



BMW Werk Berlin engagiert sich für die Gesundheit seiner Mitarbeiter und lädt zur "PROGESUNDHEIT 2014".

BMW Werk Berlin engagiert sich für die Gesundheit seiner Mitarbeiter und lädt zur "PROGESUNDHEIT 2014".
Progesundheit 2014 - Herz. Eine Präventionsmaßnahme mitten in den Produktionshallen. (05/2014) Alle Medien anzeigen
Das Herz ist ein leistungsstarker Muskel. Es ist täglich im Einsatz und pumpt rund um die Uhr 5 Liter Blut pro Minute in den Kreislauf, durchaus vergleichbar mit dem laufenden Motor eines Motorrads. Um alle Mitarbeiter über die Funktionsweise und richtige Handhabung ihres Motors, dem Herzen, zu informieren, gastiert am 14. und 15. Mai die Messe der Initiative Gesundheit der BMW Group im Berliner Werk. Highlight ist ein fünf Meter hohes, tatsächlich begehrtes Herzmodell mitten in der Produktionshalle. Zudem bietet die Ausstellung für Mitarbeiter ein umfangreiches Programm an Gesundheitsförderungs- und Präventionsangeboten. So können sich die rund 1.900 Beschäftigten im Werk informieren, die lebensrettende Herzdruckmassage erlernen, mit Experten sprechen, Lungenfunktionstests durchführen oder ihren Blutdruck messen lassen.
Es handelt sich hierbei um eine Präventionsmaßnahme, die zielgruppenspezifisch und äußerst betriebsnah durchgeführt großen Erfolg verspricht. "Nur wenn ein Mitarbeiter sich seines Gesundheitszustandes und Präventionspotentials bewusst ist, kann er auch eigenverantwortlich handeln.", weiß Dr. med. Ralf Herfordt, Leiter des Gesundheitsmanagements am Berliner Produktionsstandort.
Unmittelbar neben der Ausstellung wird der C evolution, der erste rein elektrisch angetriebene BMW Maxi-Scooter, montiert, während sich die Berliner Belegschaft über die vom Unternehmen und der BMW BKK angebotenen Vorsorgemöglichkeiten informiert. "Die Mitarbeiter haben die Möglichkeit während ihrer Arbeitszeit die Informationsstände zu besuchen und an Führungen durch das Herzmodell teilzunehmen, wie bereits im vergangenen Jahr bei der Messe zur Darmkrebsvorsorge. Solche Angebote unterstützen ausdrücklich.", betont Werkleiter Marc Sielemann.
Die Messe findet jährlich an allen deutschsprachigen Werksstandorten statt. Ihr hauptsächlichstes Anliegen ist es, Mitarbeiter über das direkte Erleben für ihre Gesundheit zu sensibilisieren - in diesem Jahr die Herzgesundheit. Denn Todesursache Nummer eins, weltweit und auch in Deutschland sind seit mehreren Jahren Herz- und Kreislauferkrankungen. Unter anderem zählen dazu Herzinfarkt, Schlaganfall, Lungenembolie sowie bestimmte Formen gefährlicher Herzrhythmusstörungen.
Mit der Initiative Gesundheit gestaltet die BMW Group ein vielfältiges Angebot, damit ihre Mitarbeiter nachhaltig für ihre Gesundheit und Leistungsfähigkeit aktiv bleiben. Das Spektrum reicht von Gesundheitsuntersuchungen über themenspezifische Angebote, wie Ernährungsberatung und Entspannungsübungen, bis hin zu Dialogveranstaltungen. Die Kommunikation der Angebote wird durch eine individuelle Farbwelt geprägt und schafft hohe Aufmerksamkeit.
Die Initiative Gesundheit bietet aber nicht nur ein breit gefächertes Angebot an Gesundheitsmaßnahmen, sondern greift tiefer und setzt bereits bei der Führungskultur und den Grundüberzeugungen des gesamten Unternehmens sowie der Motivation der Mitarbeiter an. So werden Gesundheitskonzepte und demographieorientierte Programme im engen Schulterschluss zwischen dem Bereich Arbeitsumfeld und Gesundheit und den betrieblichen Partnern, wie der BMW BKK, der Bildungsakademie, und der Führungskräftequalifizierung der BMW Group erarbeitet.
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Romy Ertl, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
BMW Werk Berlin
Telefon: +49 30 3396-2225
E-Mail: Romy.Ertl@bmw.de
Internet: www.bmw-werk-berlin.de
Internet: www.press.bmwgroup.com
Die BMW Group
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagstätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.
www.bmwgroup.com


Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Romy.Ertl@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

Romy.Ertl@bmw.de

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.