

BMW Group

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

04. Februar 2011

„Lernen von den Spielen“: BMW Group bringt die Olympischen Spiele in die Klassenzimmer.

Als Nationaler Förderer der Bewerbung Münchens um die Olympischen und Paralympischen Winterspiele 2018 setzt die BMW Group ihre nachhaltigen Bildungsaktivitäten fort.

München. Unter dem Motto Sport, Nachhaltigkeit und Gesellschaft werden zukünftig Lehrern und Schülern die Werte und Ziele der Olympischen und Paralympischen Bewegung in Form einer Spielanleitung durch die olympische Welt in den Klassenzimmern vermittelt. Gemeinsam präsentierten die BMW Group und Katarina Witt, Vorsitzende des Kuratoriums der Bewerbungsgesellschaft München 2018, heute Dr. Ludwig Spaenle, Bayerischer Staatsminister für Unterricht und Kultus, die Unterrichtsmaterialien mit dem Titel „Lernen von den Spielen“ in der BMW Welt.

Das Themenheft „Lernen von den Spielen“ mit Fokus auf der Sekundarstufe I, ist ein gemeinsames Projekt der BMW Group mit der Bewerbungsgesellschaft München 2018 und der Deutschen Olympischen Akademie Willi Daume (DOA). Es liefert Lehrerinnen und Lehrern anschauliche Hintergrundinformationen zur Geschichte der Spiele, ihren Teilnehmer und Organisatoren sowie Aufgabenvorschläge zu Themen wie Doping, Umwelt und der Bewerbung. Die Projektaufgaben ermöglichen einen spielerischen Zugang zum Thema Olympia und fördern kommunikative und soziale Kompetenzen, sowie den Teamgedanken. Sie sind als Ideen für die weitere Beschäftigung in der Schule gedacht, z.B. im Rahmen einer Projektwoche oder während eines freien Angebots. Auch das komplexe Thema Nachhaltigkeit, das innerhalb der Unternehmensstrategie der BMW Group und im Rahmen der Bewerbung 2018 eine tragende Rolle spielt, wird jungen Menschen anhand konkreter Beispiele begreifbar gemacht. Die Unterrichtsmaterialien orientieren sich an den Lehrplänen der deutschen Bundesländer und bieten die Möglichkeit, die Olympischen Werte Respekt, Leistung, Fair Play und Teamfähigkeit fächer- und themenübergreifend zu vermitteln.

Dr. Ludwig Spaenle, bayerischer Staatsminister für Sport, Unterricht und Kultus sowie Präsidiumsmitglied der Kultusministerkonferenz begrüßt die Initiative der Bewerbungsgesellschaft, der BMW Group und der Deutschen Olympischen Akademie, Lehrern Vorschläge und Anregungen zur Verfügung zu stellen: „Der Leitsatz Pierre de Coubertins, dass ein gesunder Geist einem gesunden Körper entspringt, spielt auch heute noch eine wichtige Rolle in unserem Bildungssystem.

Firma

Bayerische

Motoren Werke

Aktiengesellschaft

Postanschrift



BMW Group

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information
Datum 04.02.2011
Thema „Lernen von den Spielen“. Die BMW Group bringt Olympia ins Klassenzimmer.
Seite 2

Dieses Themenheft bietet uns die Chance die Olympischen Werte über den Bewerbungszeitraum hinaus nachhaltig zu festigen und mit dem Thema zu spielen.“

„Wir möchten die Bewerbung nutzen, um gemeinsam mit unserem Nationalen Förderer, der BMW Group und der Deutschen Olympia Akademie, Jugendliche auf die Olympischen Werte aufmerksam zu machen“, erklärt die zweimalige Olympia-siegerin im Eiskunstlauf Katarina Witt, die dem Kuratorium der Bewerbungsgesellschaft vorsitzt. „Das Themenheft ist eine hervorragende Möglichkeit die Jugendlichen, die in 2018 bei Olympischen und Paralympischen Winterspielen in München, Garmisch-Partenkirchen und auf der Kunsteisbahn Königssee teilnehmen oder einfach live dabei sein werden, einzubinden. Gerade diese Generation würde von dem Olympischen Erbe nachhaltiger und umweltfreundlicher Winterspiele profitieren.“

Die Unterrichtsmaterialien beziehen sich auf Bildungsstandards verschiedener Bundesländer für die Fächer Erdkunde, Sozialwissenschaften/ Werte und Normen Sport, Geschichte/ Politik/ Wirtschaft und eignen sich besonders für Schüler der Sekundarstufe I an Gymnasien und Realschulen. Sie sind bei der BMW Group kostenlos als Broschüre und Download-Version in deutscher Sprache verfügbar.

BMW Group als Förderer der Bewerbung München auf vielen Ebenen

Als nachhaltigster Automobilhersteller der Welt fördert und unterstützt die BMW Group die Idee nachhaltiger olympischer Winterspiele in München 2018. Dies beinhaltet neben der finanziellen Unterstützung auch das Einbringen von Erfahrungen und Kompetenzen im Bereich Nachhaltigkeit und Schulbildung im Sinne eines Know-how-Transfers. Die Initiative „Lernen von den Spielen“ ist ein weiteres Projekt welches das Unternehmen im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements im Bildungsbereich durchführt. Wie alle Aktivitäten in diesem Bereich entstanden die Materialien in Zusammenarbeit mit Fachleuten aus Pädagogik und Praxis.

„Die Olympische Idee und die BMW Group passen perfekt gut zusammen. Denn Sportlichkeit, Nachhaltigkeit und fairer Wettbewerb sind auch Teil unserer Unternehmensidentität. Jungen Menschen durch Bildungsaktivitäten so früh wie möglich das Rüstzeug für eine nachhaltige Zukunft mitzugeben, ist zudem seit Jahren Schwerpunkt unseres sozialen Engagements“ sagt Ralf Urlinger, Leiter



BMW Group

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information
Datum 04.02.2011
Thema „Lernen von den Spielen“. Die BMW Group bringt Olympia ins Klassenzimmer.
Seite 3

Bildungsakademie der BMW Group im Rahmen der Pressekonferenz in der BMW Welt.

Dr. Andreas Höfer, Direktor der DOA, ergänzt: „Wir arbeiten seit Jahren mit Unterrichtsmaterial zu Olympischen Spielen. Die Bewerbung zum Anlass zu nehmen einmal zu zeigen, was eigentlich zwischen den Spielen passiert und welche Themen alle mit den Spielen zusammenhängen, finden wir sehr gut. Beispielsweise legt das Internationale Olympische Komitee (IOC) immer mehr Wert auf den Respekt vor der Natur. Gerade das Thema Olympia bietet vielseitige Möglichkeiten sich mit Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu beschäftigen.“

Sozial engagiert ist auch die München 2018-Sportbotschafterin Nicola Thost. Im Rahmen ihrer Förder- und Scouting Initiative „Sprungbrett“ setzt sie sich für junge Talente ein und als Olympiasiegerin im Snowboarden weiß sie, wie wichtig Olympische Spiele für einen Sportler sind: „Gerade im Wintersport, der oft oben am Berg weit ab von Zuschauern stattfindet, sind die olympische Winterspiele ein besonderes Erlebnis. Einmal eine solche Begeisterung der breiten Öffentlichkeit für den eigenen Wettkampf mitzuerleben ist einmalig. Das Ganze im eigenen Land hätte Potential für ein ‚Wintermärchen‘.“

Die Unterrichtsmaterialien „Lernen von den Spielen“ können in Printform kostenlos bei der BMW Group per E-Mail an presse@bmw.de mit Angabe der Adresse und der gewünschten Stückzahl angefordert werden. Darüber hinaus stehen die Lehrmaterialien online auf www.bmwgroup.com/socialcommitment unter der Rubrik „Bildung und interkulturelle Verständigung“ zum Download zur Verfügung.

Für Rückfragen und weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

BMW Group, Konzernkommunikation und Politik

Nicole Stempinsky, BMW Sportkommunikation

Tel.: +49-89-382-51584, E-mail: nicole.stempinsky@bmw.de

Media website: www.press.bmwgroup-sport.com

Konstanze Carreras, Unternehmenskommunikation und Kommunikationsstrategie

Nachhaltigkeit, Social Responsibility

Telefon: +49-89-382-52894, E-mail: konstanze.carreras@bmw.de

Internet: www.bmwgroup.com/socialcommitment



BMW Group

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum

04.02.2011

Thema

„Lernen von den Spielen“. Die BMW Group bringt Olympia ins Klassenzimmer.

Seite

4

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

Die BMW Group setzte im Geschäftsjahr 2010 weltweit rund 1,46 Millionen Automobile und über 98.000 Motorräder ab.

Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,29 Millionen Automobilen und über 87.000 Motorrädern. Der Umsatz belief sich 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 sechs Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

