


Information zum Redner

<p>Dr. med. Sebastian Vogel</p>	
<p>Mitglied im BBGM seit:</p>	<p>2022</p>
<p>Woher komme ich?</p>	<p>Seit über 15 Jahren arbeite ich mit Menschen, die unter vermeidbaren Folgen von Bewegungsmangel leiden. Ich habe in Freiburg Humanmedizin studiert und 2012 promoviert (Magna cum Laude).</p> <p>Als Arzt in der München Klinik behandelte ich Menschen, die häufig unter „Zivilisationserkrankungen“ wie Wirbelsäulenbeschwerden litten (z.B. Rücken- und Nackenschmerzen, oft auch in der Notaufnahme). Danach beriet als Strategieberater Krankenhäuser und Krankenversicherungen dabei, die Wirkung von Behandlungen und somit die Ergebnisse für Patienten zu verbessern (bei der Boston Consulting Group).</p> <p>Nach einem Sabbatjahr mit Freiwilligenarbeit in Indonesien, leitete ich bei der bayerischen Corona-Taskforce mehrere Forschungsprojekte (Publikationen). Dabei stieß ich auf zahlreiche Studien, die die beeindruckende medizinische Wirkung von regelmäßiger, moderater Bewegung auf die mentale und körperliche Gesundheit bewiesen (insbesondere bei Menschen über 45). Mit der Mission mehr Menschen „in Bewegung“ zu bringen, gründeten daraufhin Dr. Martin Voß und ich gemeinsam die 150 Minuten GmbH.</p>

<p>Wer bin ich?</p>	<p>Ich bin Arzt, Gründer und Geschäftsführer von 150Minuten, wo ich das medizinische Konzept sowie die Zusammenarbeit mit Unternehmens-Kunden verantworte. Ein Fokus unserer Arbeit ist die Entwicklung von modernen Motivations-Methoden (auf Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse). Damit schaffen wir es vor allem Menschen, die nicht oder wenig aktiv sind (insbesondere in der Altersgruppe 45+), dazu zu motivieren, eine gesunde Bewegungsroutine zu beginnen oder auszubauen und langfristig beizubehalten.</p>
<p>Vortragsthema</p>	<p>Wie punkten Arbeitgeber bei Mitarbeitenden 45+? Drei Strategien für Gesundheit und Employer Branding</p>
<p>Beschreibung</p>	<p>Die Hälfte aller Mitarbeitenden in Deutschland ist älter als 45 Jahre, trotzdem fehlen in den meisten Unternehmen Strategien für diese Gruppe. Die Best Ager haben jedoch eigene Bedürfnisse und Vorstellungen davon, was einen guten Arbeitgeber auszeichnet.</p> <p>In diesem Vortrag teile ich Best Practices und Learnings aus Hunderten von Gesprächen mit Unternehmen über Strategien für Mitarbeitende 45+.</p> <p>Wir besprechen, wo Schwerpunkte gesetzt werden sollten und mit welchen Benefits und Angeboten in den wichtigsten drei Bereichen Arbeitgeber bei Mitarbeitenden punkten können.</p>
<p>Beweggründe für das Vortragsthema</p>	<p>Sehr häufig sitzen das kritische Know-how und die entscheidende Erfahrung für den Unternehmenserfolg bei Mitarbeitenden 45+. Gleichzeitig sind Fehltagel bei dieser Gruppe mehr als doppelt so hoch wie bei jüngeren Mitarbeitenden (Quelle: AOK) und aufgrund höherer Durchschnittsgehälter für Arbeitgeber besonders teuer.</p> <p>Ziel meines Vortrags ist es, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass es sich für Unternehmen lohnt, Benefits und BGM stärker aus dem Blickwinkel der Mitarbeitenden 45+ zu betrachten.</p>