

Presse-Information  
21. Mai 2013

## **„ProGesundheit 2013“ für BMW Group Mitarbeiter.**

Dr. Christa Maar von der Felix Burda Stiftung eröffnet  
Gesundheitsmesse im BMW Werk München.

**München.** Im Rahmen der „Initiative Gesundheit der BMW Group“ startet die BMW Group gemeinsam mit ihrer Betriebskrankenkasse BMW BKK die Aktion ProGesundheit 2013. Die Gesundheitsmesse für Mitarbeiter findet an allen deutschen Werksstandorten statt und bietet ein umfangreiches Programm an Gesundheitsförderungs- und Präventionsangeboten.

In München eröffnete Dr. Christa Maar, die Vorsitzende der Felix Burda Stiftung, gemeinsam mit den Verantwortlichen der BMW Group die Gesundheitsmesse. Ihr Anliegen ist die Darmkrebsvorsorge. Die Ausstellung eines übergroßen begehbaren Darmmodells der Felix Burda Stiftung zeigt dabei anschaulich, dass dieses Thema auch im Mittelpunkt der diesjährigen Gesundheitsmesse für BMW Group Mitarbeiter steht. „BMW ist das erste Unternehmen, das unser Darmmodell in der Kantine ausstellt – das finde ich klasse“, sagte Dr. Christa Maar bei der Eröffnung im Betriebsrestaurant des BMW Werks München. „Schließlich spielt eine gesunde Ernährung bei der Darmkrebsvorsorge eine wichtige Rolle.“ In ihrer sehr persönlichen Rede erinnerte Christa Maar an das Schicksal ihres Sohnes, der mit 33 Jahren an Darmkrebs verstorben ist, und appellierte an die BMW Belegschaft, die vom Unternehmen und der BMW BKK angebotenen Vorsorgemöglichkeiten zu nutzen.

Darmkrebsvorsorge ist eines von zahlreichen Schwerpunktthemen der Initiative Gesundheit für die Mitarbeiter der BMW Group. Gerade weil darüber wenig gesprochen wird und sich der Darmkrebs fast ohne Symptome entwickelt, gibt es hier durch Aufklärung ein hohes Präventionspotenzial. Gemeinsam mit der BMW BKK wurde deshalb ein Vorsorgeangebot entwickelt, um die rund 76.000 Mitarbeiter der BMW Group in Deutschland für das Thema zu sensibilisieren. Mit dem größten Darm-Modell Europas wird anschaulich erklärt, wie das verborgene Organ funktioniert und warum es gerade im Alter ab 50 Jahren für Krebs anfällig werden kann. Mit einem Darmkrebsvorsorge-Testset, das für BMW BKK Versicherte aller Altersklassen kostenlos bereit gestellt wird, erhalten die Mitarbeiter jedes Jahr die Möglichkeit, selbst vorsorgend aktiv zu werden.

## Presse-Information

Datum 21. Mai 2013  
Thema „ProGesundheit 2013“ für BMW Group Mitarbeiter.  
Seite 2

Die „Initiative Gesundheit der BMW Group“ legt einen Schwerpunkt auf nachhaltige Angebote in der Vorsorge und Gesundheitsförderung. Sie 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 die Gesundheitskonzepte und -programme im engen Schulterschluss zwischen Gesundheitsmanagement und den betrieblichen Partnern, wie der BMW BKK, der Bildungsakademie, der Betriebsgastronomie und der Führungskräftequalifizierung der BMW Group erarbeitet.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Email: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

Jochen Frey, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Personal  
Telefon: +49 (0)89 382-41125

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation  
Telefon: +49 (0)89 382-24544

**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 Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2011 belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>