

Stand: 21. Oktober 2025

FAQ – Häufig gestellte Fragen zur Initiative „Gesund durch den Winter“

1. Wie entstand die Initiative „Gesund durch den Winter“ und wer sind die Partner?

Die Initiative „Gesund durch den Winter“ wurde von GSK (GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG) initiiert und finanziert. Ziel ist es, einen Beitrag zur Präventionsförderung und zur Stärkung der öffentlichen Gesundheitskompetenz zu leisten. Mit der Bereitstellung von Ressourcen und der organisatorischen Unterstützung schafft GSK die Grundlage dafür, dass Partner aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft gemeinsam an Lösungen arbeiten können.

Die Initiative entstand als präventionspolitische Initiative der bayerischen Wirtschaft zur Bewältigung der steigenden Krankenstände in den Wintermonaten. Angesichts einer 35-prozentigen Steigerung der durchschnittlichen Krankentage von 2019 bis 2024 wurde der Handlungsbedarf deutlich. Sie ist als breites Bündnis aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft konzipiert, das gemeinsam für gesunde Arbeitsbedingungen eintritt.

Zu den Partnern gehören bayerische Wirtschaftsverbände, Unternehmen verschiedener Branchen, Krankenkassen, Gewerkschaften, Betriebsärzte sowie gesundheitspolitische Akteure. Die Initiative möchte an bewährte Präventionsstrukturen anknüpfen und bestehende Kooperationen zwischen Unternehmen, Krankenkassen und Gesundheitsakteuren nutzen. Dabei steht die gemeinsame gesellschaftliche Verantwortung für die Gesundheit am Arbeitsplatz und den Schutz besonders vulnerabler Gruppen im Vordergrund.

2. Was ist das Ziel der Initiative „Gesund durch den Winter“?

Die Initiative möchte durch gezielte Präventionsmaßnahmen, insbesondere niedrigschwellige Impfangebote, die Gesundheit der Beschäftigten stärken und das Risiko von krankheitsbedingten Ausfällen im Winter senken. Ziel ist es, Gesundheit als wichtigen Wirtschaftsfaktor zu etablieren und durch frühzeitige präventive Maßnahmen die Belastung für Gesundheit und Wirtschaft zu reduzieren.

Die Initiative verfolgt dabei einen ganzheitlichen Ansatz, der sowohl individuelle Gesundheitsförderung als auch strukturelle Verbesserung umfasst. Im Mittelpunkt steht dabei auch die Stärkung des sozialen Zusammenhalts. Teams sollen gemeinsam gesund durch die Wintermonate kommen, damit Arbeitsplätze sicher bleiben und die Fürsorge für vulnerable Gruppen gewährleistet ist. Besondere Aufmerksamkeit gilt berufstätigen Frauen, die oft eine doppelte Belastung durch Beruf und Pflege von Angehörigen tragen.

3. Welche konkreten Maßnahmen werden Unternehmen für mehr Gesundheit empfohlen?

Zunächst werden Unternehmen proaktive Präventionsstrategien empfohlen, die mit gezielter Gesundheitsaufklärung beginnen. Konkret umfasst dies: betriebliche Impfkampagnen mit niedrigschwelligen Angeboten und die Einbindung von Betriebsärzten als Multiplikatoren. Besonders wichtig sind niedrigschwellige Angebote, die keine zusätzlichen Hürden schaffen – etwa Impfungen während der Arbeitszeit, kostenfreie Gesundheitschecks oder einfach zugängliche Informationsmaterialien. Die Führungskräfte-schulung zur gesundheitsfördernden Führungskultur und die Einbindung von Betriebsräten als Multiplikatoren verstärken den sozialen Charakter der Initiative.

4. Was ist unter niedrigschwelligen Impfangeboten zu verstehen und wie funktionieren sie praktisch?

Niedrigschwellige Impfangebote sind Impfungen, die ohne Zugangshürden und arbeitsplatznah angeboten werden. Das Konzept zielt darauf ab, alle Barrieren zu beseitigen, die Menschen davon abhalten könnten, sich impfen zu lassen. Praktisch bedeutet dies: Impfungen direkt am Arbeitsplatz durch Betriebsärzte, keine Anmeldung oder lange Wartezeiten, kostenfreie Durchführung während der Arbeitszeit, einfache Organisation durch das Unternehmen (mit Unterstützung von Fachpersonal, unkomplizierte Terminbuchung) und die Kombination mit anderen arbeitsmedizinischen Untersuchungen.

Die Impfungen werden von erfahrenen Ärzten durchgeführt, die bis zu 48 Impfungen pro Tag verabreichen können. Mitarbeitende bringen lediglich ihren Impfpass mit und erhalten nach einem kurzen Aufklärungsgespräch die Impfung ohne weitere Formalitäten. Diese Niedrigschwelligkeit hat sich als besonders wirksam erwiesen, da sie die Impfquote signifikant steigern kann.

5. Welche Zielgruppen stehen besonders im Mittelpunkt

Die Initiative fokussiert sich auf besonders vulnerable Gruppen, mit speziellem Fokus auf berufstätige Frauen. Diese tragen oft eine doppelte Last durch eigene Gesundheitssorge und die Betreuung kranker Kinder oder die Pflege älterer Angehöriger. Weitere Zielgruppen sind Beschäftigte ab 60 Jahren, Menschen mit chronischen Erkrankungen, Schwangere, sowie Beschäftigte mit erhöhtem Publikumsverkehr und direktem Kundenkontakt, sowie systemrelevante Berufsgruppen in Pflege, Erziehung und öffentlicher Versorgung.

Die Initiative berücksichtigt dabei die Diversität der Beschäftigten und entwickelt zielgruppenspezifische Angebote, die sowohl sozio-ökonomische Besonderheiten als auch unterschiedliche Lebenssituationen einbeziehen. Gemeinsamer Nenner ist die soziale Verantwortung, d.h. der Schutz der eigenen Gesundheit dient auch dem Schutz der Gemeinschaft.

6. Was müssen Unternehmen organisatorisch beachten?

Die Organisation von Impf- und Präventionsangeboten erfordert eine systematische und frühzeitige Vorbereitung. Zentrale organisatorische Aspekte umfassen:

- Vorbereitung und Planung: Einbindung des Betriebsarztes als verantwortliche Person bereits in der Planungsphase, ausreichende Vorlaufzeiten von 6-8 Wochen für die komplette Organisation, anonyme Interessensabfrage zur Ermittlung der benötigten Impfstoffmengen, und Abstimmung mit Betriebsrat und Führungskräften.
- Infrastruktur: Einrichtung geeigneter Räumlichkeiten mit entsprechenden Hygienestandards und Privatsphäre, Aufbau von Impfstraßen mit verschiedenen Stationen (Empfang, Aufklärung, Impfung, Nachbetreuung), Bereitstellung von Kühlmöglichkeiten für Impfstoffe, und barrierefreie Zugänge.
- Ablauforganisation: Terminorganisation über Online-Systeme oder Terminlisten, klare Kommunikationsstrategien zur Information der Belegschaft, Einladungsmanagement mit rechtzeitigen Erinnerungen, Dokumentationspflichten und Nachbetreuung, sowie Notfallpläne für unvorhergesehene Situationen.

Eine professionelle Beratung durch Fachkräfte für Arbeitssicherheit, Betriebsärzte oder BGF-Koordinierungsstellen ist essentiell für eine erfolgreiche Umsetzung.

7. Welche zusätzlichen Anreize können Unternehmen bieten, um die Teilnahme zu fördern?

Unternehmen können verschiedene motivierende Anreize einsetzen, die den sozialen Zusammenhalt stärken, z.B. steuerfreie Gesundheitsprämien bis zu 600 Euro pro Jahr und Mitarbeiter für zertifizierte BGF-Maßnahmen, kleine Belohnungen wie Gutscheine für die Betriebskantine oder lokale Geschäfte, Team-Wettbewerbe um die höchste Impfquote mit gemeinsamen Belohnungen, oder Gesundheitspunkte-Systeme mit sammelbaren Vorteilen.

Weitere Anreize könnten flexible Arbeitszeiten für Impftermine ohne Zeitabzug, zusätzliche freie Zeit für Gesundheitsvorsorge, öffentliche Anerkennung für gesundheitsbewusstes Verhalten durch Auszeichnungen oder interne Kommunikation, die Kombination mit anderen Gesundheitsangeboten wie kostenlosen Check-ups oder Fitness-Programmen und Familien-Impfkationen sein, die auch Angehörige einschließen.

Besonders wirksam können Anreize sein, die den Gemeinschaftsgeist fördern, etwa ein Team-Frühstück für Abteilungen mit 100% Impfquote, Spenden an gemeinnützige Organisationen im Namen der Teilnehmenden, Gesundheitstage mit Vorträgen und Beratung, und Führungskräfte als Vorbilder, die sich öffentlich impfen lassen und für die Initiative werben.

8. Wie läuft eine betriebliche Impfkation konkret ab?

Eine betriebliche Impfkation folgt einem strukturierten, mehrstufigen Prozess:

Phase 1 – Vorbereitung (4-6 Wochen vorher): Anonyme Interessensabfrage zur Bedarfsermittlung, Impfstoffbestellung durch den Betriebsarzt über Zentralapotheken, Terminplanung und Einrichtung der Organisationsstrukturen, Information der Belegschaft über Aushänge und interne Kommunikation und räumliche Vorbereitung mit Impfstraßen-Aufbau.

Phase 2 – Anmeldung (2-3 Wochen vorher): Online-Terminbuchung oder Excel-basierte Terminvergabe, Erinnerungen an die Mitarbeitenden mit der Bitte, Impfpässe mitzubringen, Impfstoff-Anlieferung ca. 2 Tage vor der Aktion mit Kühlschrank-Lagerung vor Ort.

Phase 3 – Durchführung: Empfangsstation für administrativen Check-in, ärztliche Aufklärungsgespräche über Nutzen und Risiken, Impfung im 7-10-Minuten-Takt durch erfahrene Ärzte, Kontrolle und Eintrag im Impfpass, Nachbeobachtung der geimpften Personen für 15-20 Minuten, und Dokumentation aller Impfvorgänge für statistische Auswertung.

Phase 4 – Nachbereitung: Auswertung der Teilnahmequote und Rückmeldungen, Nachsorge bei eventuellen Nebenwirkungen, Vorbereitung für Folgeimpfungen oder nächste Saison.

9. Welche Fördermöglichkeiten oder finanzielle Unterstützungen gibt es für Unternehmen?

Unternehmen können verschiedene staatliche und private Förderungen nutzen, wie etwa steuerfreie Gesundheitsförderung bis 600 Euro pro Mitarbeiter und Jahr für zertifizierte BGF-Maßnahmen nach § 3 Nr. 34 EStG, finanzielle Unterstützung durch Krankenkassen bei qualifizierten BGF-Maßnahmen mit bis zu 500 Euro pro Beschäftigten jährlich, kostenlose Beratung durch BGF-Koordinierungsstellen unabhängig von der Unternehmensgröße und BAFA-Zuschüsse bis zu 80% für KMU-spezifische Gesundheitsprogramme.

Weitere Fördermöglichkeiten sind auch das Präventionsbudget der Krankenkassen speziell für betriebliche Gesundheitsförderung, reduzierte Beiträge zur Unfallversicherung bei nachgewiesenen Präventionsmaßnahmen, EU-Förderprogramme für innovative Gesundheitsprojekte und regionale Förderprogramme der Bundesländer.

Viele Betriebskrankenkassen bieten spezielle BGF-Pakete mit Kostenbeteiligung an. Berufsgenossenschaften unterstützen Präventionsmaßnahmen durch Rabatte und Beratungsleistungen. Außerdem gibt es steuerliche Vorteile dadurch, dass Arbeitgeber Gesundheitsleistungen als Betriebsausgaben absetzen können, während Arbeitnehmer von steuerfreien Zuwendungen profitieren. Versicherungsprämien können sinken, wenn durch Präventionsmaßnahmen nachweislich weniger Arbeitsunfälle oder Berufskrankheiten auftreten.

10. Wie profitieren kleine und mittelständische Unternehmen von einer Teilnahme und welche spezifischen Lösungen werden Angeboten

KMU können besonders schnell und effektiv profitieren, da Entscheidungswege kurz und direkter Kontakt zu allen Mitarbeitenden gegeben ist. Die überschaubare Betriebsgröße ermöglicht persönliche Ansprache und maßgeschneiderte Lösungen. Spezifische Lösungen für KMU können etwa kooperative Impfmodelle für mehrere kleinere Betriebe gemeinsam sein, wie erfolgreich in Baden-Württemberg erprobt, oder die Einbindung externer Betriebsärzte über arbeitsmedizinische Dienste für Unternehmen ohne eigene medizinische Betreuung. Weitere Möglichkeiten bieten digitale Gesundheitsportale wie das "KMU-Mobil" für Unternehmen mit 15-250 Mitarbeitern, mobile Impfteams, die mehrere kleine Betriebe an einem Tag besuchen und Gemeinschaftslösungen über Handwerkskammern oder Industrieparks.

Finanzielle Unterstützung gibt es dabei u.a. durch eine 50-prozentige Kostenbeteiligung der Krankenkassen im ersten Jahr, vereinfachte Abrechnungsmodelle ohne komplexe Verwaltung, Pauschalangebote für kleine Teams, und kostenlose Erstberatung durch BGF-Koordinierungsstellen.

Praktische Vorteile bestehen bei KMUs durch die Möglichkeit der schnellen Umsetzung ohne langwierige Genehmigungsprozesse, hohe Akzeptanz durch persönliche Beziehungen, flexible Termingestaltung angepasst an Betriebsabläufe, geringere Organisationskosten bei proportional höherem Nutzen, und die Stärkung der Mitarbeiterbindung durch persönliche Fürsorge. Erfolgsbeispiele gibt es etwa bei Handwerksbetrieben in Baden-Württemberg, die Kreislmpfzentren für gemeinsame Aktionen nutzen. Die BGF-Koordinierungsstellen helfen insbesondere KMU beim niedrigrschwelligen Einstieg in die Gesundheitsförderung.

11. Wie lange soll die Kampagne laufen und was passiert nach der Grippe-saison?

Die Initiative ist als langfristige, nachhaltige Maßnahme konzipiert, die weit über eine einzelne Grippe-saison hinausgeht. Der offizielle Starttermin war der 27. Juni 2025 mit intensiven Vorbereitungen bis Oktober, gefolgt nun von der operativen Phase während der Wintersaison von November bis März 2026.

Die erste Phase (Sommer 2025) diente dem Aufbau von Strukturen, der Partnermobilisierung und der Kommunikationskampagne. Die zweite Phase (Herbst/Winter 2025/26) fokussiert sich auf die praktische Umsetzung mit Impfkampagnen und

Präventionsmaßnahmen. Die dritte Phase (Frühjahr 2026) beinhaltet Evaluation und Weiterentwicklung.

Nach der ersten Saison ist eine umfassende Evaluation aller Maßnahmen mit Teilnehmenden, Unternehmen und Gesundheitspartnern, Anpassung und Optimierung der Angebote basierend auf gewonnenen Erfahrungen geplant. Dabei geht es um die Weiterentwicklung zu einem nachhaltigen Präventionskonzept für die Wintermonate mit Integration in bestehende BGM-Strukturen der teilnehmenden Unternehmen.

Langfristig soll die Initiative als wichtiger Baustein für zukünftige routinemäßige Auffrischungsimpfungen etabliert werden und zur nachhaltigen Stärkung der Präventionskultur in Unternehmen beitragen. Jährliche Impfkampagnen werden institutionalisiert, Best Practices werden dokumentiert und geteilt, Netzwerke zwischen Unternehmen werden verstetigt, und die Initiative wird zum bundesweiten Modell. Das übergeordnete Ziel ist damit die dauerhafte Etablierung einer Kultur der betrieblichen Prävention, in der Gesundheitsschutz als gemeinsame gesellschaftliche Aufgabe verstanden wird – weit über die reine Gripeschutzimpfung hinaus.