

Presse-Information  
21. November 2011

## **Ideenchallenge auf dem E'ship Day 2011** **BMW fordert und fördert Kreativität von Start-Ups**

**München.** Mehr als 500 Start-Ups, Industriepartner und Kapitalgeber trafen sich am 17. November zum dritten E'Ship Day der Hochschule München, einer Plattform für innovative Dialoge rund um das Thema Entrepreneurship. Mit einer Ideenchallenge forderte und förderte die BMW Group als Kooperationspartner dabei die Kreativität der jungen Start-Ups und öffnete elektronisch die Türen zum BMW Group TechOffice in Mountain View, Kalifornien.

Beim E'Ship Day München trafen Start-Ups auf Vertreter etablierter Industrien, zeigten ihre Ideen, und junge Unternehmer und potenziellen Kapitalgeber kamen sich näher. Die zum dritten Mal vom Strascheg Center for Entrepreneurship der Hochschule München (SCE) ausgerichtete Veranstaltung war Ideen-Börse und zugleich Marktplatz für Investitionen. Als Kooperationspartner des SCE unterstützte Die BMW Group dieses Event auch inhaltlich und forderte dabei das kreative Potenzial der jungen Entrepreneure: Bei der BMW Group Ideenchallenge waren die Teilnehmer gefordert, außergewöhnliche Ideen in den Bereichen ETech, Marketing oder Social Communication zu entwickeln. Mit Begeisterung, Überzeugung und neuen Denkansätzen brachten die Teilnehmer dabei innovative Ideen hervor, von denen die beste mit einem BMW Fahrer-Training prämiert wurde.

Das Highlight der anschließenden Podiumsdiskussion war eine Life-Schaltung ins BMW Group TechOffice in Mountain View (Kalifornien), die den Besuchern spannende Einblicke in die Welt der Technologie Entrepreneurships bot. Dirk Rossberg, der Manager des BMW Group TechOffice, schilderte dabei seine persönlichen Erfahrungen im Silicon Valley und in München: Die Zusammenarbeit zwischen etablierten Unternehmen und jungen Start-Ups gewinnt gerade im Innovationsbereich immer mehr Bedeutung, denn sie bietet beiden Seiten einen echten Mehrwert und kann neue und ungewöhnliche Ideen schneller zu einem Markterfolg verhelfen.

Die BMW Group beteiligt sich deshalb am INNOSTART-Projekt des Strascheg Center for Entrepreneurship der Hochschule München. „Die Organisationsformen der Arbeit werden sich in der Zukunft weiter verändern“, erklärte Professor Klaus Sailer, Geschäftsführer des SCE, den Erfolg der Zusammenarbeit mit der BMW Group. „BMW ist ein Großunternehmen, das früh erkannt hat, wie wichtig die Zusammenarbeit mit innovativen Startups ist.“

## Presse-Information

Datum 21. November 2011

Thema Ideenchallenge auf dem E'Ship Day 2011

Seite 2

Deshalb freuen wir uns, gemeinsam mit BMW in unserem INNOSTART-Projekt neue Kooperationsformen zwischen Startups und etablierten Unternehmen zu erforschen.“

Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.sce-web.de/eshipday.html>.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Jochen Frey, Wirtschaftskommunikation, Personal

Telefon: +49 89 382 – 41125, Fax: +49 89 382 – 24418, [jochen.frey@bmw.de](mailto:jochen.frey@bmw.de)

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation

Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418, [alexander.bilgeri@bmw.de](mailto:alexander.bilgeri@bmw.de)

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

e-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

**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.

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

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

Twitter: [twitter.com/BMWGroup](http://twitter.com/BMWGroup)

YouTube: [www.youtube.com/BMWGroupview](http://www.youtube.com/BMWGroupview)