

BMW Group

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information
24. Juni 2010

Der BMW Group Junior Campus in Berlin ist eröffnet. Drei- bis 13-Jährige können sich bis zum 3. Juli interaktiv mit den Themen Nachhaltigkeit und Mobilität beschäftigen.

München / Berlin. Unter dem Motto „Nachhaltigkeit verstehen. Mobilität er-fahren.“ eröffnete heute Harald Krüger, Vorstandsmitglied der BMW AG, gemeinsam mit Prof. Dr. Dirk Böndel, Vorstand der Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin und Dr. Michael Bürsch, Mitbegründer des Centrum Corporate Citizenship Deutschland den BMW Group Junior Campus in Berlin. Im Beisein von weiteren Vertretern aus Gesellschaft und Öffentlichkeit waren Schüler der Rixdorfer Grundschule und die Kinder des Kindergartens Traumzauberbaum die ersten Gäste, die den interaktiven Lern- und Erlebnisraum testen durften. Bis zum 3. Juli kann der Junior Campus, der sich nahtlos in die Veranstaltungsserie „Berlin – Hauptstadt für die Wissenschaft“ 2010 einreicht, auf dem Gelände der Ladestraße zwischen Deutschem Technikmuseum und Science Center Spectrum besucht werden. Die Teilnahme an dem außerschulischen und markenfreien Lernort für Drei- bis 13-Jährige ist kostenfrei.

Nachhaltigkeit und zukunftsfähige Mobilität

„Wir wollen das abstrakte Thema Nachhaltigkeit für Kinder begreifbar machen und sie dafür begeistern“, so Harald Krüger, im Vorstand der BMW AG für das Personal- und Sozialwesen verantwortlich. „Gerade als Automobilunternehmen wollen wir ganz gezielt einen Impuls geben, um den Nachhaltigkeitsgedanken in der Gesellschaft weiter zu verankern. Dabei spielen Kinder und Bildung eine entscheidende Rolle.“

In zweistündigen, pädagogisch fundierten und aufeinander aufbauenden Workshops können sich Schüler der zweiten bis siebten Jahrgangsstufe im Junior Campus Wissen zu relevanten Fragen aus dem Bereich Nachhaltigkeit am Beispiel der Automobilindustrie aneignen. Die Kinder haben hier die Gelegenheit, sich mit Themen wie Ressourcenschonung, Verkehrssteuerung, innovativer Technologie und nachhaltiger Produktion zu beschäftigen und das erlernte Wissen praktisch umzusetzen. Dass das Konzept die Schüler begeistert, bestätigt die neunjährige Viktoria, die als eine der ersten mit ihrer Schulklasse den Junior Campus erlebt hat: „So hat Lernen richtig viel Spaß gemacht. Ich würde gerne noch mal kommen.“

Im Außenbereich können Drei- bis Achtjährige in zwei Altersgruppen im Mobilitätsparcours erfahren, wie sie sich im Straßenverkehr richtig und sicher

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-52894

Internet



BMW Group

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum 24. Juni 2010

Thema Der BMW Group Junior Campus in Berlin ist feierlich eröffnet.

Seite 2

verhalten. Nach einer theoretischen Einführung zu den wichtigsten Verkehrszeichen und Verkehrsregeln, kann das Wissen anschließend auf dem Außenparcours in die Tat umgesetzt werden. Dort wird eine realitätsnahe Verkehrssituation nachgestellt und den Kindern so auf spielerische Weise umsichtiges Verhalten auf der Straße altersgerecht vermittelt.

Alle Gruppen im Junior Campus werden von pädagogisch geschultem Personal betreut.

„Wir freuen uns über diese Kooperation mit der BMW Group. Auch bei uns wird das Thema „Mobilität und Automobil“ in Zukunft eine größere Rolle spielen, erklärte Prof. Dr. Böndel, Direktor des Deutschen Technikmuseums, anlässlich der Eröffnung. „Entsprechend können wir mit dem Junior Campus schon mal erste Erfahrungen zu dieser Thematik sammeln.“

Begleitmaterialien für einen nachhaltigen Lernerfolg

Für eine nachhaltigere Wissensaneignung stellt der BMW Group Junior Campus neben den Workshops Begleitmaterialien zur vertiefenden Nachbereitung für Lehrer bereit. Von Pädagogen entwickeltes Unterrichtsmaterial, spezifisch nach den Jahrgangsstufen zwei bis sechs klassifiziert, nennt die Lernziele für die Themenbereiche, die die Schüler bei ihrem Besuch im Junior Campus bereits kennen gelernt haben, führt entsprechende Sachinformationen auf und stellt die methodisch-didaktische Grundüberlegung vor. Darüber hinaus gibt es Gestaltungsvorschläge und Vorlagen für die Weiterverarbeitung im Unterricht und es liefert Spielideen mit, die den Kindern das Lernziel mit viel zusätzlichem Spaß vermitteln.

Wie sämtliche Bildungsaktivitäten der BMW Group für Kinder und Jugendliche entstand der Junior Campus in Zusammenarbeit mit Fachleuten aus Pädagogik und Praxis.

Die pädagogische Idee und die Didaktik der Workshops basieren auf dem Junior Campus der BMW Welt in München, wo das Thema Mobilität im Fokus steht. Dieses dreistufig geführte Lernkonzept wird seit Oktober 2007 mit großem Erfolg für Schülerinnen und Schüler von sieben bis 13 Jahren bzw. der 2. bis 7. Jahrgangsstufe schulübergreifend durchgeführt.

Das Anliegen, Kindern so früh wie möglich das Werkzeug für eine nachhaltige Zukunft mitzugeben, ist seit über 20 Jahren Teil des gesellschaftlichen Engagements der BMW Group. Dabei konzentriert sich das Unternehmen auf unternehmensrelevante Themen wie Verkehrssicherheit, Bildung, interkulturelle Verständigung und Gesundheitsförderung.



BMW Group

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information
Datum 24. Juni 2010
Thema Der BMW Group Junior Campus in Berlin ist feierlich eröffnet.
Seite 3

Informationen zur Teilnahme am BMW Group Junior Campus in Berlin

Die Teilnahme am BMW Group Junior Campus in Berlin ist kostenlos. Das Science Center Spectrum am Deutschen Technikmuseum in Berlin befindet sich in der Möckernstraße 26, 10963 Berlin. Weitere Informationen finden Sie auf der Seite www.bmwgroup.com/juniorcampus. Reservierungen werden unter der Telefonnummer +49(0)89 99 92 99 99 entgegen genommen.

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 24 Produktionsstätten in dreizehn Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,29 Millionen Automobilen und über 87.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich 2009 auf 413 Mio. Euro, der Umsatz auf 50,68 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 96.000 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 fünf Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Konstanze Carreras, Konzernaussagen und Nachhaltigkeit,
Social Responsibility/Social Commitment
Telefon: + 49-89-382-52894, Fax: + 49-89-382-10881

Christian Schlüter, Presse- und PR-Veranstaltungen
Telefon: + 49-89-382- 54361, Fax: + 49-89-382- 7054361

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-mail: presse@bmw.de

