

Presse-Information
17. Dezember 2019

BMW Group Digitalisierungsoffensive in der Berufsausbildung sichert Nachwuchskräfte der „Generation Z“

Digitale Lern- und Kollaborations-Plattformen sowie mobile „State-of-the-Art“-Endgeräte schaffen attraktives und zukunftsorientiertes Arbeitsumfeld für die „Digital Natives“

München. Die BMW Group hat eine umfangreiche Digitalisierungsoffensive in der Berufsausbildung gestartet. So sichert sich das Unternehmen die Nachwuchskräfte von morgen.

„Die Mitarbeiter der BMW Group sind unser entscheidender Wettbewerbsfaktor. Diese Schlüsselrolle für den Erfolg des Unternehmens wird in der digitalen Transformation, besonders in unserer Branche, künftig noch bedeutender werden“, erklärt Ilka Horstmeier, Personalvorständin der BMW AG. „Indem wir die Digitalisierungsoffensive in der Berufsausbildung weiter verstärken, bleibt die BMW Group nicht nur attraktiv für die Generation Z – wir aktivieren darüber hinaus neue Potenziale und sichern damit letztlich die Zukunft des Konzerns.“

Die Digitalisierung in der Berufsausbildung steht auf drei Säulen: moderne, mobile Endgeräte, neue digitale Kollaborations- und Lernplattformen sowie eine breit gefächerte, auf den Einzelnen zugeschnittene Talentförderung. Die BMW Group stellt den Auszubildenden unter anderem Surface Laptops mit Office 365, multifunktionale Kopfhörer und Smartphones sowie verschiedene Kommunikationsplattformen zur Verfügung, mit denen die agile und mobile Zusammenarbeit effizient möglich ist.

Die BMW Group integriert neue digitale Lehr- und Lernformate in das Lern-Öko-System der Berufsausbildung und ermöglicht damit eine moderne Vermittlung von Lerninhalten im Betrieb, aber auch „Lernen2Go“. Dies war auch das zentrale Thema beim BMW Group Ausbildertag „Digitalisierung@Berufsausbildung“ in der BMW Welt mit 120 Ausbildern und dem YouTuber Daniel Jung, dessen populäre Tutorials „Mathe by Daniel Jung“ beispielhaft für erfolgreiches digitalisiertes Lernen sind.

Mit Zugängen zu Weiterbildungsprogrammen wie beispielsweise UDACITY können Auszubildende und dual Studierende zusätzliche Kompetenzen erwerben und erhalten

Presse-Information

Datum

17. Dezember 2019

Thema

BMW Group Digitalisierungsinitiative in der Berufsausbildung sichert die Nachwuchskräfte der „Generation Z“

Seite

2

dafür „Nano-Degrees“, z. B. im Bereich Künstliche Intelligenz. Dies ist nur ein Beispiel, wie das Lernen und Zusammenarbeiten bei der BMW Group nicht nur talentorientierter, sondern auch schneller und selbstgesteuerter wird.

Gleichzeitig werden die individuellen Kenntnisse der „Digital Natives“ wertgeschätzt und in die täglichen Arbeitsprozesse integriert. Durch sogenanntes Reverse Mentoring unterstützen die Nachwuchskräfte als „Change-Agents“ ihre erfahrenen Kolleginnen und Kollegen, etwa bei agilem Projekt-Management, dem Einsatz von digitalen Kollaborationsplattformen und bei der Nutzung von sozialen Netzwerken.

Der Kompetenzumbau innerhalb der BMW Group zeigt sich auch an der Einführung von drei weiteren Ausbildungsberufen mit Spezialisierungen in den Bereichen Fachinformatik und Elektronik sowie von 15 dualen MINT-Bachelorstudiengängen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik). Auch die bestehenden 27 Berufsbilder werden laufend zukunftsorientiert angepasst und greifen dabei verstärkt Inhalte wie Big Data/Data Analytics, agile Arbeitsmethoden, additive Fertigungsverfahren, Elektrifizierung oder Automatisierungstechnik auf.

Auch von unabhängiger Seite wird die Qualität der Ausbildung bei der BMW Group immer wieder bestätigt. So erreichte BMW jüngst in der Studie „Deutschlands beste Ausbilder“ des Wirtschaftsmagazins „Capital“ jeweils fünf von fünf Sternen in den Kategorien „Ausbildung“ und „Duales Studium“.

Presse-Information

Datum 17. Dezember 2019
Thema BMW Group Digitalisierungsinitiative in der Berufsausbildung sichert die Nachwuchskräfte der „Generation Z“
Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group UnternehmenskommunikationBewerberanfragen:

Bewerberhotline

Bewerber.hotline@bmw.de, Tel: +49 89 382-17001

Redaktionelle Anfragen:

Martina Hatzel, Unternehmens- und Kulturkommunikation, Personal

Martina.Hatzel@bmw.de, Tel: +49 89 382-11966

Mathias Schmidt, Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation

Mathias.M.Schmidt@bmw.de, Telefon: +49 89 382- 24544

Internet: www.press.bmw.de

E-Mail: presse@bmwgroup.com

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 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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

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

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>