

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Unternehmenskommunikation  
20. Dezember 2018

### **Der BMW Group Autonomous Driving Campus: Die ersten 450 Tage.** **Sechs Fragen an Elmar Frickenstein, Leiter Bereich Vollautomatisiertes Fahren, Fahrerassistenz, BMW AG.**

#### **Im September 2017 sind Sie mit Ihrer Mannschaft auf den Autonomous Driving Campus nach Unterschleissheim gezogen. Was waren die Beweggründe der BMW Group für diese Standortentscheidung?**

Wir erleben aktuell den größten Paradigmenwechsel in der Geschichte der Automobilindustrie. Im nächsten Jahrzehnt wird sich die Industrie stärker verändern als in den letzten 30 Jahren. Schon heute stehen wir an der Schwelle zum hochautomatisierten Fahren. Auf dem Weg zum hoch- und vollautomatisierten Fahren gibt es viele Herausforderungen zu meistern – die größte ist sicherlich die Komplexität der Gesamtaufgabe. Um das zu schaffen, müssen wir den Mut haben umzudenken. Das haben wir getan. Wesentlicher Bestandteil unseres gesamthaften Ansatzes ist der Campus als zentraler Standort, an dem wir alle Kräfte zum autonomen Fahren bei der BMW Group bündeln. Dort entwickeln wir eng vernetzt, auch mit unseren Technologie- und Kooperationspartnern, an technischen Lösungen. Ein Softwareentwickler kann zum Beispiel seinen gerade geschriebenen Code sofort mit wenigen Schritten im Fahrzeug testen. Alles passiert auf einer gemeinsamen Software Code Basis. Den Campus mit all seinen Facetten haben wir in einer Rekordzeit von einem Jahr realisiert, von der Entscheidung bis zum Einzug.

#### **Welche Veränderungen spüren Sie nach den ersten 450 Tagen durch die Zusammenarbeit auf dem Campus?**

Wir sind letztes Jahr nicht nur auf den Campus gezogen, sondern gleichzeitig auf eine agile Arbeitsweise nach LeSS – Large Scale Scrum – umgestiegen. Und, wir haben die Organisationstruktur an das veränderte Umfeld angepasst. Unsere Mitarbeiter entwickeln am Campus in Feature Teams mit End-to-End Verantwortung in zweiwöchigen Sprints valide Ergebnisse, die sie direkt am Fahrzeug testen und erleben können. Was mich am meisten fasziniert ist die Motivation, die die Entwickler aus der neuen Art der Zusammenarbeit ziehen. Daneben ist es der besondere Spirit, den ich hier tagtäglich spüre, der mich an das Silicon Valley erinnert. Für

**Firma**  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

**Postanschrift**  
BMW AG  
80788 München

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

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information  
Datum 20. Dezember 2018  
Thema Der BMW Group Autonomous Driving Campus: die ersten 450 Tage  
Seite 2

mich persönlich ist der Autonomous Driving Campus daher Symbol für den Aufbruch in ein neues Zeitalter der Mobilität. Ich bin jetzt seit 30 Jahren bei BMW und habe viele Veränderungen miterlebt und -gestaltet. Aber, als ich am 18. September 2017 meinen Arbeitsplatz auf dem Campus bezogen habe, wusste ich: hier schlagen wir ein neues Kapitel in der Geschichte der BMW Group auf. Der Campus ist anders, neu, innovativ und unique in der Automobilindustrie. Wir brauchen diesen Mut zur Veränderung, um die Komplexität des autonomen Fahrens beherrschen zu können – die Entwicklung neuer Technologien erfordert neue Wege.

### **Was begeistert Sie besonders an der neuen Arbeitsweise?**

Die agile Arbeitsweise basiert unter anderem auf dem Prinzip der „ständigen“ Verbesserung von Produkt und Arbeitsweise. Dazu kommen die Teams beispielsweise zum „Sprint Review“ am Ende eines Sprints zusammen. In einer Art Marktplatz stellen sie allen Mitarbeitern ihre Ergebnisse vor. In der anschließenden Planung des nächsten Sprints, können dadurch auch kurzfristige Themen mit höchster Priorität berücksichtigt werden. Oder denken Sie an die „Retro“ – die Teams tauschen sich zu ihren Beobachtungen aus dem letzten Sprint aus und finden gemeinsam Maßnahmen, um sich direkt im nächsten Sprint verbessern zu können. Das Tolle ist: durch den regelmäßigen Austausch sind die Entwickler in der Lage selbst zu entscheiden, was sehr wichtig für den Produktfortschritt ist, aber auch für die Art und Weise der Zusammenarbeit – das Delegieren der Hierarchie gehört damit der Vergangenheit an. Das Wissen wird gleichzeitig maximal skaliert und allen zur Verfügung gestellt. So entwickelt man für die Zukunft!

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information  
Datum 20. Dezember 2018  
Thema Der BMW Group Autonomous Driving Campus: die ersten 450 Tage  
Seite 3

### **Was sind die nächsten Schritte in der Entwicklung auf dem Weg zum autonomen Fahren bei der BMW Group?**

Mit dem Campus, der Umstellung der Arbeitsweise auf LeSS und unserer Organisationsstruktur haben wir die Basis gelegt, um die Komplexität zu meistern. Damit sind wir in der Lage neue Schlüsseltechnologien wie Künstliche Intelligenz und Simulation als Entwicklungsschwerpunkt zu etablieren. Daneben bauen wir sukzessive unsere Fahrzeugflotte aus – aktuell sind wir mit 80 Fahrzeugen in Europa, USA und China unterwegs. Das alles machen wir zur Absicherung des hoch- und vollautomatisierten Fahrens und um den Übergang von der Demo- in Richtung Serienentwicklung zu stemmen.

### **Wie profitiert der Kunde davon?**

Im Jahr 2021 werden wir dem Kunden im BMW iNEXT ein ausgereiftes System anbieten, das einen spürbaren Mehrwert im Erleben des Fahrzeuges bietet. Wir geben ihm mit dem hoch- und vollautomatisierten Fahren eine der knappsten Ressourcen zurück: Zeit. Auf Autobahnen, mit dem „Highway Pilot“ als Sonder-Ausstattung, kann der Kunde bei max. 130 km/h beispielweise von München nach Hamburg fahren und sich in dieser Zeit mit anderen Dingen wie Zeitung lesen beschäftigen oder einfach die Landschaft genießen. Daneben werden wir in ausgewählten Regionen Pilot-Flotten mit Level 4-Technologie auf Basis des BMW iNEXT betreiben. Grundsätzlich gilt bei uns immer „Safety First“. Mit der richtigen Technologie, den richtigen Technologiepartnern und einem agilen Arbeitsmodell macht das automatisierte Fahren den Verkehr auf den Straßen sicherer für alle. Unser Campus schafft die Basis für kundenzentrierte Entwicklung. Mit dem einzigartigen Spirit, der durch den Campus freigesetzt wird, gestalten wir die individuelle Mobilität unserer Kunden und geben Ihnen wertvolle Zeit zurück.

### **Zum Abschluss: Wenn Sie den Campus mit drei Hashtags beschreiben sollen, welche wären das?**

#WillezumAufbruch #Transformation #GermanSiliconValley

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information  
Datum 20. Dezember 2018  
Thema Der BMW Group Autonomous Driving Campus: die ersten 450 Tage  
Seite 4

### Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Bernhard Ederer, Pressesprecher Autonomes Fahren & Fahrerassistenzsysteme  
BMW Group Innovations- und Designkommunikation  
Tel.: +49-89-382-28556, Email: [Bernhard.Ederer@bmwgroup.com](mailto:Bernhard.Ederer@bmwgroup.com)

Benjamin Titz, Leiter Innovations- und Designkommunikation  
BMW Group Innovations- und Designkommunikation  
Tel.: + +49-89-382-22998

E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)  
Internet: [www.press.bmwgroup.de](http://www.press.bmwgroup.de)

### 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.com](http://www.bmwgroup.com)  
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>  
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>  
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>  
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>