

Presse-Information  
23. April 2020

## **BMW Group fördert Digitalisierung von Studiengängen an der TU München mit einer Mio. Euro.**

- 43.000 Studierenden der Technischen Universität München (TUM) sollen Online-Vorlesungen und -Seminare in hoher Qualität ermöglicht werden.
- Digitalisierung der Lehrveranstaltungen soll im Rahmen der „TUM Digital First“-Strategie ausgebaut und „Virtual Labs“ angeboten werden.
- Zipse: Wollen Kapazitäten der TU München kurzfristig Schub verleihen.

**München.** Die Forscherinnen und Forscher der TUM gehören nicht nur in Krisenzeiten zu den weltweit am stärksten beachteten Köpfen der Wissenschaft. Für die Zukunft des Technologiestandorts Deutschlands ist es daher wichtig, die Ausbildungsqualität der Absolventinnen und Absolventen auch in den kommenden Monaten zu gewährleisten.

Mit Blick auf die Coronakrise bietet die TU München ihren 43.000 Studierenden in diesem Sommersemester Online-Vorlesungen und -Seminare an. Mit der „TUM Digital First“-Strategie hat die Universität für die Anschaffung der hierfür benötigten Hard- und Software aus eigenen Mitteln bereits einen Betrag von 1,5 Millionen Euro bereitgestellt.

Die BMW Group, die seit Jahrzehnten partnerschaftlich mit der TUM verbunden ist, unterstützt die Digitalisierung der Lehrveranstaltungen mit einer Summe von einer Million Euro. „Universitäre Ausbildung und wissenschaftlicher Diskurs können und sollen in Krisenzeiten auch online stattfinden. Denn unsere Zukunft liegt in der Qualifizierung und der Leistungsfähigkeit unseres Nachwuchses. Darum unterstützt die BMW Group die TU München, um kurzfristig Kapazitäten und Infrastruktur für die umfassende Digitalisierung der Lehrinhalte aufzubauen. In dieser besonderen Situation ist es für die TUM entscheidend, Vorlesungen und Seminare über Streaming verfügbar zu machen und den dafür notwendigen Kapazitäten kurzfristig einen Schub zu verleihen“, sagt Oliver Zipse, Vorstandsvorsitzender der BMW AG. Nur so könne gewährleistet werden, dass sich junge Nachwuchskräfte auch weiterhin wirksam auf ihren Berufseinstieg vorbereiten könnten. „Diese große und für den Technologiestandort Deutschland hochrelevante Aufgabe, 170 Studiengänge weitgehend zu digitalisieren, unterstützen wir mit einer Summe von einer Million Euro“, betonte Zipse weiter.

## **Die TU München ist für die BMW Group einer der wichtigsten Hochschulpartner weltweit.**

Prof. Dr. Thomas Hofmann, Präsident der Technischen Universität München, bedankte sich bei der BMW Group: „Die Zeitverluste für unsere Studierenden können wir nur minimieren, indem wir die Umstellung auf die digitale Lehre beschleunigen. Ich danke

Presse-Information  
Datum 23. April 2020  
Thema BMW Group fördert Digitalisierung von Studiengängen an der TU München mit einer Mio. Euro  
Seite 2

der BMW Group für ihre Weitsicht und ihr großzügiges Engagement. Damit zeigt sich die BMW Group als sozial verantwortetes Vorbild für die Zukunftssicherung unserer nachfolgenden Generationen.“

Die TU München ist für die BMW Group einer der wichtigsten Hochschulpartner weltweit. Dies gilt für Forschung und Innovationen ebenso wie für das Recruiting und die Nachwuchssicherung. Im Fokus der partnerschaftlichen Zusammenarbeit stehen dabei vor allem Forschungsthemen wie Additive Manufacturing, Data Analytics und künstliche Intelligenz sowie das automatisierte Fahren und die Batterieforschung.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Unternehmenskommunikation**

Milena Pighi, BMW Group Konzernkommunikation und Politik, Sprecherin CSR

Telefon: +49-89-382-66563

E-Mail: [Milena.PA.Pighi@bmw.de](mailto:Milena.PA.Pighi@bmw.de)

Martina Hatzel, BMW Group Unternehmens- und Kulturkommunikation, Sprecherin Personal

Telefon: +49-89-382-11966

Email: [Martina.Hatzel@bmwgroup.com](mailto:Martina.Hatzel@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 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 133.778 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>

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

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