



## Wechseljahremanager, bKV und Prävention: Wie Unternehmen Betroffene unterstützen können

Michael Fiedler

**Aufklärung allein reicht nicht aus, sagt Kerstin Hendricks. Im zweiten Teil des Interviews erklärt sie, welche Maßnahmen im Arbeitsalltag tatsächlich helfen, welche Rolle betriebliche Krankenversicherung und Gesundheitsangebote spielen können und warum Unternehmen klare Zuständigkeiten schaffen sollten.**

Kerstin Hendricks: Die Idee dahinter war sehr klar: Unternehmen brauchen endlich Menschen, die das Thema professionell einordnen können, statt es zwischen HR, Gesundheitsmanagement und Unsicherheit verschwinden zu lassen. Die Weiterbildung „Wechseljahremanager:in – Wechseljahre verstehen und im Unternehmen begleiten“ qualifiziert Fachpersonen dafür, die Wechseljahre strategisch und praxisnah im Unternehmen zu verankern. Dabei geht es um weit mehr als medizinisches Grundwissen. Es geht um Arbeitsrealität, Kommunikation, Führungskultur, Prävention und die Frage:

Wie schafft man ein Arbeitsumfeld, in dem erfahrene Frauen leistungsfähig bleiben, ohne sich permanent zusammenreißen zu müssen? Wechseljahremanager:innen koordinieren Maßnahmen, schaffen Sichtbarkeit, vernetzen Abteilungen und übersetzen Unsicherheit in konkrete Handlungsschritte. Sie sind die Schnittstelle zwischen Mitarbeiterinnen, Führungskräften, HR, betrieblichem Gesundheitsmanagement und externen Angeboten. Mir war bei der Entwicklung besonders wichtig, dass Unternehmen nicht in Aktionismus verfallen.

Viele wollen sofort Maßnahmen einführen. Die bessere Frage lautet erstmal: Was braucht dieses Unternehmen überhaupt wirklich? Denn ein Produktionsbetrieb braucht andere Lösungen als ein Konzern mit hybriden Arbeitsmodellen. Der Wechseljahremanager ist deshalb keine Symbolrolle. Er ist die Antwort auf die Frage, wie moderne Arbeitswelt mit weiblichen Lebensphasen professionell umgeht.

Welche Aufgaben übernehmen solche Ansprechpartner konkret im Unternehmen?

Sie übernehmen vor allem eine strategische Übersetzerrolle im Unternehmen. Ihre Aufgabe ist es nicht, Diagnosen zu stellen oder therapeutisch zu beraten.

Sie sorgen dafür, dass aus Unsicherheit handlungsfähige Strukturen werden. Konkret analysieren sie bestehende Angebote, identifizieren Lücken und koordinieren Maßnahmen zwischen HR, Gesundheitsmanagement, Führungskräften, Betriebsärzten, Betriebsrat und externen Fachpersonen. Sie stoßen Schulungen an, schaffen Gesprächssicherheit und helfen dabei, sensible Themen professionell in den Arbeitsalltag zu integrieren. Im Alltag

kann das sehr praktisch werden: flexible Arbeitszeiten, Rückzugsmöglichkeiten, bessere Pausenregelungen oder passende Informationsangebote. Viele Unternehmen scheitern nicht am fehlenden Willen. Sie scheitern daran, dass niemand das Thema wirklich steuert. Genau dort entsteht der Mehrwert dieser Rolle.

Manche Kritiker könnten fragen, ob dafür wirklich eigene Zuständigkeiten nötig sind. Warum halten Sie solche Rollen dennoch für sinnvoll?

Themen ohne Zuständigkeit verschwinden in Unternehmen erstaunlich zuverlässig zwischen allen Bereichen. Die Wechseljahre berühren Gesundheit, Führung, Kommunikation, Prävention, Arbeitsorganisation und Unternehmenskultur gleichzeitig.

Wenn niemand Verantwortung bündelt, bleibt das Thema wichtig, aber folgenlos. Eigene Zuständigkeiten schaffen Orientierung:

Wer koordiniert Maßnahmen?

Wer vermittelt Wissen?

Wer unterstützt Führungskräfte?

Wer sorgt dafür, dass Betroffene nicht allein bleiben?

Unternehmen leisten sich für deutlich kleinere Probleme ganze Projektteams. Bei den Wechseljahren geht es um Millionen Arbeitnehmerinnen und enorme wirtschaftliche Auswirkungen. Darum geht es hier auch nicht um zusätzliche Bürokratie.

Es geht um professionelle Verlässlichkeit. Und genau die entscheidet bei sensiblen Themen darüber, ob Vertrauen entsteht oder Schweigen bleibt.

Welche Maßnahmen helfen Betroffenen im Arbeitsalltag tatsächlich weiter?

Am wirksamsten sind meistens die unspektakulären Maßnahmen.

Frauen brauchen im Arbeitsalltag selten große Symbolkampagnen. Sie brauchen Bedingungen, unter denen Arbeiten realistisch möglich bleibt. Dazu gehören Aufklärung, flexible Lösungen und ein Umfeld, in dem Beschwerden ohne Scham eingeordnet werden können. Praktisch helfen oft schon angepasste Pausen, flexiblere Arbeitszeiten, Homeoffice, bessere Temperaturregulation, Rückzugsmöglichkeiten oder atmungsaktive Arbeitskleidung. Entscheidend ist allerdings:

Maßnahmen wirken nur dann, wenn sie zur tatsächlichen Arbeitsrealität passen. Was im Büro funktioniert, hilft nicht automatisch im Schichtdienst, in der Pflege oder in der Produktion. Unternehmen sollten deshalb weniger

in Standardlösungen denken und stärker in konkreten Belastungssituationen. Und noch etwas ist wichtig:

Unterstützung darf niemals wie ein Sonderstatus wirken. Sobald Frauen das Gefühl haben, sie gelten als „kompliziert“, verlieren viele Angebote sofort ihre Wirkung.

Versicherer entdecken Frauengesundheit zunehmend als Präventions- und Leistungsfeld. Beobachten Sie auch bei Arbeitgebern ein Umdenken?

Ich beobachte weniger ein klares Umdenken als eine Übergangsphase zwischen Erkenntnis und Unsicherheit. Viele Arbeitgeber spüren, dass Frauengesundheit an Bedeutung gewinnt, sind aber noch nicht sicher, wie sie daraus konkrete Strategien ableiten sollen. Großunternehmen wie Flughafen München, Vodafone oder SAP gehen bereits voran und integrieren das Thema in bestehende Gesundheits- und Diversity-Strukturen. Sie haben den Vorteil, dass sie nicht bei null anfangen müssen, sondern auf vorhandene BGM-Logiken aufbauen können. Für Mittelstand und kleinere Unternehmen liegt genau hier eine große Chance. Wer das Thema früh ernst nimmt, kann sich als moderner, zukunftsfähiger Arbeitgeber positionieren. Bei Versicherern ist der Blick oft datengetriebener und präventiver. Bei Arbeitgebern entwickelt sich das langsamer, obwohl die Anschlussfähigkeit an bestehende Themen wie Stressprävention, mentale Gesundheit oder Betriebliches Gesundheitsmanagement eigentlich sehr hoch ist. Der entscheidende Wandel beginnt dort, wo Unternehmen verstehen: Frauengesundheit ist kein Fürsorgethema. Sie ist ein Produktivitäts-, Bindungs- und Zukunftsthema.

Welche Rolle können betriebliche Krankenversicherung oder Gesundheitsangebote künftig spielen?

Sie können eine wichtige Brückenfunktion übernehmen zwischen individueller Versorgung, Prävention und betrieblicher Gesundheitsstrategie. Gerade bei den Wechseljahren gibt es noch erhebliche Versorgungslücken. Viele Frauen ordnen Beschwerden lange nicht richtig ein, und auch im medizinischen System wird das Thema noch nicht überall konsequent mitgedacht. Betriebliche Gesundheitsangebote können hier niedrigschwellige Zugänge schaffen, etwa zu Beratung, digitalen Präventionsformaten oder Programmen rund um Schlaf, Stress oder Bewegung. Wichtig ist aber: Angebote allein verändern keine Kultur. Sie entfalten ihre Wirkung nur dann, wenn sie eingebettet sind in Führung, Kommunikation und ein Arbeitsumfeld, das das Thema nicht individualisiert, sondern normalisiert. Die beste Gesundheitsleistung verpufft,

wenn Mitarbeitende sich nicht trauen, sie im Arbeitsalltag auch zu nutzen.

Was würden Sie Unternehmen raten, die sich bislang noch gar nicht mit dem Thema beschäftigt haben?

Mein Rat ist bewusst unspektakulär: nicht mit Maßnahmen starten, sondern mit Verstehen. Der erste Schritt ist eine ehrliche Bestandsaufnahme. Wie viele Mitarbeiterinnen sind betroffen oder potenziell betroffen? Welche Angebote existieren bereits? Und ist Frauengesundheit im Unternehmen überhaupt sichtbar oder ein blinder Fleck? Der zweite Schritt ist Aufklärung. Viele Unsicherheiten entstehen nicht aus fehlender Bereitschaft, sondern aus fehlendem Wissen. Schon ein gut gesetzter Impuls kann mehr verändern als ein halbes Maßnahmenpaket ohne Kontext. Danach geht es um den Arbeitsalltag. Denn was im Büro funktioniert, passt nicht automatisch in Pflege, Produktion oder Schichtsysteme. Der größte Fehler ist, das Thema entweder zu dramatisieren oder zu ignorieren. Beides verhindert Lösungen. Besser ist ein sachlicher, früher und professioneller Einstieg. Genau dadurch entsteht Vertrauen, bevor aus Belastung Rückzug oder Fehlzeiten werden.

Was müsste sich aus Ihrer Sicht gesellschaftlich verändern, damit das Thema im Berufsleben normaler behandelt wird?

Vor allem brauchen wir einen anderen gesellschaftlichen Blick auf weibliche Lebensphasen. Die Wechseljahre sind keine Ausnahme und kein Randphänomen, sondern eine normale biologische Phase. Das Problem ist nicht die Phase selbst, sondern die lange kulturelle Unsichtbarkeit. Normal wird der Umgang erst dann, wenn wir das Thema genauso selbstverständlich behandeln wie andere gesundheitliche Veränderungen im Leben auch. Dafür braucht es Sprache, Aufklärung und sichtbare Vorbilder. Frauen müssen Beschwerden benennen können, ohne dass daraus berufliche Abwertung entsteht. Und Führungskräfte brauchen Sicherheit im Umgang damit. Gleichzeitig braucht es einen Perspektivwechsel. Die Lebensmitte ist nicht nur eine Phase möglicher Einschränkungen, sondern oft auch eine Phase von Klarheit, Erfahrung und Souveränität. Viele Frauen gewinnen genau in dieser Zeit an innerer Stabilität und Wirksamkeit. Wenn das sichtbar wird, verändert sich auch der gesellschaftliche und berufliche Blick. Am Ende geht es um einen einfachen, aber entscheidenden Schritt: die Wechseljahre aus der Tabuzone holen und als das behandeln, was sie sind – ein normaler Teil des Lebens mit realer Bedeutung für Arbeit, Führung und Gesellschaft.

Über Kerstin Hendricks: Kerstin Hendricks ist Expertin für Wechseljahre in Unternehmen. Die Diplom-

Ökonomin verbindet wissenschaftlich fundiertes Wissen über Wechseljahre mit betriebswirtschaftlicher Logik und praxisnaher Umsetzung in Unternehmen. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Frage, wie Organisationen diese Lebensphase professionell einordnen, kommunikativ enttabuisieren und in HR-, Kultur- und Gesundheitsstrukturen verankern können. Hendricks versteht die Wechseljahre dabei als Gestaltungsfeld für Arbeitsfähigkeit, Gesundheit, Bindung, Führung und eine zukunftsorientierte Arbeitswelt. Dass Wechseljahre in Unternehmen bislang kaum systematisch berücksichtigt werden, hat sie außerdem dazu veranlasst, die Weiterbildung „Wechseljahremanager:in – Wechseljahre verstehen und im Unternehmen begleiten“ zu entwickeln. Diese Weiterbildung ist die erste akademische Qualifizierung zum Thema Wechseljahre am Arbeitsplatz in der DACH-Region. Weitere Informationen finden Sie unter <https://wechseljahre-im-griff.de/>

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4950247/Wechseljahremanager-bKV-und-Praevention-Wie-Unternehmen-Betroffene-unterstuetzen-koennen/>