

Presse-Information  
03. August 2015

## **Karrierestart im Rennanzug: Formula Student Teams der BMW Group auf Spitzenplätzen am Hockenheimring**

**München.** Von 0 auf 100 km/h in zwei Sekunden, und auf der Zielgeraden zum zukünftigen Job: 3000 Studenten gaben am Hockenheimring sechs Tage lang Vollgas bei der Formula Student Germany (FSG). Nach einjähriger Entwicklungszeit traten insgesamt 115 Teams aus 34 Ländern mit ihren Rennwagen gegeneinander an. Neben Boliden mit Verbrennungsmotoren liefern sich dabei seit 2010 auch Rennwagen mit Elektroantrieb den Kampf um die Punkte, die es nicht nur mit Geschwindigkeit zu erreichen gilt. Es geht um Ingenieursleistung, Ausdauer, Business Pläne und natürlich – um Geschwindigkeit.

Seit der Gründung der Formula Student im Jahr 2006 ist die BMW Group einer der Hauptsponsoren des Wettbewerbs. Seit 2010 unterstützt das Unternehmen die Nachwuchsingenieure auch als Teamsponsor und ging in diesem Jahr mit drei Teams in der in der Formula Student Electric (FSE) an den Start: munichM Motorsport (Hochschule München), elbflorace (TU Dresden) und AMZ-Racing (ETH Zürich). Die Teams erhalten dabei nicht nur finanzielle Unterstützung, sondern auch Rat und Tat von BMW Ingenieuren und Zugang zu Fertigungstechnologien.

Das von der BMW Group unterstützte AMZ Racing Team von der ETH Zürich konnte bei der diesjährigen Formula Student Germany ihr starkes Ergebnis aus dem Vorjahr bestätigen und belegte in der Gesamtwertung den zweiten Platz hinter dem Team der TU Delft. munichM Motorsport der Hochschule München erreichte Platz 11, elbflorace aus Dresden Platz 21 unter den insgesamt 39 Teams, die mit Elektrorennwagen an den Start gingen.

In drei statischen und vier dynamischen Disziplinen sammeln die Nachwuchsingenieure die Punkte für die Gesamtwertung: Bei den statischen Prüfungen müssen die Teams beispielsweise ein überzeugendes Geschäftsmodell vorstellen und ihre Kostenanalyse präsentieren. In den dynamischen Disziplinen muss der Rennbolide zeigen, was in ihm steckt. So wird zum Beispiel beim 22 Kilometer umfassenden Langstreckentest „Endurance“ neben Haltbarkeit und Zuverlässigkeit auch die Effizienz der Fahrzeuge ermittelt. Das Team mit dem besten Gesamtpaket aus Konstruktion, Performance und Finanzplanung gewinnt. Bei den statischen Disziplinen haben die von der BMW Group gesponserten Teams sehr gut abgeschnitten: Mit ihrem Businessplan belegte

Presse-Information  
Datum 03. August 2015  
Thema Karrierestart im Rennanzug:  
Formula Student Teams der BMW Group auf Spitzenplätzen am Hockenheimring  
Seite 2

munichMotorsport den ersten und AMZ den zweiten Platz. Die Kostenanalyse konnte AMZ als Erstplatzierte für sich entscheiden, munichMotorsport kam auf den dritten Platz. Bei einer der wichtigsten dynamischen Disziplinen, dem Langstreckentest, konnte AMZ überzeugen und belegte den ersten Platz.

„Bei der Formula Student können die Studierenden auf einzigartige Weise das im Studium erlangte Wissen mit gelebter Praxis verknüpfen“, sagt Oliver Ferschke, Leiter des Personalmarketings bei der BMW Group. „Dabei werden Sozial- und Schlüsselkompetenzen sowie praktische Fach- und Wirtschaftskenntnisse erlangt und vertieft. So fördern wir die jungen Ingenieure in den für die BMW Group wichtigen Qualifikationen und gleichzeitig haben alle jede Menge Spaß dabei.“

Alle Informationen zu einer Karriere bei der BMW Group finden Sie hier:

<http://bmw.jobs/karriere>

Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:

#### **BMW Group Unternehmenskommunikation**

Email: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

Jochen Frey, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Personal  
Telefon: +49 (0)89 382-41125

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation  
Telefon: +49 (0)89 382-24544

#### **Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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.