen: Deren Ursachen sind vielfältig und liegen häufig im beruflichen oder privaten Lebensumfeld. Ein ausführliches Gespräch zur Ursachensuche und zur Motivation, Verhaltensweisen zu verändern, ist da besonders wichtig.

Ein weiterer Schwerpunkt ist das betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM), das bei Bosch „befit“ heißt und an dem wir personell, finanziell und mit Know-how mitwirken. Mit unserem BGM-Bonusprogramm unterstützen wir die Bosch-Betriebe, beim BGM systematischer und zielgerichteter vorzugehen und fördern dies mit jährlichen Bonuszahlungen von insgesamt mehr als 600.000 Euro. BKK Fachkräfte arbeiten in befit-Arbeitskreisen mit und führen selbst Gesundheitsaktionen durch.

Während der Corona-Pandemie ist das eine Herausforderung. Denn aufgrund von Homeoffice und Kurzarbeit sind an manchen Standorten nur wenige Bosch-Mitarbeiter persönlich vor Ort. Klassische befit-Aktivitäten am Arbeitsplatz mussten innerhalb kurzer Zeit durch neue digitale Konzepte ersetzt werden. Inzwischen umfasst unser Portfolio unter anderem Live-Expertentalks, bewegte Mittagspausen, Online-Kurse und einen digitalen Elternabend zum Medienkonsum von Kindern. Wir sehen dies als Chance – schließlich ist davon auszugehen, dass in einer zunehmend digitalisierten Arbeits- und Lebenswelt auch nach Corona digitale Angebote gefragt sein werden.

Ob in der Kommunikation mit Versicherten, im Vertrieb, in der Präventionsarbeit oder der Kundenbetreuung – digitale Angebote und Prozesse sind fast überall ein Thema. Vieles ist schon gelungen: Fast 40.000 Kunden nutzen unser Online-Kundenportal, um Anträge einzureichen, den Bearbeitungsstand einzusehen oder ihr Bonusprogramm zu verwalten. Immer mehr Präventions- und Versorgungsangebote bieten wir als Online-Angebot an, zum Beispiel Ernährungs- und Hebammenberatung oder Führungskräfte-Schulungen zu gesundem Führen. Digitale Kanäle wie das interne Social Network bei Bosch sind für viele Bosch-Mitarbeiter inzwischen wichtigere Informationsquellen als gedrucktes Infomaterial.

Allerdings gilt auch: Trotz aller digitalen Kanäle bleibt der persönliche Kundenberater unser Markenzeichen. Zum Einsatz kommen ausschließlich ausgebildete Fachkräfte. Ein breites Geschäftsstellennetz im Umfeld von Bosch-Betrieben erlaubt kurze Wege und das persönliche Gespräch, das noch immer von vielen geschätzt wird.

Wie eine gute Balance zwischen persönlicher und digitaler Erreichbarkeit gelingen kann, ist eine wichtige Zukunftsfrage für uns. Ebenso wie das Thema Nachhaltigkeit, das wir zu einem grundlegenden Prinzip unseres Handelns machen.

„Technik fürs Leben“: Mit diesem Slogan beschreibt Bosch sein Unternehmensziel, mit seinen Produkten und Dienstleistungen das Leben zu erleichtern und Lebensqualität zu verbessern. Gesundheit trägt viel zur Lebensqualität bei. Unser Anspruch bei der Bosch BKK ist es daher, Lebensqualität durch eine optimale Gesundheitsversorgung zu verbessern. So leisten wir nicht nur einen Beitrag zum Bosch-Unternehmensziel. Wir stiften zugleich Sinn, der viele BKK Mitarbeiter motiviert und zur Identifikation mit ihrer Arbeit beiträgt.

## Leuchtturmprojekte

- **Digitale Projekte**  
www.bosch-bkk.de/digitale-angebote
- **Versorgungsmodelle**  
www.bosch-bkk.de/topversorgt
- **BGM-Projekte/-Maßnahmen**
  - BGM-Bonusprogramm
  - Digitale BGM-Aktivitäten
  - „befit“-Maßnahmen an Bosch-Standorten