

Presse-Information  
29.09.2011

## **BMW Group erhöht Anzahl der Ausbildungsplätze Strategische Ausweitung der Nachwuchsprogramme**

**München.** Die BMW Group wird zukünftig mehr Auszubildende beschäftigen. Bisher beginnen jährlich rund 1.080 junge Leute ihre Ausbildung bei der BMW Group in Deutschland. Ab 2012 werden rund 1.200 Ausbildungsplätze jährlich zur Verfügung stehen. Parallel zu der Erhöhung der Ausbildungsplätze wurde die Ausweitung der BMW Group Nachwuchsprogramme beschlossen.

### **BMW Group Berufsausbildung**

Die Ausbildung von jungen und leistungsbereiten Menschen nimmt bei der BMW Group eine zentrale Rolle ein und steht für hohe Qualität. Gleichzeitig sichert die BMW Group mit der quantitativen und qualitativen Ausweitung der Ausbildung und Nachwuchsförderung ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit, insbesondere vor den Herausforderungen des demografischen Wandels.

Frank-Peter Arndt, Produktionsvorstand der BMW AG, erklärt: „Wir halten es für ein starkes Signal in einer Zeit, die von viel Unsicherheit geprägt ist, die Zahl der Auszubildenden an allen deutschen Produktionsstandorten deutlich zu erhöhen.“ „Und einer guten Ausbildung folgt fast immer auch ein guter Arbeitsplatz“, fügt Manfred Schoch, Gesamtbetriebsratsvorsitzender der BMW Group, hinzu.

In 2012 starten nicht nur rund 120 mehr Auszubildende, sondern es ist auch der erste Ausbildungsjahrgang mit der neuen BMW Group Berufsausbildung TaLEnt (Talentorientiertes Lernen und Entwickeln). Harald Krüger, Personalvorstand der BMW AG, erklärt: „Durch eine höhere Stärken- und Talentorientierung, eine höhere Bedarfsorientierung, Flexibilität und höhere Qualität werden wir Auszubildende und Unternehmen noch näher zusammenbringen. Mit der neu gestalteten Berufsausbildung ermöglichen wir jungen Talenten einen optimalen Start in die Berufswelt.“

### **Ausweitung der Nachwuchsprogramme**

Die BMW Group bietet Hochschulabsolventen und Studenten ein breites Spektrum an attraktiven Nachwuchsprogrammen an. Die Programme umfassen unter anderem das praxisorientierte Stipendienprogramm „SpeedUp“, das

# BMW Group

## Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information

29. September 2011

BMW Group erhöht Anzahl der Ausbildungsplätze

Datum

Seite

Praktikantenprogramm „Fastlane“, das Doktorandenprogramm „ProMotion“ oder auch das Group Graduate Programme zur Sicherung des Führungsnachwuchses.

Die Nachwuchsprogramme werden qualitativ und quantitativ ausgeweitet und zukünftig um durchschnittlich 200 Plätze erhöht. Harald Krüger erklärt: „In den Zeiten des demografischen Wandels ist es eine anspruchsvolle Aufgabe, kompetente Mitarbeiter einzustellen und langfristig ans Unternehmen zu binden. Nachwuchs-, Einstiegs- und Entwicklungsprogramme sind hier ein wichtiger Stellhebel zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität.“

Dass die Maßnahmen und Initiativen zur Optimierung der BMW Group Aus- und Weiterbildung honoriert werden, bestätigen aktuelle Rankings zur Arbeitgeberattraktivität. „Wir freuen uns, dass die BMW Group im diesjährigen Ranking der „The World's Most Attractive Employers“ Studie und auch im Ranking des Institut Trendence zur Arbeitgeberattraktivität bei Young Professionals sowohl zum besten Automobilunternehmen als auch zum besten deutschen Unternehmen gewählt wurde“, so Krüger. Im Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte hat die BMW Group seit Jahren eine sehr gute Position und baut ihre Attraktivität als Arbeitgeber kontinuierlich aus. „Nur mit den besten und engagiertesten Mitarbeitern können wir der führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität bleiben“, ergänzt Krüger.

### **3.500 neue Mitarbeiter in 2011**

Die BMW Group stellt in diesem Jahr weltweit 3.500 neue Mitarbeiter ein. Davon werden rund 1.800 neue Mitarbeiter in Deutschland bis Ende des Jahres überwiegend in der Zentrale und der Entwicklung sowie im Einkauf und im Vertrieb an Bord gehen. Zusätzlich zu den Arbeitsplätzen der BMW Group werden die deutschen BMW Handelspartner weitere 1.000 Mitarbeiter bis 2013 einstellen, davon ca. 200 in den konzerneigenen Niederlassungen.



# BMW Group

## Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information

29. September 2011

BMW Group erhöht Anzahl der Ausbildungsplätze

Seite

### Die Nachwuchsprogramme der BMW Group im Überblick

#### **SpeedUp**

Mit dem Programm SpeedUp bietet die BMW Group ein praxisorientiertes Stipendienprogramm für Bachelorstudierende an, die einen Abschluss im Bereich Ingenieur oder IT-Spezialist anstreben. Während der Programmlaufzeit von 3,5 Jahren absolvieren die Teilnehmer Ihr Studium an einer von drei Kooperationshochschulen und erhalten währenddessen durchgängige finanzielle Förderung durch die BMW Group. Praxiseinsätze in verschiedenen Bereichen der BMW Group sowie die Möglichkeit eines Auslandseinsatzes ermöglichen es das theoretische Wissen um berufspraktische Erfahrungen zu erweitern. Die Programmteilnehmer erhalten zudem gezielte Qualifizierungsbausteine.

#### **Fastlane**

Die Neuausrichtung des bisherigen Praktikantenbindungsprogramms „Fastlane“ ermöglicht es der BMW Group, sich im Wettbewerb um die besten Masterstudierenden – insbesondere in der Automobilindustrie – entscheidend zu differenzieren. Die Teilnehmer erhalten neben einer attraktiven Stipendiatenvergütung ein erweitertes Qualifizierungsangebot und können zudem in Volunteeringprojekten ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Mehrere Praxiseinsätze in unterschiedlichen Bereichen und eine praxisbezogene Masterarbeit ermöglichen es den Programmteilnehmern, fundierte Einblicke in die Arbeit bei der BMW Group zu gewinnen und sich ein Netzwerk aufzubauen. Das neue Fastlane Programm wird ab 2012 eingeführt.

#### **ProMotion**

Mit dem BMW Group Doktorandenprogramm „ProMotion“ erhalten Promotionsstudierende die Gelegenheit, eine Dissertation mit Praxisbezug zu schreiben und gleichzeitig wertvolle Berufserfahrung zu sammeln. Neben fachübergreifenden und fachspezifischen Informations- und Qualifizierungsveranstaltungen lernen die Programmteilnehmer das Unternehmen über Orientierungseinsätze in verschiedenen Bereichen kennen. Das Programm mit einer maximalen Laufzeit von drei Jahren wird seit Anfang 2011 angeboten.

#### **Group Graduate Programme**

Das in 2010 erfolgreich gestartete Group Graduate Programme (Traineeprogramm) zur Entwicklung von Nachwuchsführungskräften wird in 2012 von 15 Monaten auf 18 Monate Gesamtdauer erweitert. Nach wie vor fungiert der Personalvorstand als Mentor dieses Trainee Programms, welches neben Arbeitseinsätzen in verschiedenen Unternehmensbereichen auch ein Engagement in einem übergreifenden Teamprojekt vorsieht. Die Programmteilnehmer können wertvolle Erfahrungen in zwei Auslandseinsätzen sammeln, werden individuell gefördert und es steht ihnen eine erfahrene Führungskraft als persönlicher Mentor zur Seite.



# BMW Group

## Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information  
29. September 2011  
BMW Group erhöht Anzahl der Ausbildungsplätze

Seite

### **Management Associates Programme**

Das Management Associates Programme (MAP) lehnt sich in Aufbau und Inhalten stark am Group Graduate Programme an, bindet jedoch gezielt länderspezifische Besonderheiten eines internationalen Traineeprogramms mit ein. Wesentlicher Bestandteil des MAP ist der zeitgleiche Einsatz aller Programmteilnehmer in der Unternehmenszentrale für fünf Monate. So lernen die Teilnehmer Arbeitsprozesse, Abläufe und die Unternehmenskultur kennen, während sie sich ein breites Netzwerk in den Fachbereichen der Zentrale aufbauen. Durch die weltweiten Einsätze der Management Associates wird das internationale Netzwerk gestärkt, sowie der interkulturelle Austausch an Wissen und Perspektiven nachhaltig sichergestellt. Der erste Teilnehmerjahrgang startete in diesem Jahr.

### **Drive**

Das überarbeitete Drive Programm schafft für alle neu eintretenden Mitarbeiter der BMW Group einen einheitlichen Rahmen mit modularen Programmbausteinen. Kernelemente der Neuausrichtung sind eine webbasierte Kommunikationsplattform, die gezielt Informationen vermittelt und bereits vor dem ersten Arbeitstag interaktiv genutzt wird, Einführungsveranstaltungen, die die Unternehmenswerte der Marken und Produkte der BMW Group vermitteln, und zielgruppengerichtete Angebote wie zum Beispiel Management-Schulungen und Persönlichkeitsseminare. Auch Führungen durch das Museum und die BMW Welt werden ein fester Bestandteil sein, um ein besseres Verständnis für das Unternehmen und die Kunden zu erhalten. Ab dem Jahr 2012 wird das Programm für alle neu eintretenden Mitarbeiter angeboten.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: <http://www.bmwgroup.com/career/> und [www.bmwgroup.com/ausbildung](http://www.bmwgroup.com/ausbildung)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

### **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Micaela Sandstede, Wirtschaftskommunikation; Personal, Financial Services  
Telefon: +49 89 382 – 61611 Fax: +49 89 382 – 24418  
E-Mail: micaela.sandstede@bmw.de

Alexander Bilgeri, Wirtschafts- und Finanzkommunikation  
Telefon: +49 89 382 - 24544, Fax: +49 89 382 – 24418  
E-Mail: alexander.bilgeri@bmw.de

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
e-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)



# BMW Group

## Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information  
29. September 2011  
BMW Group erhöht Anzahl der Ausbildungsplätze

Datum

Seite

### Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

