

Presse-Information
20. November 2018

Blick in die Zukunft: BMW Group gestaltet mit Virtual Reality künftige Arbeitsplätze in der Produktion

Schnelle und flexible Zusammenarbeit verschiedener Bereiche
Einfache Beurteilung künftiger Arbeitsprozesse in der Produktion
Planung neuer Arbeitsplätze basiert auf 3D-Digitalisierung
bestehender Strukturen

München. Die virtuelle Realität hält auch in der Produktion der BMW Group verstärkt Einzug. So haben Planer bereits einige Monate vor dem Produktionsstart des ersten neuen BMW 3er in München einzelne Arbeitsplätze komplett ausgearbeitet – in einer virtuellen Welt. Zum Beispiel auch in der Cockpitvormontage, also dem Ort, an dem das Cockpit des Fahrzeugs vor dem Einbau ins Fahrzeug aufgebaut wird. Erstmals konnten die Planer für Gebäude, Anlagen, Logistik und Montage zusammen mit Produktionsmitarbeitern den neuen Fertigungsbereich vollständig virtuell beurteilen und die neuen Abläufe in 3D proben.

Matthias Schindler, verantwortlich in der BMW Group für Virtuelle Planung und Inbetriebnahme in der Produktion: „Die Virtual-Reality-Technologie hat es uns ermöglicht, schnell und effizient die Arbeitsplätze der Cockpitvormontage zu gestalten. Zeitraubende Probeaufbauten, die den Arbeitsplatz real in seiner ganzen Größe nachstellen, waren nicht mehr nötig. Und dass sich nun alle beteiligten Bereiche vom Logistiker über den Anlagenplaner bis zum Mitarbeiter in der Produktion frühzeitig und unkompliziert austauschen konnten, war für das Team ein ganz besonderer Gewinn. Wir waren insgesamt transparenter, flexibler und schneller.“

Während der Vorbereitungen lief die Produktion der bisherigen Cockpits ohne räumliche Einschränkungen weiter, denn Platz beansprucht die Planung nur in der virtuellen Welt. Zudem sparten sich die Fachbereiche und Vertreter der Produktion viel Zeit, indem sie mit den gleichen Daten und in ein und derselben Software arbeiten konnten. Dank der einfachen Bedienung konnten die Experten beispielsweise den Platzbedarf der neuen Anlage schnell und unkompliziert beurteilen und die Expertise der Produktionsmitarbeiter von Anfang an mit in die Planung einbeziehen. Nach einer kurzen Einweisung und ohne

Presse-Information

Datum

20. November 2018

Thema

BMW Group gestaltet mit Virtual Reality künftige Arbeitsplätze in der Produktion

Seite

2

besondere Vorkenntnisse konnte das Team aus Vertretern verschiedener Fachbereiche das Projekt sofort starten. Komplexe Berechnungen zur Echtzeit-Darstellung aller Objekte in der Virtual-Reality-Brille und Simulationen übernimmt dabei die Software.

Basis für diese Art der Planung sind digitalisierte Fabrikdaten, die in 3D vorliegen. Seit mehreren Jahren erfasst die BMW Group reale Strukturen ihrer Werke digital mit speziellen 3D-Scannern und hochauflösenden Kameras auf wenige Millimeter genau. Damit steht ein dreidimensionales Abbild der Produktion in Form einer sogenannten Punktwolke zur Verfügung. Eine aufwändige, digitale Nachkonstruktion der realen Strukturen und ein manuelles Erfassen vor Ort sind nicht mehr nötig. Bei der Planung zukünftiger Arbeitsplätze oder ganzer Montagehallen kombinieren die Fachbereiche der BMW Group nun die vorhandenen Daten mit einer virtuellen „Bibliothek“, die Regale, Gitterboxen, Kleinladungsträger und rund 50 weitere besonders gebräuchliche Betriebsmittel enthält.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Andreas Hemmerle, Kommunikation Produktionsnetzwerk BMW Group
Andreas.Hemmerle@bmw.de, Telefon: +49 89 382-21880

Sandra Schillmöller, Kommunikation Produktionsnetzwerk BMW Group,
Sandra.Schillmoeller@bmwgroup.com, Telefon: + 49 89 382-12225

Internet: www.press.bmw.de

E-Mail: presse@bmw.de

Das BMW Group Produktionsnetzwerk

Die hohe Kundennachfrage und der Anlauf neuer Modelle haben im Jahr 2017 zu einer sehr guten Auslastung des Produktionsnetzwerks der BMW Group geführt. Mit 2.505.741 produzierten Fahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce gab es einen neuen Höchstwert. Davon waren 2.123.947 Einheiten BMW, 378.486 MINI und 3.308 Rolls-Royce. Die Werke in Deutschland sind mit über einer Million produzierten Fahrzeugen für rund die Hälfte des Volumens verantwortlich.

Mit seiner weltweit einzigartigen Flexibilität ist das BMW Produktionssystem führend und für die Zukunft bestens aufgestellt. Es orientiert sich an der Strategie NUMBER ONE > NEXT und zeichnet sich insbesondere durch eine hohe Effizienz und robuste Prozesse aus. Die Produktionskompetenz der BMW Group stellt damit einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil dar und trägt zur Profitabilität und zum nachhaltigen Erfolg des Unternehmens bei.

Presse-Information

Datum 20. November 2018

Thema BMW Group gestaltet mit Virtual Reality künftige Arbeitsplätze in der Produktion

Seite 3

Neben der Flexibilität sind Qualität und Reaktionsfähigkeit wesentliche Faktoren des BMW Produktionssystems. Die Digitalisierung, standardisierte Baukästen und eine intelligente Mischbauweise stellen die hohe Kompetenz des Produktionsnetzwerks unter Beweis. Gleichzeitig bietet das Produktionssystem dem Kunden einen sehr hohen Individualisierungsgrad und lässt die Änderung von Kundenwünschen noch bis zu sechs Tage vor Auslieferung zu.

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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.

www.bmwgroup.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>