



WAS SIE VON EUROPAS
FITTESTEN FIRMEN
LERNEN KÖNNEN



INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	3
Lektion	5
#1 Große Firmen müssen groß denken	5
#2 Verankern Sie Fitness in Ihrer Firmenkultur	12
#3 Mitarbeiter-Fitness ist nicht nur etwas für Sportunternehmen und Start-Ups	16
#4 Gesundheit und Wellness haben die unterschiedlichsten Formen	19
#5 Keine Firma ist zu groß, um Mitarbeitervorteile anbieten zu können	22
#6 Führungskräfte sollten mit gutem Beispiel voran gehen	25
Fazit	30
Über Urban Sports Club	31

EINLEITUNG

Gesundheit, Fitness und Wohlergehen liegen schon lange nicht mehr ausschließlich in unserer eigenen Hand. Hinter jedem, der einen gesunden Lebensstil anstrebt, stehen seine Familie, Ärzte, Ernährungsberater, Physiotherapeuten und Personal Trainer.

Dabei ist die wirtschaftliche Belastung durch Krankheiten inzwischen so groß geworden, dass selbst Regierungen vermehrt Interesse zeigen, die Gesellschaft so lange wie möglich aktiv und fit zu halten.

Der Fokus auf Gesundheit, Training und Vitalität hat längst auch die Grenze zwischen Privat- und Arbeitsleben überschritten. Aufgrund dieser Tatsache übernehmen heutzutage auch Arbeitgeber eine wichtige Rolle in Bezug auf die Fitness und Gesundheit ihrer Belegschaft. Dafür gibt es einige naheliegende und überzeugende Gründe:

- Gesundere Mitarbeiter sind engagierter und produktiver.
- Je gesünder die Belegschaft, desto geringer ist die Anzahl der Fehltage und die erzwungene Präsenz am Arbeitsplatz.
- Gesundheitsangebote verbessern die Firmenkultur, was wiederum dazu führt, dass Engagement und Produktivität steigen, mehr Talente angezogen werden und eine Arbeitsumgebung geschaffen wird, in der Arbeitnehmer gerne bleiben.



“ Nicht der Kunde steht an oberster Stelle, sondern die Angestellten. Wenn Sie sich um Ihre Angestellten sorgen, werden diese sich auch gut um Ihre Kunden kümmern.



Sir Richard Branson,
Gründer der Virgin Group

ABWESENHEIT vs. ERZWUNGENE PRÄSENZ



„Erzwungene Präsenz“ hingegen bezieht sich auf Angestellte, die zur Arbeit erscheinen, obwohl sie krank oder verletzt sind oder unter Stress leiden.

Der Begriff „**Abwesenheit**“ bezieht sich auf Angestellte, die aus gesundheitlichen Gründen nicht zur Arbeit erscheinen können.



Beide Varianten sind **gleichermaßen schlecht für das Arbeitsumfeld und haben negativen Einfluss auf Produktivität und Moral**. Erzwungene Präsenz kann außerdem dazu führen, dass sich weitere Mitarbeiter anstecken. Viren verbreiten sich rasant innerhalb der Belegschaft, wenn kranke Mitarbeiter das Gefühl haben, keinen Arbeitstag verpassen zu dürfen.

Zunächst wurden betriebliche Gesundheits- und Wellnessprogramme bestenfalls als nice-to-have angesehen oder – im schlechtesten Falle – als vorübergehender Trend. Aber diese Auffassung hat sich innerhalb der letzten Jahren stark geändert. Ranglisten der fittesten Firmen zeigen, dass nahezu alle Betriebe, die in die Gesundheit und das Wohlergehen ihrer Mitarbeiter investieren, auch Branchenführer sind.

Es hat ein Wettstreiten darum begonnen, nicht nur als Firma zur Zweckerfüllung zu gelten, sondern fit genug zu sein, um Großartiges zu leisten.

02

LESSONS



LEKTION #1

GROSSE FIRMEN MÜSSEN GROSS DENKEN

Im Grunde genommen geht es darum, dass Arbeitgeber ihre betrieblichen Fitnessprogramme an die Größe und das Profil ihres Unternehmens anpassen müssen.

Es ist absolut nachvollziehbar und sogar vernünftig, dass Start-Ups und kleinere Firmen zunächst mit einfach zu skalierenden und wenig riskanten Fitnessinitiativen beginnen wollen. Die meisten kleinen Unternehmen ohne etablierte Fitnessprogramme starten mit einem Pilotprogramm für einen Teil der Mitarbeiter und beobachten die Ergebnisse ein paar Monate lang, bevor sie das Programm für die ganze Firma ausrollen.

Entgegen mancher Befürchtungen verstehen, akzeptieren und schätzen Arbeitnehmer dieses Vorgehen.

Angestellten eines großen multinationalen Konzern könnte es hingegen etwas sauer aufstoßen, wenn die einzige angebotene Fitnessmaßnahme die Teilnahme am jährlichen 10km-Lauf der Stadt ist.

Letztendlich ist es immer eine Frage der Erwartungshaltung. Am Ende des Tages sind die tatsächlichen Gewinner die Unternehmen, die die Erwartungen ihrer Angestellten regelmäßig übertreffen – egal ob Start-Up oder Großkonzern.



BRANCHE

Lebensmittelproduktion

STANDORT

Murcia, Spanien, weltweit in 75
Ländern tätig

MITARBEITERZAHL

4.500

ÜBER

ElPozo wurde 1954 gegründet und ist heute die meistgekaufteste Marke in Spanien – in 80% aller spanischen Haushalte findet man mindestens ein ElPozo-Produkt. Ursprünglich bekannt für abgepacktes Fleisch, ist die Firma inzwischen Branchenführer für gesündere Alternativen. Eine Entwicklung, die die Firma auch im Umgang mit ihren Angestellten beeinflusst hat.



Zu sagen, ElPozo liebe Sport, wäre eine Untertreibung. Die Firma ist nahezu besessen davon. Das führte unter anderem dazu, dass ElPozo die **erste spanische Firma ist, die den „European Sport and Healthy Company Award“** verliehen bekam – in Anerkennung für das Engagement in eine gesunde Belegschaft.

Mit Sitz in der kleinen und traditionell unterprivilegierten Region Alhama de Murcia im südlichen Spanien, nimmt ElPozo seine Rolle als größter lokaler Arbeitgeber sehr ernst. Das Management ist sich seiner Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern und Bewohnern des Viertels bewusst.

Zwischen 2016 und 2018 investierte ElPozo am Hauptstandort rund **170.000 Euro** in den Bau von Sport- und Fitnessanlagen für seine Mitarbeiter auf einer Fläche von über 5.000m². Die Einrichtung umfasst verschiedene Tennisplätze sowie eine Sporthalle mit Fußball-, Volleyball- und Basketballplätzen.

Neben den Sportplätzen gibt es medizinische Einrichtungen, die rund um die Uhr mit Ärzten, Krankenschwestern, einem Psychologen und Assistenten besetzt sind. Die Firma bietet einen gemeinsamen Gesundheitskurs an, um Angestellten dabei zu helfen, sich während und nach der Arbeit um ihr Wohlergehen zu kümmern. Außerdem stellt die Kantine für alle Mitarbeiter gesunde Alternativen bereit. Falls all diese Aktivitäten zu anstrengend klingen, gibt es natürlich auch einen Siesta-Raum, der es den Angestellten ermöglicht, zwischendurch ein Nickerchen zu machen.

EIPozo ist ebenfalls bekannt für Programme abseits des Sportfelds. So gibt es zum Beispiel regelmäßige Impf- und Blutspendeaktionen. Auch wenn die meiste Aufmerksamkeit der eigenen Belegschaft zukommt, sponsert die Firma außerdem lokale Sportmannschaften, das spanische Paralympic Team sowie das Radrennen „La Vuelta a España“.

“ Wenn wir über Gesundheit und Sport für unsere Angestellten nachdenken, denken wir niemals gleichzeitig an wirtschaftliche Vorteile oder Einnahmen.



Tomás Fuertes,
Präsident von EIPozo Alimentación





BRANCHE

Sportbekleidung

STANDORT

Europäischer Hauptsitz in Hilversum, in der Nähe von Amsterdam

MITARBEITERZAHL

2.000 am europäischen Hauptsitz

ÜBER

1964 gegründet von Phil Knight und Bill Bowerman als „Blue Ribbon Sports“ ist Nike inzwischen ein Gigant in den Bereichen Sport, Schuhe und Mode mit mehr als 70.000 Mitarbeitern weltweit. Der europäische Hauptsitz in den Niederlanden war ursprünglich ein Büro für 20 Mitarbeiter und erstreckt sich heute über einen 35.000m² großen Campus.



Eigentlich sollte der Fakt, dass Nike eine der größten Sportbekleidungsmarken weltweit ist, bereits genug über den Stellenwert von Fitness im Unternehmen aussagen. Dennoch wäre da noch die Tatsache, dass der riesige Campus genau neben einem Sportpark liegt, der Teil der Olympischen Spiele 1928 war.

Sport und Fitness sind hier nicht nur ein einfacher Mitarbeitervorteil, vielmehr sind sie tief mit dem Arbeitsalltag und der Firmenkultur verwoben. Angefangen von den Räumen und Gängen, die nach berühmten von Nike gesponserten Athleten benannt sind, bis hin zu den hervorragenden Sportmöglichkeiten, die die Angestellten jederzeit kostenlos nutzen können.

Diese reichen von einem großen, modernen Fitnessstudio für Cardio- und Krafttraining - Betreuung durch Personal Trainer inklusive - bis hin zu Yoga-, Spinning-, Box- oder CrossFit-Kursen, an denen die Mitarbeiter tagsüber teilnehmen können.



Es gibt Fußball-, Tennis-, Volleyball- und Basketballplätze sowie ein Leichtathletikfeld. Außerdem gibt es eine Halle mit weiteren Fußball-, Basketball-, Hockey-, Badminton-, und Squashplätzen. Sollte jemand seine Sportsachen tatsächlich einmal vergessen, gibt es natürlich einen radikal reduzierten Shop auf dem Gelände.

Genauso beeindruckend wie der Standort ist die Art und Weise, wie Nike Gesundheit und Fitness in die Kultur am europäischen Hauptsitz einbindet. Zusätzlich zu den ergonomischen Arbeitsplätzen, Physiotherapeuten und Ernährungsberatern vor Ort, ermutigt das Unternehmen seine Mitarbeiter dazu, innerhalb ihres eigenen Zeitplans flexibel zu arbeiten. Das gibt ihnen Zeit, um an Fitnesskursen oder an einer der täglichen Radtouren ins Büro oder nach Hause teilzunehmen, Mitglieder des Lauf- oder Triathlon-Clubs zu treffen oder Meetings mit Kollegen ins Fitnessstudio oder auf den Tennisplatz zu verlegen.

“ Bei Nike nutzen wir die Kraft des Sports, um das menschliche Potenzial voll zu entfalten.



Mark Parker,
CEO von Nike

BRANCHE

Pharmazeutische Produkte,
medizinische Produkte,
Konsumgüter

STANDORT

Mehrere Büros, Fabriken und
Vertriebszentren in ganz Europa

MITARBEITERZAHL

134.000 weltweit

ÜBER

Johnson & Johnson (J&J) ist die Firma hinter Haushaltsmarken wie Neutrogena, Johnsons Baby-Öl, Band-Aid, Benadryl, Listerine, und RoC Hautpflege. Das Unternehmen hat Standorte in über 60 Ländern und weltweit 125 Fabriken.



J&J engagiert sich seit jeher für Wohltätigkeitsorganisationen, setzt sich für nachhaltige Produktionsziele ein und fördert Frauen am Arbeitsplatz. Der Wohltätigkeitsaspekt erstreckt sich bis hin zu den Angestellten und auch hier mangelt es J&J eindeutig nicht an Ehrgeiz.

Die „**HealthForce 2020 Mission**“ hat sich nichts geringeres zum Ziel gesetzt, als im Jahre 2020 die fitteste Belegschaft weltweit zu haben. In Bezug auf diese Mission hat Gesundheit für J&J drei Hauptaspekte: mental, physisch und finanziell.

Daher bietet J&J seinen Angestellten und Partnern kostenlose Finanzcoachings sowie Webinare zu den Themen Steuern, Sparmöglichkeiten und Investments an. Die Mitarbeiter können außerdem kostenlos auf die App „meQuilibrium“ zugreifen, die dabei hilft, mentale Resilienz und Flexibilität aufzubauen und mit Stress und psychischen Problemen gesünder umzugehen.



Wenn Finanzthemen und Psyche versorgt sind, können die Angestellten sich voll auf ihren Körper konzentrieren. Auch hier ist der Ansatz von J&J technikgestützt: Alle Mitarbeiter haben kostenlosen Zugriff auf eine Reihe digitaler Gesundheitstools, die sie bei einer gesunden Ernährung unterstützen und ihnen helfen, für sie geeignete Aktivitäten zu entdecken und diese in ihren Alltag zu integrieren.

Die Aktivitäten werden mit einem Punktesystem getrackt, mit dem die Mitarbeiter dann beispielsweise Vergünstigungen bei der Krankenversicherung erhalten. J&J bietet außerdem Workshops und Webinare zu Themen wie zum Beispiel Krafttraining an, an denen auch Familienmitglieder teilnehmen können.

Indem J&J ein ambitioniertes Ziel setzt und diese Zielsetzung öffentlich macht, unterstreicht das Unternehmen sein Engagement in Bezug auf die Angestellten und deren Gesundheit und Fitness. Weiß Ihre Belegschaft ebenfalls genau, was Sie für sie tun und warum?

“ Wir wollen jeden Einzelnen dazu ermutigen, die beste Version von sich selbst zu sein.



Jennifer Bruno,
Head of Global Health Services
bei Johnson & Johnson



LEKTION #2

VERANKERN SIE FITNESS IN IHRER FIRMENKULTUR

Nike ist ein exzellentes Beispiel für ein Unternehmen, das Fitness zu einem festen Firmenbestandteil gemacht hat. Sobald Fitness nicht mehr nur einer von vielen Vorteilen ist, sondern zu einem Teil der Unternehmensidentität wird, ist eine aktive Belegschaft die Voraussetzung und nicht mehr nur ein Ziel.

Natürlich scheint dies besonders einfach, wenn man eine globaler Sportbekleidungsriese ist.

Dennoch gibt es eine Reihe anderer Firmen mit kleineren Budgets und einer weniger deutlichen Verbindung zum Sport, die es dennoch geschafft haben, eine gesunde und aktive Lebensweise in ihre Firmenkultur zu integrieren.

BRANCHE

PR Agentur

STANDORT

London

MITARBEITERZAHL

20-25

ÜBER

Forster Communications ist eine kleine PR Agentur aus London, die 1996 gegründet wurde. Sie arbeitet mit Unternehmen zusammen, die sich auf sozialen Wandel in den Bereichen Nachhaltigkeit, faire Arbeitsbedingungen und -selbstverständlich - Gesundheit spezialisiert haben.

Obwohl Forster Communications eine sehr kleine inhabergeführte Agentur ist, führt sie regelmäßig die Ranglisten Englands gesündester Arbeitsplätze an und beweist damit, dass Unternehmen keine multinationalen Budgets benötigen, um eine aktive und motivierte Belegschaft zu haben. Forster zeigt, dass auch mit kleinen Veränderungen große Resultate erzielt werden können.

Die Agentur hat vor allem Kunden, die eine positive soziale Veränderung vorantreiben wollen, daher muss auch die Firma selbst nach den Prinzipien handeln, die sie nach außen trägt.

Statt blind irgendein Fitnessprogramm zu entwickeln und darauf zu hoffen, dass es funktioniert, überdenkt Forster regelmäßig seine Gesundheits- und Fitnessangebote. Mittels Mitarbeiterbefragungen und Feedback-Tools findet die Agentur heraus, wie die Angebote besser in die Gesamtstrategie der Firma und deren Ziele integriert werden können.

Nachdem entschieden wurde, sich auf das Thema krankheitsbedingte Fehltage zu konzentrieren, führte Forster ein Programm ein, das die Mitarbeiter regelmäßig dazu auffordert, aktiver zu sein.

So können die Angestellten beispielsweise jedes Mal, **wenn sie zu Fuß oder mit dem Fahrrad zur Arbeit oder zu Meetings kommen, zusätzlich fünf Minuten Urlaub oder 0,55 Euro Cashback erhalten.** Außerdem ermutigt die Agentur ihre Angestellten dazu, öfter von zu Hause aus zu arbeiten.

Das Ergebnis spiegelt sich in der Senkung der Fehltage wieder (von jährlich 3,0 Tage auf 2,2 Tage pro Person). Ein Drittel der Angestellten fährt täglich mit dem Fahrrad zur Arbeit und die Mitarbeiter arbeiten im Durchschnitt einen Tag im Jahr ehrenamtlich.

Kleine Ansatzpunkte, die zu mittelgroßen Ergebnissen und einer grundlegend Veränderung der Kultur und der Sichtweise führen.

“ Der Business Case für die Investition in Gesundheit und Wohlbefinden ist hinreichend bekannt, aber es reicht inzwischen nicht mehr aus, lediglich kleine Annehmlichkeiten wie kostenloses Obst zu haben, schon gar nicht im heutigen wettbewerbsgetriebenen Markt. Wir müssen ein aufrichtiger, attraktiver und verantwortungsvoller Arbeitgeber sein, für den die Leute gerne arbeiten wollen. Es ist wichtig, hier strategisch vorzugehen.



Kate Parker,
Marketing Manager
bei Forster Communications





BRANCHE

Hotelkette

STANDORT

Gegründet in den Niederlanden, mit 12 Hotels auf der ganzen Welt

MITARBEITERZAHL

700

ÜBER

CitizenM wurde 2006 gegründet und begann mit zwei Hotels in Amsterdam bevor die Hotelkette nach Übersee expandierte. Das Unternehmen hat inzwischen Standorte in den Niederlanden, dem Vereinigten Königreich, den Vereinigten Staaten, Frankreich, Taiwan, Dänemark und der Schweiz. CitizenM setzt auf das Prinzip eines luxuriösen, internationalen Flairs zu erschwinglichen Preisen.

Die Hotelkette gehört zu einer neuen Generation von Unternehmen, die scheinbar bei jedem Schritt gute Absichten verfolgen. Die Hotels sind nach den höchsten Nachhaltigkeitsstandards erbaut und die Mitarbeiter stehen in allen Aspekten an erster Stelle – von Arbeitsrechten und Gleichstellung, über ausführliche Richtlinien bezüglich Belästigung und dem Aufdecken von Fehlverhalten bis hin zur Unternehmenskultur allgemein.

Es ist aber vor allem auch die Beziehung zu Sport und Fitness, die CitizenM so attraktiv macht.

Denkt man an die Niederlande, denkt man automatisch an Windräder, Käse, Holzschuhe und selbstverständlich an Fahrräder. Statt also alles strikt mit Fitness zu verbinden, hat CitizenM die Verbindung zum Fahrradfahren zur Grundlage gemacht und die Wohltätigkeitsorganisation „**citizenMovement**“ ins Leben gerufen.

Jedes Jahr können Mitarbeiter, Partner, Zulieferer und Gäste von CitizenM an einer unvergleichlichen Charity-Fahrradtour teilnehmen.

Früher führte diese von London nach Paris und von Paris nach Rotterdam. Das gesammelte Geld kommt dem „World Bicycle Relief“ zugute, einer Wohltätigkeitsorganisation, die Fahrräder an Kinder und Lehrer im ländlichen Sambia spendet, um ihnen einen besseren Zugang zu Schulen zu ermöglichen.

Durch all diese Initiativen ist das Fahrradfahren tief mit der Kultur von CitizenM verwachsen. Das führt sogar so weit, dass neue Mitarbeiter, die bisher nicht einmal 10 Minuten im Fahrradsattel verbracht haben, innerhalb kürzester Zeit zu passionierten Radfahrern werden.

LEKTION #3

MITARBEITER-FITNESS IST NICHT NUR ETWAS FÜR SPORTUNTERNEHMEN UND START-UPS

Wenn Sie eine Marke wie Nike, Adidas, Under Armour oder eine Firma wie Porsche, Ferrari oder BMW sind, ist es einfach und vor allem notwendig, das beste Fitnessprogramm für Ihre Mitarbeiter zu konzipieren, aufzustellen und einzuführen.

Aber ist die Erschaffung einer Fitnesskultur ebenso möglich und notwendig, wenn Sie kein Sportunternehmen, kein Sportwagenhersteller oder super-cooles Silicon Valley Start-Up sind?

Es ist nicht nur notwendig, es ist sogar überaus wichtig!





BRANCHE

Banking

STANDORT

Hauptsitz in Berlin, Deutschland

MITARBEITERZAHL

1.300

ÜBER

N26 wurde 2013 mit dem Ziel gegründet, die erste erfolgreiche mobile Bank zu werden. Das Unternehmen wuchs schnell und hat heute 2,5 Millionen Nutzer in 25 Ländern innerhalb Europas und der Vereinigten Staaten.



Wenn man eine großartige Idee hat, die Investments anzieht und zu einem enormen Wachstum führt, ist es schwer, die Firmenkultur und die Einstellung der Mitarbeiter während der gesamten Wachstumsphase zu erhalten. Die Lösung lag für N26 darin, denselben engen Fokus, den die Online-Bank auf seine Nutzer richtet, darauf zu richten, was die Mitarbeiter wollen und brauchen.

Das Resultat sind regelmäßige Obst- und Gemüselieferungen, ein gesundes Mittagessen, weitreichende Weiterbildungsbudgets und eine Vielzahl von Hunden, die im Berliner Büro herumlaufen. Fernab von allem, was man von Banken eigentlich gewohnt ist.

Als N26 seine Mitarbeiter nach ihren Vorsätzen für 2019 fragte, standen „gesünder leben“ und „mehr Zeit beim Sport verbringen“ bei den meisten ganz oben auf der Liste. **Daher führte N26 stark reduzierte Urban Sports Club Mitgliedschaften ein, die den Mitarbeitern Zugang zu mehr als 1.000 Sportstätten in ganz Berlin ermöglicht.**

Manchmal ist die einfachste Lösung die beste.

BRANCHE

Hersteller von Farben, Lacken und Lasuren

STANDORT

Coesfeld, Germany

MITARBEITERZAHL

750

ÜBER

JW Ostendorf betreibt seit 70 Jahren Do-It-Yourself-Shops für Farben und Lasuren mit einem jährlichen Verkaufserlös von rund 220 Millionen Euro.



Falls es ein Geschäftsfeld gibt, das noch unattraktiver ist als Banking, dann ist es mit Sicherheit die Farb- und Lackindustrie. Und dennoch hat JW Ostendorf still und leise einen Ruf aufgebaut, der das Unternehmen zu einem der beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands macht.

Einen großen Beitrag dazu leistet das Gesundheitsprogramm „JWOaktiv“, das Jahr für Jahr als eines der führenden Programme Europas ausgezeichnet wird. Natürlich erfüllt es alle typischen Merkmale: Gesundes Restaurant, Ernährungsberatung, ergonomische Arbeitsplätze und ein Fitnessstudio vor Ort, das die Angestellten jederzeit nutzen können. Was „JWOaktiv“ allerdings auszeichnet ist die Zusammenarbeit mit der Sportuniversität in Köln.

Die Experten der Uni führen regelmäßige Mitarbeiter-Gesundheitschecks durch und erstellen auf dieser Basis individuelle Ernährungs- und Trainingspläne für jeden Angestellten.

Neben der Freiheit, jederzeit mittags ins Fitnessstudio gehen zu können und so seinem eigenen Zeitplan zu folgen, bietet die Firma ein breites Spektrum an Sport-Unterstützung - dazu gehören unter anderem von Trainern begleitete Aktivitäten wie Fußballspielen, Kickbox- und Krafttraining, Nordic Walking oder ein „Fit durch die Schicht“ Workout.

LEKTION #4

GESUNDHEIT UND WELLNESS HABEN DIE UNTERSCHIEDLICHSTEN FORMEN

Ihr Head of Sales liebt es, am Wochenende zu wandern, während Ihre HR-Mitarbeiterin CrossFit bevorzugt? Der CEO kann nicht ohne seine tägliche Yoga-Stunde leben, während die CFO lieber regelmäßig Mountainbike-Touren unternimmt? Jeder von uns hat eine ganz eigene Vorstellung davon, was er benötigt und was ihm ein Lächeln ins Gesicht zaubert.

Gerade deshalb geht es beim Thema Fitness nicht nur darum, Sport und Aktivitäten in das Berufs- oder Privatleben zu integrieren. Machen Sie sich Gedanken darüber, was Gesundheit und Fitness für Ihre Firma – und viel wichtiger – für Ihre Angestellten ganz individuell bedeutet.





PORSCHE

BRANCHE

Automobilhersteller

STANDORT

Hauptsitz in **Stuttgart, Deutschland**, mit Fabriken in **Stuttgart und Leipzig**

MITARBEITERZAHL

25.000

ÜBER

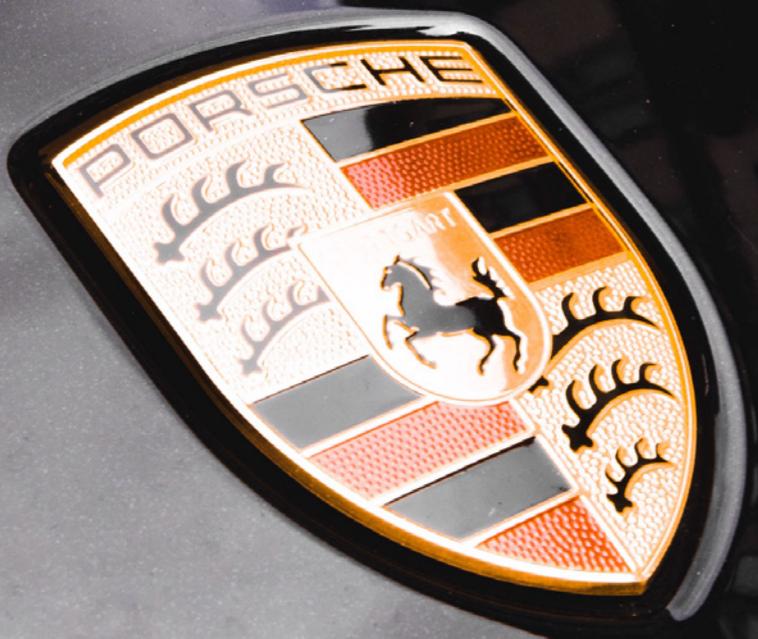
Porsche ist einer der weltweit bekanntesten Hersteller von Sportwagen und SUVs mit legendären Fahrzeugen wie dem 911er, dem Boxster und dem Panamera. Das Unternehmen baut jährlich rund 240.000 Fahrzeuge.



Die Firmenkultur von Porsche stützt sich auf vier zentrale Grundsätze: Hingabe, Pioniergeist, Familie und – wie man es vom Hersteller einiger der schnellsten Autos auf den Straßen erwartet – **Sportlichkeit**.

Motorsport spielt im Hause Porsche natürlich eine große Rolle, was sich in einer 3,7 km langen FIA-zertifizierten Rennstrecke und einer noch längeren Off-Road Strecke am Porsche-Campus in Leipzig widerspiegelt. Doch die Definition von Sportlichkeit endet bei Porsche nicht bei Lenkrad und Motor. In allen Hauptfabriken von Porsche gibt es betriebseigene Sport- und Fitnessseinrichtungen und das „**Fitness & Vitality**“ Programm für Mitarbeiter ist auch in den Restaurants präsent.

Doch besonders zum Vorschein kommt Porsches Engagement in Bezug auf Gesundheit und Fitness vor allem innerhalb der Fabriken. Beim Ausbau der Fabrik in Leipzig investierte Porsche 500 Millionen Euro, um das fortschrittlichste und ergonomischste Fließband der Welt zu errichten. Die Arbeiter **tragen Exoskelette, die sie bei den sich wiederholenden Bewegungen stärken und unterstützen**.



Es wurden eigens zweckmäßige, gleitende Stühle entwickelt, ausgestattet mit Werkzeug und den benötigten Teilen, damit die Angestellten unter dem angehobenen Chassis arbeiten können während die Belastung auf Halswirbelsäule und Rücken reduziert wird. Am beeindruckendsten sind wohl jedoch die riesigen Arme, die das Chassis ausrichten und drehen, damit die Arbeiter sich während ihrer Arbeit nicht verrenken oder herumklettern müssen.

In der gesamten Fabrik gibt es ein Ampel-System, das den ergonomischen Komfort jeder Station anzeigt. Dadurch können die Manager dafür Sorge tragen, eine Überbelastung der Arbeiter zu vermeiden.

“ Wir sind überzeugt davon, dass diese Investitionen einen Vorteil für die Angestellten und natürlich auch für uns als Arbeitgeber bringen werden. Denn die Mitarbeiter werden weniger häufig krank und müssen infolgedessen seltener zu Hause bleiben oder zum Arzt gehen.



Andreas Haffner,
Head of HR bei Porsche

Porsches Versessenheit auf Ergonomie mag nichts mit Fitness im traditionellen Sinne zu tun haben, dennoch ist es wichtig zu bedenken, dass die besten Sportmöglichkeiten, Personal Trainer und Physiotherapeuten den Mitarbeiter nichts nützen und auch nicht geschätzt werden, solange die Arbeiter sich während der gesamten Schicht unwohl fühlen.

LEKTION #5

KEINE FIRMA IST ZU GROSS, UM MITARBEITERVORTEILE ANBIETEN ZU KÖNNEN

Sie machen es sich zu einfach, wenn Sie Fitnessangebote für Mitarbeiter mit dem Gedanken abtun, nur unattraktive Firmen und Branchen hätten sie nötig. Sollte dies jemals der Fall gewesen sein, so haben sich die Dinge spätestens in den letzten Jahren grundlegend geändert.

Egal, ob es darum geht, neue Talente anzulocken oder Mitarbeiter davon zu überzeugen, auf einem riesigen Campus außerhalb der Stadt zu arbeiten, der ohne zusätzliche Annehmlichkeiten nicht gerade einladend wäre – Fitnessangebote sind notwendig.

Die Bedeutung von Fitnessangeboten lässt sich an 2 Aspekten festmachen. Erstens: Große und kleine Unternehmen verstehen inzwischen, dass eine fittere Belegschaft zugleich eine engagierte Belegschaft bedeutet und dass eine engagierte Belegschaft härter arbeitet. Daher ist Fitness für Mitarbeiter weitaus mehr, als ein altruistischer Akt, der den Shareholdern ein gutes Gefühl gibt.

Zweitens: Die Suche nach Talenten gestaltet sich heute schwieriger denn je. Hochqualifizierte Arbeitskräfte wollen heutzutage lieber für NGOs und Solarfirmen arbeiten oder am besten selbst eine Firma gründen. In diesen Zeiten sind es insbesondere Mitarbeitervorteile und Unternehmenskultur, die talentierte Mitarbeiter von Ihrer Firma überzeugen.





PVH CORP

BRANCHE

Mode

STANDORT

Europäischer Hauptsitz in
Amsterdam, Niederlande

MITARBEITERZAHL

38.000 weltweit

ÜBER

Früher bekannt als die Phillips-Van-Heusen Corporation, kann das riesige Modekonglomerat bis ins Jahr 1851 auf seine Geschichte zurückblicken. Seit dieser Zeit ist PVH stark gewachsen, mit einem jährlichen Umsatz von 9 Milliarden Euro, dank Flaggschiffen wie Tommy Hilfiger, Calvin Klein oder IZOD.

Die Modeindustrie ist berüchtigt dafür, nur schwer erreichbar zu sein und repräsentiert dennoch für Millionen von Leuten die Traumkarriere. Man könnte also glauben, dass die Firma hinter weltbekannten Marken wie Tommy Hilfiger und Calvin Klein sich eine Ausbeuterkultur gegenüber ihren Mitarbeitern durchaus leisten könnte.

Nicht so PVH. Das Unternehmen ist regelmäßig in den Listen der attraktivsten Arbeitgeber in den USA und den Niederlanden zu finden.

Die Gründe für die Beliebtheit von PVH bei seinen Angestellten sind vielfältig und werden nicht zuletzt getragen vom Engagement in Bezug auf Diversität und Inklusion, welches PVH bereits in die Forbes Liste der besten Arbeitgeber für Frauen brachte.

Sieht man sich die Mitarbeiterbewertungen an, werden die Mitarbeitervorteile immer wieder als ein großer Vorzug von PVH genannt. Zu diesen gehören naheliegenderweise rabattierte Kleidung sowie ein Weiterbildungsbudget, Finanzplanungstools und flexible Arbeitszeiten. Zudem sind Gesundheit und Fitness überraschend wichtig für PVH und die Unternehmenskultur.

Am neuen Hauptsitz in Amsterdam gibt es ein Fitnessstudio vor Ort (People's Place Gym), das besser ausgestattet ist als nahezu jedes andere Fitnessstudio. Dort werden Spinning, HIIT, CrossFit, Boxen, Body Forming, Kettlebell und Yoga angeboten. Nach einem harten Workout können die Angestellten an der Bar einen Proteinshake oder einen gesunden Snack genießen.

In der Hauptkantine ist mehr als die Hälfte der angebotenen Speisen vegetarisch oder vegan, was den Angestellten dabei hilft, gesündere Entscheidungen in Bezug auf ihren Körper, aber auch in Bezug auf die Umwelt, zu treffen.

Gruppenaktivitäten spielen in der Kultur von PVH eine wichtige Rolle. Die Firma bietet ihren Mitarbeitern regelmäßig freien Eintritt oder organisierte Trainingseinheiten für einige der berühmtesten Sportevents in Amsterdam an. Dazu gehören beispielsweise der Dam Tot Damloop (Damm zu Damm Lauf) und das Amsterdamer Stadtschwimmen. Außerdem gibt es firmeneigene Ruder- und Fußballteams, denen man sich anschließen kann.

Sollte das Training einmal in einer Verletzung enden, ist jederzeit ein Physiotherapeut vor Ort. Außerdem gibt es einen Masseur, der sich um verspannte Muskeln kümmert.

Wo wir gerade beim Thema Entspannung sind: Es gibt selbstverständlich auch einen Meditationsraum und die Angestellten können jederzeit einen zweitägigen Achtsamkeits-Kurs buchen.

Wenn ein globaler Fashion-Gigant auf seinem hochmodernen Campus nahe des Zentrums von Amsterdam das alles für seine Mitarbeiter bietet, vielleicht ist es an der Zeit, Ihren Mitarbeitern ebenfalls etwas mehr Aufmerksamkeit zu widmen?



LEKTION #6

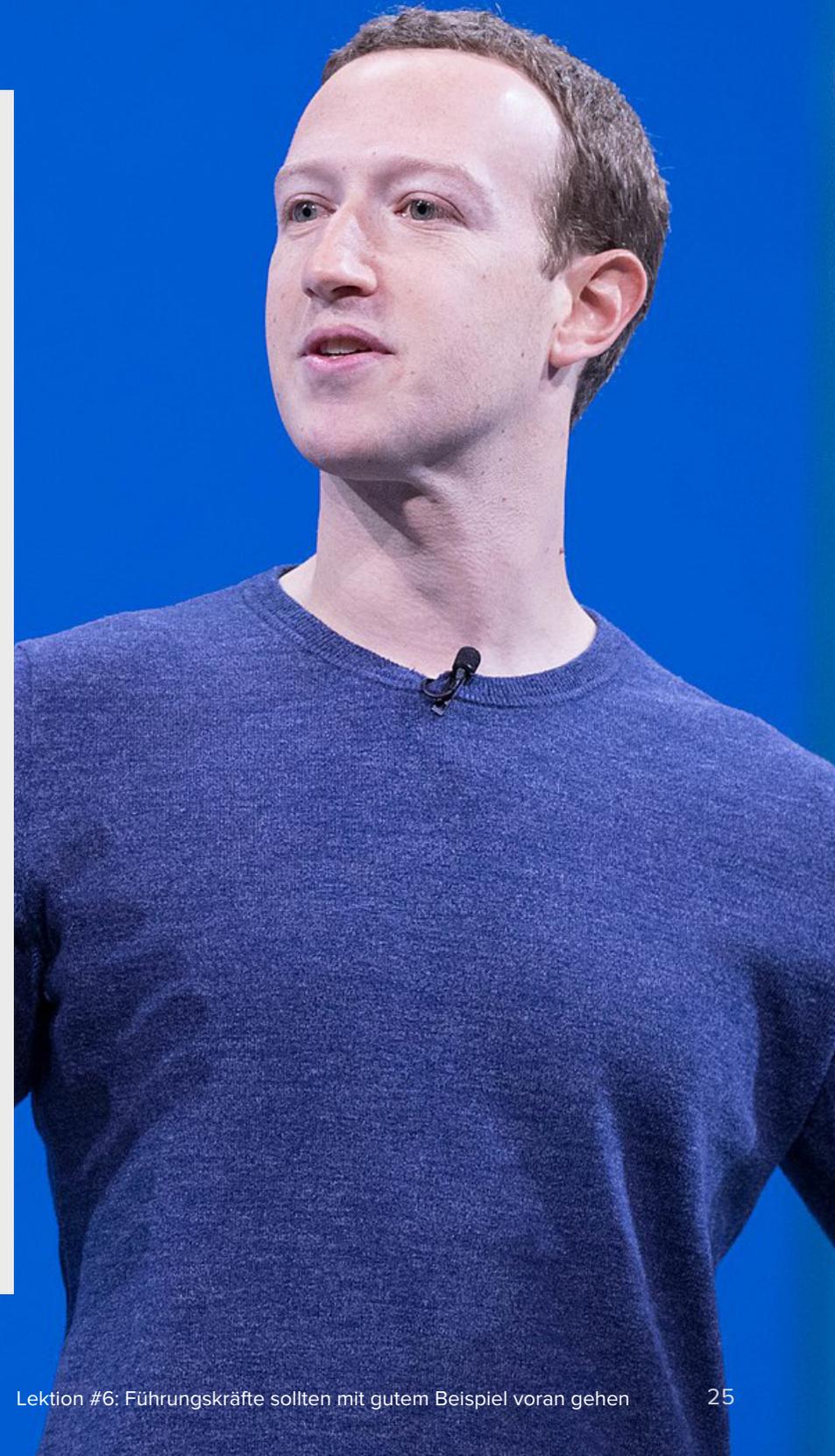
FÜHRUNGSKRÄFTE SOLLTEN MIT GUTEM BEISPIEL VORAN GEHEN

Führungskräfte führen nicht nur Teams, sie erfüllen ebenso eine Vorbildfunktion. Die abenteuerliche, gegen-jede-Regel Einstellung der Virgin Group ist ein Spiegelbild ihres Gründers Richard Branson. Die philanthropischen Tendenzen von Marc Benioff haben Einfluss auf alles, was Salesforce tut. Der Anstand von Harold Schulze prägte die Haltung von Starbucks gegenüber seinen Mitarbeitern nachhaltig.

Wenn Sie eine Kultur etablieren wollen, wird kein Programm, keine Initiative oder interne Kommunikation der Welt mehr erreichen, als ein Senior Management, das diese Kultur täglich lebt und weitergibt.

Es ist kein Zufall, dass CEO-Superstars von CEO-Superhelden abgelöst wurden. In den letzten Jahren tauchten Jeff Bezos, Tim Cook und Mark Zuckerberg mit einer neuen Einstellung aus ihren Büros auf – sie sprachen genauso so viel über ihre Fitness und Ernährung, wie über ihre neuesten Produkte und Services.

Ist der CEO Ihrer Firma mehr der Typ „fauler Hund“ oder „durchtrainierter Athlet“?



BRANCHE

Mode/Sportbekleidung

STANDORT

Hauptsitz in **Schweden**, mit Geschäften in sieben europäischen Ländern

MITARBEITERZAHL

Rund 200 am Hauptsitz

ÜBER

Die Marke aus Stockholm ist spezialisiert auf Unterwäsche, Socken, Schwimm- und Sportbekleidung. Während rund 150 Mitarbeiter am Standort in Schweden arbeiten, werden die Produkte von rund 3.700 Händlern und Partnern, vor allem innerhalb Westeuropas, vertrieben.

Wenn die eigene Marke nach einem der besten und coolsten Tennisspieler aller Zeiten benannt ist, tut man gut daran, sich um Fitness und Performance zu kümmern. Bjorn Borg enttäuscht in dieser Hinsicht keineswegs.

Jedes Jahr treffen sich alle Manager und Salesmitarbeiter zum weltweiten Markensummit - zwei Tage voller Produktpräsentationen, garniert mit einem Event, das die Teams mental und physisch herausfordert. Vergleichbar mit einer Firmen-Abenteuerreise. Außerdem gibt es noch das Pulka-Rennen - das jährliche Schlittenrennen der Firma.

Mitarbeiter erhalten im Büro gesunde Snacks, falls sie nach dem Schlitten- oder Hindernisrennen hungrig sind, oder können einen Meditationskurs besuchen, um runterzukommen. **Die Firma lädt regelmäßig Gastredner und Life Coaches ein, außerdem haben die Konferenzräume keine Stühle, da das Stehen als gesünder und besser für das Energielevel angesehen wird.**

Aber um einen wirklichen Eindruck von der Kultur von Bjorn Borg zu bekommen, sollten wir einen Blick auf den Hauptsitz in Schweden werfen: Jeder Freitag im Jahr beginnt hier mit einer obligatorischen, einstündigen stillen Reflektion der Performance der vergangenen Woche und einem Ausblick auf die Ziele der nächsten Woche. Während der späteren Sportstunde ändert sich das Aktivitätslevel - **hierbei handelt es sich um ein unternehmensübergreifendes Pflicht-Workout, das einmal wöchentlich stattfindet.**

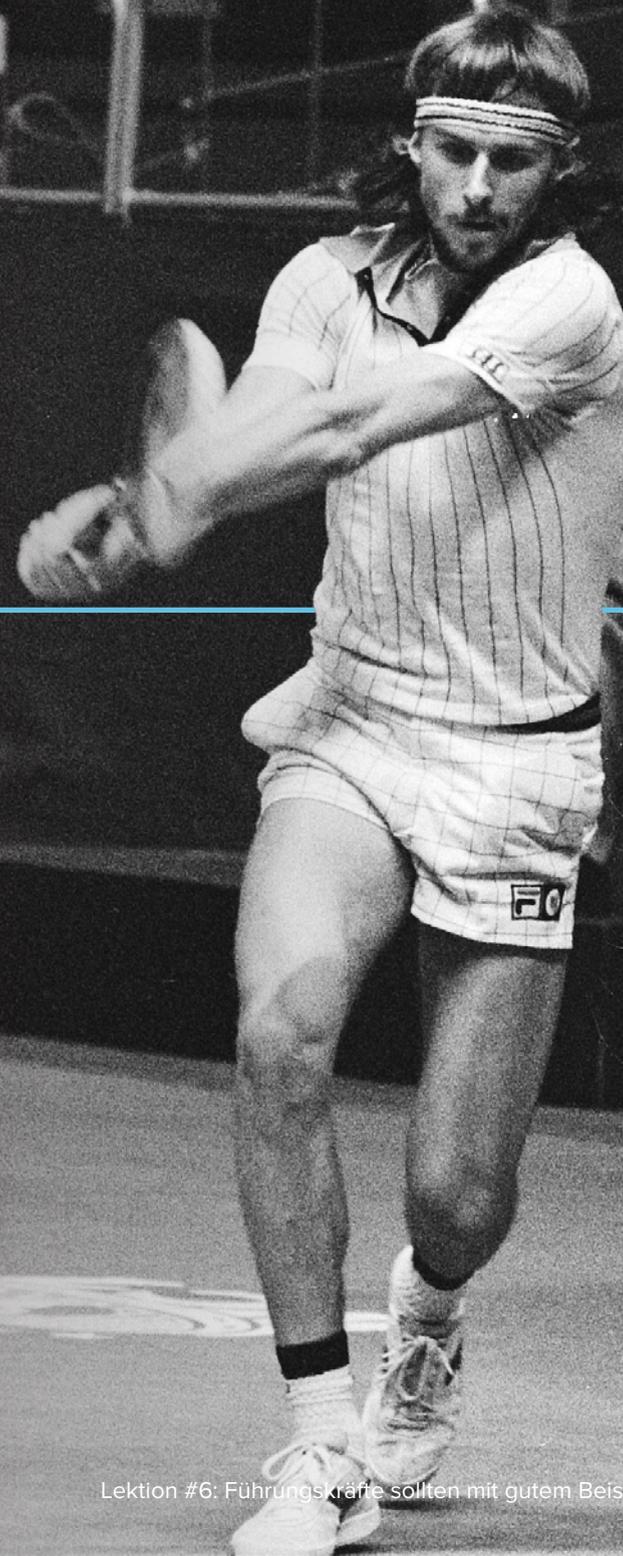
Besonders interessant ist die Tatsache, dass der CEO Henrik Bunge enthusiastisch an jedem dieser Events teilnimmt. Immer in der ersten Reihe. Er ist stolz darauf, ein aktiver und aktiv eingebundener CEO zu sein und ist in der ganzen Firma bekannt für seine regelmäßigen CrossFit-Workouts, Wrestlingkämpfe und seine intensiven Kayaktrips oder Radtouren gemeinsam mit anderen Senior Managern von Bjorn Borg.

Und es zahlt sich aus. 2015 unterzog Bjorn Borg seine Mitarbeiter einigen Tests und fand heraus, dass deren Ausdauer, Kraft, Beweglichkeit und Gesundheits sich im Laufe des Jahres deutlich verbessert haben. Das durchschnittliche körperliche Alter der Mitarbeiter liegt drei Jahre unter dem tatsächlichen Alter. Das Mitarbeiterengagement bei Bjorn Borg liegt bei einem Branchenmaximum von 72%.

“ In Bezug auf Stress und Arbeitsbelastung wissen wir, dass Training, Ernährung, Schlaf und Zeit mit geliebten Menschen zu den effektivsten Mitteln gehören, damit umzugehen. Sie dienen als Ausgleich.



Henrik Bunge,
CEO von Björn Borg





BRANCHE

Supermärkte

STANDORT

6.800 Geschäfte, die meisten davon in Großbritannien und Irland, aber ebenso in **Thailand, Malaysia, Polen und Ungarn**

MITARBEITERZAHL

450.000 weltweit

ÜBER

Gegründet während des Kriegs 1919 in London, ist Tesco heute der drittgrößte Einzelhändler, gemessen an seinen Bruttoeinnahmen. Die Geschäfte sind für ihre Technologieaffinität bekannt. Tesco ist beispielsweise der erste Supermarkt, der Online-Shopping profitabel einführte und einer der ersten, der Self-Checkouts und kontaktloses Bezahlen ermöglichte.

Nach seiner Karriere bei Unilever wurde Dave Lewis 2014 CEO von Tesco. Es folgten ein paar harte Jahre und von Lewis wurde verlangt, das Schiff zu stabilisieren und den zukünftigen Kurs für den namhaften Händler festzulegen.

Lewis legt großen Wert darauf, fit, gesund und aktiv zu sein und nahm während seiner Zeit bei Unilever sowohl am London Marathon als auch am jährlichen Unternehmenstriathlon teil. Daher ist es nicht weiter verwunderlich, dass Gesundheit und Wohlbefinden wesentlicher Bestandteil seines Ansatzes bei Tesco sind.

Zunächst schickte er eine Nachricht an seine Mitarbeiter, in der er sie anspornte, während den Pausen spazieren zu gehen, Dehnübungen zu machen oder ihre Meetings im Laufen abzuhalten. Als nächstes fing Tesco an, mit führenden Charity-Organisationen zusammenzuarbeiten. Gemeinsam mit „Cancer Research UK“, „British Heart Foundation“ und „Diabetes UK“ hielt Tesco Spendengalas und andere Events ab, die nicht nur der Öffentlichkeit dienten, sondern auch die Tesco Mitarbeiter für diese Themen sensibilisieren sollte.

Im letzten Jahr hat Tesco die erste Mitarbeiter-Gesundheitsumfrage durchgeführt und herausgefunden, dass die Angestellten insbesondere damit kämpfen, Gesundheit und Wohlbefinden zu managen. Daraufhin wurde eine geförderte Fitnessstudiomitgliedschaft eingeführt, die es allen Managern, Verkaufsmitarbeitern, Fahrern und Mitarbeitern im Home-Office innerhalb von UK und Irland ermöglicht, **mehr als 1.400 Fitnessstudios im ganzen Land zu besuchen.**

Im nächsten Schritt werden live Wellness-Events und Frühstücks-Lehrstunden angeboten, die dem CEO, gemeinsam mit dem existierenden Mit-dem-Rad-zur-Arbeit Programm, dabei helfen, die Belegschaft von Tesco seinem aktiven Vorbild anzupassen.



“ Wir wollen den Leuten dabei helfen, selbstständig und in kleinen Schritten gesündere Gewohnheiten zu übernehmen. Es geht dabei um das Freisetzen von Energie, Expertise sowie um den Einfluss unserer verschiedenen Organisationen, die kleine Hilfsmittel entwickeln, um innerhalb des ganzen Landes gesunde Unterschiede zu machen.



Dave Lewis,
CEO von Tesco

FAZIT

Falls Sie die vorangegangenen Beispiele Europas fittester und gesündester Unternehmen inspiriert haben, dann nehmen Sie diese Inspiration mit in Ihr eigenes Büro und fangen Sie an, Veränderungen voranzutreiben, die Ihrer Firma einen Platz in der nächsten Ausgabe dieses E-Books sichern!

Die Fülle an Möglichkeiten kann dabei natürlich überwältigend sein. Was, wenn Sie nicht das passende Budget für einen Leichtathletik-Platz, ein Team aus Personal Trainern oder Therapeuten haben? Was, wenn der CEO nicht jeden Tag mit dem Kayak zur Arbeit kommt oder mit den Skiern zum Meeting? Ist es möglich, auch mit kleinerem Budget einen Unterschied zu machen?

Es gibt **fünf recht einfache Schritte**, mit denen selbst die kleinsten Unternehmen ihre Kultur verändern und so ihre Mitarbeiter in erfolgreiche Individuen und Teams verwandeln können:

01 Fragen Sie Ihre Angestellten, **was sie aktiver und glücklicher machen würde.**

02 Suchen Sie nach **sinnvollen und bezahlbaren Wegen**, diese Bedürfnisse zu bedienen – eine Urban Sport Club Mitgliedschaft beispielsweise gibt Ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, vor der Arbeit Yoga zu machen, in der Mittagspause schwimmen zu gehen oder abends den neuesten HIIT-Trend auszuprobieren. Ohne dafür gleich ein eigenes Fitnessstudio oder Schwimmbad bauen zu müssen.

03 Holen Sie sich die **Unterstützung von mindestens einem Senior Manager.** Und Unterstützung endet nicht bei einer Unterschrift – er sollte ein sichtbarer und aktiver Teilnehmer sein, egal für welches Programm Sie sich entscheiden.

04 **Integrieren Sie Sport in Ihre Kultur.** Führen Sie Teambuilding-Tage im Fitnessstudio durch; benennen Sie Ihre Meetingräume nach berühmten Sportstätten; organisieren Sie wöchentliche Erst-Boxen-dann-Bier-Abende; stellen Sie sicher, dass Mitarbeiter Bilder von ihrer Teilnahme auf allen internen (und externen) Kanälen teilen...denken Sie vor allem nicht, die Arbeit wäre damit getan, einfach nur ein Programm einzuführen.

05 Wiederholen Sie Schritt 1-4 **alle ein bis zwei Jahre.** .

EINE MITGLIEDSCHAFT, DIE ALLE OPTIONEN OFFEN LÄSST

Ihre beste Option liegt darin, Ihren Mitarbeiter mit einer einzigen Mitgliedschaft Zugang zu so vielen Angeboten wie möglich zu bieten. Auf diese Weise ermöglichen Sie es Ihrem Team zu trainieren, wann immer und wo immer es möchte. Auch aus administrativer Sicht ist diese Lösung denkbar einfach. Genau wie in Ihrem System zur Gehaltsabrechnung erhält jeder Angestellte ein eigenes Profil.

Yogis können Yoga machen, Boxer können boxen und Kletterer können klettern.

So müssen Sie die Aktivitäten nicht vorgeben und Ihre Mitarbeiter können jeden Tag etwas Neues ausprobieren, wenn sie das möchten.

Am Ende des Tages haben Sie eine zufriedene und gesunde Belegschaft, die dem nachgeht, was ihr Spaß macht und Sie dabei auch noch in positives Licht rückt.

Wenn das genau Ihren Vorstellungen entspricht, helfen wir Ihnen gerne dabei, [Urban Sports Club](#) zum Teil Ihrer Unternehmenskultur zu machen.



URBAN
SPORTS
CLUB

JETZT MITMACHEN