FRIEDRICH BRANDSTÄTTER

„BMW IST KUNST, UND ICH BIN EIN SAMMLER.“

BMW Group Werk Steyr, Österreich

„Wenn ich meinen Eltern glauben darf, dann war das erste Wort, das ich sprechen konnte, nicht ‚Mama‘ oder ‚Papa‘, sondern ‚BMW‘“, sagt Friedrich Brandstätter. Und auch heute ist es wohl seine meistgenutzte Vokabel. Sein Privat- und Berufsleben drehen sich um die Marke; als Kind schon schraubte er mit seinem Vater, heute ist er Fachteamleiter für den Ölkreislauf im Motorenwerk in Steyr. Als Mitarbeiter in der Entwicklung prüft er die Technik der Motoren genau: „Wir müssen alles in Betracht ziehen, was ein Besitzer mit seinem Wagen machen könnte“, erklärt Brandstätter. Manchen reiche es eben nicht, nur von A nach B zu fahren. „Wenn jemand einige Runden über den Nürburgring jagt, müssen wir dafür sorgen, dass unsere Fahrzeuge das aushalten.“ Also prüft er Ölpumpe, Schmierkreislauf und Ölniveauanzeige unter den härtesten Bedingungen. „Am liebsten teste ich die Autos natürlich hinterm Steuer“, sagt Brandstätter. Mehrmals im Jahr macht er mit seinem sechsköpfigen Team Erprobungsfahrten. Mit den neuesten Modellen geht es dann über die Straßen, außen noch mit Tarnung, innen schon mit der Technik von morgen. „Wir fahren die Autos natürlich nicht nur spazieren!“ Denn danach wird der Motor genau unter die Lupe genommen, und alle Daten werden ausgewertet. Auch privat widmet sich Brandstätter BMW. Mit seinem Vater zusammen sammelt er Automobile, 15 Fahrzeuge besitzen sie. Gerade die Oldtimer in seiner Sammlung sind vor allem eines: Liebhaberstücke. Den M5 mit zehn Zylindern holt Brandstätter auch gerne für eine Spritztour aus der Lagerhalle, in der seine Schätze parken. Bald werden sie umziehen, Brandstätter baut ein Haus mit großer Garage. Zusammen mit seiner Familie und Freunden packt er selbst mit an, mauert und misst, spachtelt und sägt. Die ersten Wochen auf dem Bau waren hart, Brandstätter schmerzten die Glieder, Muskelkater überall. „So harte körperliche Arbeit bin ich als Büromensch gar nicht gewohnt“, sagt er. Doch selbst zu bauen spart Kosten. „Und einen BMW für das Haus verkaufen? Niemals! Da verzichte ich lieber auf einen teuren Urlaub!“

Behält immer den Durchblick: Fachteamleiter Friedrich Brandstätter beim Messen des Ölkreislaufs.

KAYLA MENZIES

„GUT IST NICHT GUT GENUG.“

Rolls-Royce Motor Cars, Goodwood, Großbritannien

Eigentlich sollte der Job in der Fertigung von Rolls-Royce Motor Cars in Goodwood nur ein Semesterjob für Kayla Menzies werden. Als Näherin ein bisschen Geld fürs Studium dazuverdienen, schlug ihr Vater vor, der selbst in der Firma arbeitet. „Doch als ich die Produktionshallen betrat, war ich überwältigt“, sagt Menzies. „Es war wie eine andere Welt – und ich wollte Teil davon werden.“ Begeistert vom Streben nach Perfektion, kam sie nach ihrem Universitätsabschluss wieder, fing als Näherin an, arbeitete sich hoch bis zur Prozessleiterin innerhalb der Abteilung. Im Rahmen der Qualitätskontrolle beaufsichtigt sie Mitarbeiter, die aus großen Lederhäuten die passenden Teile für die Innenverkleidung schneiden und diese dann in Handarbeit zusammennähen. Menzies’ größtes Anliegen: den Verschnitt zu minimieren. Jeder falsche Stich kann bedeuten, dass das komplette Leder ausgetauscht werden muss. „Unsere Kunden bezahlen für Perfektion“, betont Menzies. „Es ist gleichzeitig unser Ziel und eine Herausforderung, bei jedem einzelnen Arbeitsschritt das Optimum zu erreichen.“ Damit ihre Mitarbeiter sehen, welch hochwertige Arbeit sie jeden Tag leisten, hat sich Menzies etwas ausgedacht: Einmal im Monat stellt sie ihrem Team einen fertigen Rolls-Royce vor die Produktionshalle. „Oft arbeiten die Näherinnen seit Jahren am immer gleichen Teil“, sagt Menzies. „Ich will ihnen zeigen, wie jedes kleine Puzzleteil ein Gesamtkunstwerk schafft. Das Gefühl, das die Kunden haben, wenn sie in die luxuriösen Sessel sinken, soll ihr Ansporn sein.“ Jährlich werden rund 4.000 Fahrzeuge in der Manufaktur in Goodwood produziert, immer in Handarbeit, so wird jedes zum Einzelstück. Kayla Menzies folgt auch im Privatleben ähnlich individuellen Prinzipien. Sie schneidert Vorhänge und restauriert alte Möbel. Für ihr Esszimmer hat sie im Antikladen einen alten Tisch gekauft und grundüberholt. Und weil im eigenen Haus kaum noch Platz ist, startete sie neulich auch bei ihrer Schwester einen Arbeitseinsatz. Die alte, dunkle Küche wurde im Landhausstil renoviert. „Es muss nicht immer etwas Brandneues sein“, erläutert Menzies. „Das ist wie bei Rolls-Royce. Ich perfektioniere lieber die Klassiker!“

Jedes Stück Leder geht durch die Hände von Kayla Menzies, Prozessleiterin in der Abteilung für Zuschnitt und Nähen.

GERD KRÄMER

„ES IST GROSSARTIG, WENN AUS EINER IDEE REALITÄT WIRD.“

BMW Group Forschungs- und Innovationszentrum, München, Deutschland

Wenn Gerd Krämer endlich im ersten Prototyp sitzt, den Motor startet und aufs Gaspedal drückt, merkt er meist sofort, ob sich die lange Tüftelei gelohnt hat. Ruckelt das Triebwerk, vibriert da etwas? Als Ingenieur befasst er sich mit Funktionen für die Motorsteuerung und hat in seinen 30 Jahren bei der BMW Group eine Art sechsten Sinn für die Fahrzeuge entwickelt. Oft arbeitet er mehrere Jahre an einer Technologie. „Wenn ich sie dann das erste Mal in einem Prototypen im Einsatz sehe, ist das ein tolles Gefühl“, sagt er. „Und noch stolzer macht es mich, wenn ich einen BMW auf der Straße sehe und sofort weiß, da steckt ein Stück Know-how von mir drin.“ Ein Problem ist für Krämer lediglich eine Aufgabe, eine Lösung gibt es immer. „Es kann manchmal nur eine Weile dauern, sie zu finden.“ Sein größter Erfolg war die Entwicklung eines innovativen Antriebs für den BMW i8. Die Herausforderung: auf der einen Achse ein Verbrennungsmotor, auf der anderen ein Elektromotor. Mit seinem Team erfand Krämer NEMO, ein Software-Modul im digitalen Motorsteuerungsgerät, das die Koordination der Antriebsmomente regelt. Für seine Innovation erhielt er den ‚Herbert Quandt Ehrenring‘ für herausragende Ingenieurleistungen. Denn ohne diese Entwicklung wäre der BMW i8 bloß eine Idee geblieben. Hart arbeiten, um dann den Triumph zu genießen, ist Krämers Ding, beruflich wie privat. An den Wochenenden schwingt er sich aufs Mountainbike. Steiler Aufstieg, holprige Strecke, langer Atem – aber sobald er auf dem Gipfel angekommen ist, setzt das Glücksgefühl ein, es geschafft zu haben. „Für mich ist das gleichzeitig Entspannung und völliges Auspowern!“, erklärt Krämer. Nach den gedanklichen Höchstleistungen im Büro geht er dann auch körperlich an seine Grenzen. Seit 15 Jahren fährt er Mountainbike, radelt außerdem jeden Tag mit dem Fahrrad zur Arbeit. Und setzt dabei bis heute als Antrieb allein auf Muskelkraft.

Beim Überprüfen der Messdaten: Gerd Krämer, Entwickler Antriebsmanagement, mit seinem sogenannten Toughbook

BMW Group Werk Berlin, Deutschland

„NICHTS IST FÜR DIE EWIGKEIT – AUSSER DER LIEBE ZU MOTORRÄDERN.“

Als Analysemechaniker in der Qualitätssicherung hat Hajo Boldt einen prüfenden Blick.

Fast hätte es gar nicht geklappt mit Hajo Boldts Karriere bei der BMW Group. Als sich 1989 die Grenze zum Westen öffnete und viele DDR-Bürger die begehrten Jobs im Westen ergattern wollten, saß der Ostberliner Boldt gerade wegen Republikflucht im Gefängnis, er hatte mit einem Kumpel in die BRD fliehen wollen. Als er rauskam, war das Erste, das er tat, sich im BMW Motorradwerk zu bewerben. Als gelernter Werkzeugmacher wurde er direkt genommen. Für Boldt kam etwas anderes auch nicht infrage, schließlich schraubte er seit seiner Jugend an Motorrädern. „Ein Auto zu besitzen war für mich in der DDR undenkbar“, sagt er. „Also waren Zweiräder das Fortbewegungsmittel schlechthin.“ Für Boldt blieben sie es auch nach der Wende. Inzwischen arbeitet er in der Qualitätssicherung, prüft die Verarbeitung, das Spaltmaß oder den Lack der Maschinen. Und dann geht’s für ihn im Rollenprüfstand auch rauf in den Sattel. „Ich kenne die Bikes ganz genau, spüre die Vibrationen, höre den Motor, jede Kurbelwellenumdrehung wie einen Herzschlag“, erzählt er. „Motorräder haben Leben in sich.“ Er freut sich, dass die BMW Group die Weichen für die Zukunft stellt, in den kommenden Jahren über 100 Millionen Euro in den Standort Berlin investiert. „Der neue E-Scooter C evolution ist eine spannende Alternative“, sagt er. Mit einer Reichweite von bis zu 100 Kilometern sei er gerade im Stadtverkehr die sparsame und nachhaltige Lösung auf zwei Rädern. Boldt selbst bleibt bei den Klassikern, er kann nicht ohne Zylinder unterm Sattel, seit seiner Jugend fährt er Motorrad. Seine Liebe zu den Zweirädern geht ihm wortwörtlich unter die Haut. Drei große Tattoos trägt er, jedes erlaubt scheinbar einen Einblick in sein Innerstes: Federn, Schrauben und Stoßdämpfer, die sich um den Knochen wickeln. Boldt ist eins geworden mit seiner Leidenschaft. Nur sein Tätowierer brauchte bei den speziellen Motiven etwas Hilfe: „Was soll ich denn zeichnen?“ Damit das richtige Bauteil auf dem Arm landete, brachte Boldt zur Sicherheit zum nächsten Termin einen Stoßdämpfer aus seiner Werkstatt mit.

HAJO BOLDT

WAS UNS BEWEGT

„DIE NÄCHSTE GENERATION IST UNSER POTENZIAL FÜR EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFT.“

Für die Nachwuchskräfte der BMW Group verspricht die Zukunft unbegrenzte Gestaltungsfreiheit. Sie werden irgendwann entscheiden, wohin sich das Unternehmen entwickelt und wie sie die Welt gestalten wollen. Über Visionen, Herausforderungen und Chancen.

Es geht um nichts Geringeres als die Zukunft. 100 Jahre bestehen die Bayerischen Motoren Werke, doch das Jubiläum soll kein Triumph über die Vergangenheit sein, vielmehr soll es Mut machen für die kommenden Jahre. In den nächsten 100 Jahren werden Innovationen entstehen, die im Moment noch nicht einmal vorstellbar sind. Schon heute macht sich bemerkbar, dass sich die Arbeitswelt und damit auch das Leben wandelt. Die Digitalisierung drängt in den Alltag, die Globalisierung macht Neues möglich und stellt Bekanntes infrage. Die Welt wird komplexer, das stellt Harald Krüger, den Vorstandsvorsitzenden der BMW AG, vor die Frage: Wie kann die BMW Group auch in Zukunft erfolgreich bleiben?

Antworten liefern diejenigen, die diese Zeit gestalten werden. Sie sind die Jüngsten im Unternehmen: Nachwuchskräfte, zu denen Auszubildende, Trainees, Studenten, Doktoranden und Ehemalige gehören, die am Anfang ihres Berufslebens stehen. Darunter Mechatroniker und Modellbauer bis hin zu Forschern, die sich mit Fahrsimulationen und zukunftsfähigen Materialien beschäftigen. Ihre Visionen werden das Unternehmen maßgeblich beeinflussen. Doch wohin führt uns die Zukunft?

WAS MUSS DAS AUTO DER ZUKUNFT KÖNNEN ?

„Mehr als nur von A nach B fahren, das muss das Auto der Zukunft auf jeden Fall können. Wir müssen unser Verständnis von einem Auto komplett überdenken. Natürlich wird es mehr Komfort haben als heute, sicherer sein und autonom fahren. Aber vor allem müssen wir das Auto künftig als eine Plattform betrachten, die wir nach individuellen Bedürfnissen nutzen können. Ich stelle mir vor, dass Fremdanbieter Tools und Gadgets bereitstellen, so wie es für ein Smartphone Apps gibt. So kann in Zukunft jeder sein Auto so gestalten, wie er es braucht. Die einen wollen vielleicht Musik im Auto neu erleben, zum Beispiel durch Vibrationen, die die Akustik untermalen. Andere nutzen das WLAN, um ihre Mails abzurufen. Bei einigen sitzt vielleicht Siri, der iPhone-Sprachassistent, mit im Auto und gibt nützliche Tipps. Das Auto der Zukunft wird nicht mehr nur Transport- oder Verkehrsmittel sein. Es wird alles sein, was du willst. Vielleicht eine Erweiterung zum Haus, vielleicht ein mobiles Büro. Auf jeden Fall wird ein Fahrzeug auch Lebensraum sein. Um das zu erreichen, müssen wir das Automobil neu denken, wir müssen uns von der gedanklichen Barriere befreien, dass ein Fahrzeug zum Fahren da ist. Früher konnte man mit einem Telefon auch lediglich telefonieren, heute kann es fast alles.“

Sang Jin Hahn, 31 Jahre, ehemaliger Trainee,
CoC Cost of Retail BMW und MINI Actual Reporting

DIGITALISIERUNG UND MODERNE LEBENSWELTEN

Erst einmal führt die Zukunft uns in die Ausbildungswerkstatt im Münchner Stammwerk. Zusammen mit dem Vorstandsvorsitzenden Harald Krüger wollen die Nachwuchskräfte von 2016 überlegen, was die Welt in den nächsten 100 Jahren bewegen wird.
Schon heute sind Einflüsse spürbar, die das künftige Leben verändern werden. Die Digitalisierung nimmt zu und schafft neue Lebenswelten. Am stärksten nehmen die Menschen das bereits in der Arbeitswelt wahr. Betriebliche Abläufe werden durch Informationsprozesse automatisiert, Maschinen vernetzen sich und tauschen Daten aus.
Die Zeit der Industrie 4.0 ist angebrochen, sie ermöglicht Unternehmen eine Effizienzsteigerung und bessere Wirtschaftlichkeit. Auch die BMW Group nutzt die Chancen der Digitalisierung in der Produktion. So sind seit 2013 Leichtbauroboter im internationalen Produktionsnetzwerk im Serienbetrieb integriert. Sie arbeiten ohne Schutzzaun Seite an Seite mit den Mitarbeitern und übernehmen anstrengende sowie unergonomische Tätigkeiten. Weitere Handlungsfelder sind unter anderem die Simulation oder die Smart Logistics. Hier liefern ‚Smart Data'-Technologien Informationen in Echtzeit über die gesamte Zulieferkette.
Im Alltag hingegen passieren die Veränderungen eher schleichend, mit großer Selbstverständlichkeit benutzen wir Smartphones und Tablets, surfen mit einer Flatrate immer und überall, und auch Navigationsgeräte in Autos gelten mittlerweile als Standard. Dieser Wandel verändert das Kommunikationsverhalten, die Arbeitswelt, den Alltag – und prägt damit letztlich auch die Gesellschaft. Beinah unbemerkt digitalisiert sich das Leben, der Mensch steckt mitten in der Digitalen Revolution.

31,2 %

der Europäer wünschen sich, dass ihr Auto zum mobilen Büro wird. Unterwegs arbeiten, E-Mails checken und Termine vereinbaren wird immer beliebter.

Sang Jin Hahn: „Die Digitalisierung hat auf unser Leben positive und negative Einflüsse. Sie bietet mehr Möglichkeiten der freien Zeiteinteilung, das könnte helfen, flexiblere Arbeitsmöglichkeiten zu schaffen, vielleicht sogar eine bessere Work-Life-Balance. Oder es passiert das Gegenteil, und wir unterliegen zunehmend digitalen Zwängen. Und was ist mit dem Datenschutz? Wie sicher sind wir in der digitalen Welt?“

Harald Krüger: „Wir sollten die Digitalisierung in erster Linie als Chance begreifen und den tiefgreifenden Wandel als Treiber und Innovator wahrnehmen. Dabei wird der Mensch bei uns auch in Zukunft – als Kunde oder Mitarbeiter – weiterhin im Mittelpunkt stehen. Für uns hat Datenschutz höchste Priorität. Wichtig ist jedoch auch, dass sich die rechtlichen Rahmenbedingungen der technologischen Entwicklung anpassen – auf internationaler Ebene. Das gilt genauso für die gesetzlichen Regelungen rund um das Thema autonomes Fahren.“

Mohammad Bahram: „Ich frage mich auch, wie das autonome Fahren die ‚Freude am Fahren‘ verändert. Wird es künftig die ‚Freude am Gefahrenwerden‘?“

Harald Krüger: „Die Marke BMW wird auch in den nächsten 100 Jahren für sprichwörtliche ‚Freude am Fahren‘ stehen. Für mich steht fest: Wir werden auch in Zukunft hochemotionale Fahrzeuge für unsere Kunden bauen. Aber es gibt Situationen – im Stau oder im Stop-and-Go-Verkehr –, da wäre es eine angenehme Alternative, wenn das Auto das Fahren übernimmt. Oder wenn sich das Fahrzeug im Parkhaus selbstständig einen Parkplatz sucht und einparkt, ohne den Fahrer am Steuer. Beides wäre ein deutlicher Komfort- und Zeitgewinn.“

40 %

weniger Staus wird es in Zukunft durch autonomes Fahren geben. Zwei Drittel der Europäer wünschen sich, dass sie ihr Auto nicht nur staufrei ans Ziel bringt, sondern dass es auch direkt einen freien Parkplatz sucht.

STEHEN WIR NOCH IM STAU?

„Ich befürchte, in zehn Jahren stehen wir immer noch im Stau. Aber vielleicht sieht es in 20 Jahren schon besser aus. Vernetzte Fahrzeuge werden mittelfristig dazu führen, dass sie vorausschauend fahren. So oder so wird der Datentransfer zwischen Fahrzeugen dafür sorgen, dass sie sicherer fahren. Denn die Konnektivität kann in Zukunft ermöglichen, dass man schon vorher weiß, welche Situation sich an der nächsten Kreuzung ereignet. Dafür muss sich die Vernetzung aber in unterschiedlichen Bereichen durchsetzen. Es wird nicht reichen, dass BMW Lösungen via ConnectedDrive anbietet. Ein Unternehmen allein kann Staus nicht verhindern. Auch die Infrastruktur muss vernetzt sein, die Ampeln, die Autobahnen und natürlich auch Fahrzeuge anderer Marken. Erst wenn diese unterschiedlichen Faktoren aufeinander abgestimmt sind, wird sich Stau sicher vermeiden lassen.“

Mohammad Bahram, 30 Jahre,
ehemaliger Doktorand im Zentrum für
Fahrsimulation und Usability

WIE WIRD SICH DIE ARBEITSWELT ZUKÜNFTIG VERÄNDERN?

„Roboter werden uns nicht ersetzen, sie werden unseren Arbeitsalltag bereichern. Sie arbeiten Hand in Hand mit den Menschen und können beispielsweise hochkomplexe Aufgaben abnehmen und bei körperlich schweren Tätigkeiten helfen. Sie können Mitarbeitern in der Fertigung auch Teile in einer optimalen ergonomischen Position anreichen, damit fördern Roboter sogar unsere Gesundheit. Für Mitarbeiter heißt das nicht, dass Roboter ihnen die Aufgaben wegnehmen, stattdessen verändern sich ihre Tätigkeiten nur, sie übernehmen Verantwortung für den Roboter. Und egal, wie weit sich Roboter entwickeln, niemals werden sie kreativer als der Mensch sein.
Ein Unternehmen wie die BMW Group braucht Mitarbeiter, die mitdenken, sonst wird es keine Innovationen geben. Dennoch denke ich, dass Roboter in Zukunft in viele Lebensbereiche Einzug halten, zum Beispiel in der Pflege, als Hilfe für körperlich beeinträchtigte Menschen oder indem sie uns Handgriffe im Haushalt abnehmen.“

Rebekka Büttner, 25 Jahre, ‚Fastlane‘-Programm, Prozessoptimierung und MRK

INTERNATIONALISIERUNG

Die Welt ist komplexer denn je – und verschmilzt trotzdem. Die Automobilindustrie gilt als Prototyp für eine globalisierte Wirtschaft. Ein Zusammenwachsen verschiedener nationaler Märkte ist ebenso zu beobachten wie die Herausbildung eines Weltmarkts. Die Elemente, die BMW Produkte erfolgreich machen, kommen schon lange nicht mehr ausschließlich aus Deutschland: Forschung, Entwicklung, Produktion und Vertrieb an unterschiedlichen Standorten schaffen neue Potenziale für das Unternehmen. Wer wachsen will, muss den Märkten folgen, muss dorthin gehen, wo sich Chancen auftun. Internationalisierung bedeutet aber nicht einfach, überall zu sein; es bedeutet, überall erfolgreich zu sein, sich nicht in der Welt zu verzetteln, sondern immer ein gemeinsames Ziel vor Augen zu haben – egal, wo man gerade ist.

Juan Ibanez: „Die Globalisierung nimmt in allen Lebensbereichen zu. Trotzdem denke ich, die Autoindustrie muss global denken, aber lokal handeln. Es braucht sozusagen eine ‚Glokalisierung'."

Bahar Deniz: „Ich habe schon in vielen Ländern gelebt, und überall sagen die Leute über BMW: ‚Made in Germany'. Aber stimmt das noch? BMW entwickelt und produziert an so vielen Standorten, müssen wir dieses Gütesiegel nicht daran anpassen? Vielleicht heißt das neue Qualitätsmerkmal der Zukunft ‚Made by BMW'?"

Internationales Handeln stellt nicht nur das Unternehmen vor neue Herausforderungen, sondern auch jeden Einzelnen. Die weltweite Verflechtung ist f r die Mitarbeiter eine Chance f r ihre berufliche und pers nliche Entwicklung. Die BMW Group hat Standorte berall auf der Welt, rund 121.000 Mitarbeiter arbeiten zusammen an einer Vision.

WAS WIRD IN ZUKUNFT WICHTIGER: GLOBALISIERUNGSSTRATEGIEN ODER DIE ERSCHLIESSUNG LOKALER MÄRKTE ?

„Für die Automobilindustrie wird es immer wichtiger, gezielt auf die Kundenwünsche einzugehen. Dafür müssen Unternehmen die lokalen Märkte und Bedürfnisse der Kundschaft kennen. Beispielsweise ist deutschen Käufern eine Standheizung sehr wichtig. Für mein Heimatland Spanien, wo man eher mit Hitze als mit Kälte zu kämpfen hat, wurde deshalb über Stand-Klimaanlagen nachgedacht. Das kam bei den Kunden nicht an. Das zeigt, dass wir nicht von einem Markt auf den anderen schließen können, wenn wir erfolgreich Autos verkaufen möchten. ‚Freude am Fahren' bedeutet eben nicht überall auf der Welt das Gleiche. Die Globalisierung hat natürlich Einfluss auf international agierende Unternehmen, die Märkte sind zunehmend vernetzt. Deshalb müssen Konzerne marktunabhängiger arbeiten. Eine große Palette an Modellen wird dabei für Automobilhersteller wichtig sein. Aber wer weiß: Vielleicht verschwinden regionale Unterschiede durch die Globalisierung auch irgendwann, stattdessen zählt dann das Individuum. Dann könnte es funktionieren, dass wir ein Produkt auf den Markt bringen, das von jedem Einzelnen angepasst werden kann – etwa wie das iPhone von Apple."

Juan Ibanez, 36 Jahre, ehemaliger Trainee,
Preis- und Volumenplanung

Lukas Kern: „Für mich bedeutet Internationalisierung vor allem persönliche Weiterentwicklung. Ich habe während meiner Ausbildung drei Monate im MINI Werk in Oxford gearbeitet. Nicht nur meine berufliche Qualifikation hat davon profitiert, sondern vor allem ich als Mensch. Die Entscheidung, meine Heimat zu verlassen, war keine einfache, aber ich bin froh, es gewagt zu haben.“

Harald Krüger: „Die Internationalisierung ist wie die Digitalisierung einer der zentralen Bausteine für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens. Neue Situationen sind immer eine Herausforderung. Das ist als Auszubildender nicht anders als später mit jahrelanger Berufserfahrung. Doch wir können so viel lernen, wenn wir unsere eigene Komfortzone verlassen und es wagen, Neues zu entdecken. Ich bin beruflich viel unterwegs, an jedem unserer Standorte treffe ich andere Menschen. Aber es gibt etwas, das uns überall auf der Welt verbindet: unsere Werte und die Leidenschaft für unsere Fahrzeuge.“

WERDE ICH IN ZUKUNFT NOCH TÄGLICH MEINE KOLLEGEN TREFFEN?

„Mobilarbeit und die Vernetzung der Standorte sind für die Zukunft wichtige Entwicklungen. Dennoch dürfen wir nicht vergessen, wie essenziell persönliche Netzwerke sind. Miteinander zu sprechen sorgt für eine Kultur im Unternehmen, es bringt Inspiration und schafft eine gute Arbeitsatmosphäre. Ich glaube, dass es in Zukunft noch häufiger die Möglichkeit gibt, von zu Hause aus zu arbeiten. Aber ersetzen sollte die Mobilarbeit die herkömmliche Bürotätigkeit nicht. Außerdem denke ich, dass viele Menschen Beruf und Alltag gerne trennen – auch räumlich. Ein anderer Aspekt ist sicherlich, dass viele Kommunikationsvorgänge, die früher von Angesicht zu Angesicht stattgefunden haben, digitalisiert werden. Die Menschen beraten sich weniger im Konferenzraum, sondern zunehmend via Telefon- oder Videokonferenz, per Mail oder sogar mit Kurznachrichten. In Zukunft wird es wahrscheinlich noch ganz neue Methoden geben. Für ein Unternehmen, das international tätig ist, wird es wichtiger, sich auszutauschen, ohne dafür am selben Ort sein zu müssen. Das ermöglicht einen Wissenstransfer, der früher unvorstellbar war. Dennoch bezweifle ich, dass die komplette Kommunikation digitalisiert wird, dafür ist ein persönliches Miteinander einfach zu wichtig.“

Paulina Sierak, 27 Jahre,
Doktorandin für prognosefähige Klebeprozesse

Juan Ibanez: „Verschwinden in Zukunft die Grenzen, und werden wir alle Weltbürger?“

Harald Krüger: „Die BMW Group ist bereits heute ein ‚Global Player‘ mit bayerischen Wurzeln. Wir betreiben 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein lokales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Wir sollten alle voneinander lernen und im besten Sinne neugierig aufeinander sein. Dafür braucht es eine Haltung der Offenheit und Transparenz. Ich habe grundsätzlich erst einmal Respekt vor jeder Kultur, die ich neu kennenlerne. In jedem Land können wir gute Ideen für unser Unternehmen sammeln und so gemeinsam besser werden. Ich rate jedem: Sei stolz darauf, wo du herkommst, aber begeistere dich auch für Neues! In der Zukunft zu bestehen bedeutet auch, die Internationalisierung für sich zu nutzen. “

Bahar Deniz: „Internationalisierung bedeutet auch internationalen Wettbewerb. Schon jetzt drängen Unternehmen in den Markt, die nicht der klassischen Automobilbranche entstammen. Bauen wir auch in Zukunft Autos, oder lösen Google und Apple uns ab?“

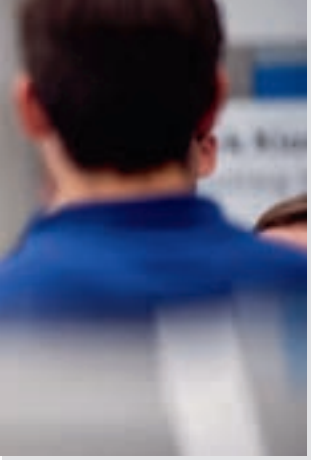
Harald Krüger: „Es gibt neue Wettbewerber, die in das Geschäft mit Automobilen und Mobilitätsdienstleistungen einsteigen wollen – viele davon haben einen IT- Hintergrund und kommen aus den USA oder China. Wir nehmen jeden neuen Wettbewerber ernst. Die konsequente Digitalisierung unserer Unternehmensprozesse wird daher künftig genauso wichtig sein wie die Connectivity unserer Fahrzeuge. Hier müssen wir innovativer und schneller werden. Wir sollten aber auch auf unseren Stärken aufbauen: der Tradition und unseren Premiummarken, dem emotionalen und einzigartigen Design – hier sind wir deutlich voraus.“

NEUE FÜHRUNGSKULTUR

Mit der nächsten Generation an Mitarbeitern wird sich auch die Unternehmenskultur wandeln. ‚Generation Y', ‚Millenials' oder ‚Digital Natives' werden die jungen Nachwuchskräfte genannt, auf die Unternehmen ihre Zukunft bauen. Sie bringen neue Anforderungen und Qualifikationen in die Arbeitswelt. Daran muss sich auch die Führungskultur anpassen. Diejenigen, die heute auf den Arbeitsmarkt drängen, sind mit einem guten Gehalt und einem sicheren Arbeitsplatz allein nicht mehr zufriedenzustellen. Wertschätzung ist ihr größter Motivationsgrund, sie wollen gefördert und gefordert werden und wünschen sich eine offene Feedbackkultur.

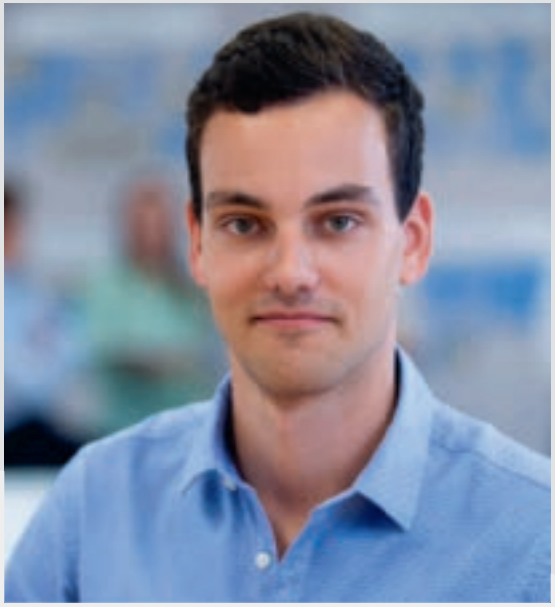
Mirjam Schlichter: „Der Führungsstil muss sich dem Wandel des Arbeitens anpassen. Wir sind eine neue Generation, wir haben andere Bedürfnisse und Ansprüche und möchten, dass diese ernst genommen werden."

Harald Krüger: „Für mich ist Führung ein ganz zentraler Hebel. Wir können damit enorme Potenziale heben. Die Führungskultur in unserem Unternehmen muss sich angesichts der vielen neuen Einflüsse, die von außen auf uns einwirken, verändern. Dies gilt auch für die Entscheidungs- und Umsetzungsgeschwindigkeit in der BMW Group. Zentrale Voraussetzung für exzellente Führung sind für mich vor allem Wertschätzung und eine offene Feedbackkultur. Innovation entsteht auch durch Vielfalt. In einem heterogenen Arbeitsumfeld mit mehreren Generationen müssen sich alle wiederfinden und respektieren. Das betrifft auch die Kommunikation miteinander: Da ist die Nachricht im sozialen Netzwerk genauso wichtig wie das persönliche Gespräch."



WIE SOLL MEIN KÜNFTIGER CHEF SEIN ?

„Auch in Zukunft sollte es eine Hierarchie geben, das halte ich für das Funktionieren eines so großen und komplexen Unternehmens wie der BMW Group für unverzichtbar. Mut zu Entscheidungen ist wichtig, einer muss eben die Richtung vorgeben. Doch sollte die Ausprägung flexibler sein. Nicht in allen Bereichen ist eine Führung nötig, manchmal sind Teams oder Fachgruppen effektiver. Denn leider kann eine starke Hierarchie auch bedeuten, dass Raum für Ideen verloren geht. Umso wichtiger finde ich eine Diskussionskultur, in der man auch gegenüber Vorgesetzten Ideen, aber auch Kritik äußern kann. Das erfordert sicherlich Mut, Transparenz und eine offene Fehlerkultur – am Ende wird das Unternehmen davon aber profitieren. Mein künftiger Chef soll Wert auf eine individuelle Betrachtung legen, er soll meine Stärken erkennen und gezielt fördern. Ein guter Chef kennt seine Mitarbeiter, ich will für ihn mehr sein als nur ein Name auf der Gehaltsliste. Nur mit einem kontinuierlichen Feedback können wir zusammen an meiner Entwicklung arbeiten. Und ich möchte, dass meine Arbeit wertgeschätzt wird, das ist für mich das Wichtigste. Wertschätzung ist für unsere Generation elementarer als ein gutes Gehalt. Wenn ich weiß, dass meine Leistung anerkannt wird, bin ich bereit, noch einen Schritt weiter zu gehen, als von mir erwartet wird.“



Maximilian Mendler, 24 Jahre,
‚SpeedUp‘-Programm im Bereich Konzeptprototypen

WAS IST EIN ATTRAKTIVER ARBEITGEBER ?

„Für mich ist besonders wichtig, dass ich in einem guten Arbeitsklima tätig bin. Ich wünsche mir Kollegen und Vorgesetzte, die meine Arbeit wertschätzen, die mich respektieren und motivieren, sodass ich jeden Tag gerne ins Büro gehe. Gerade für jüngere Leute werden immaterielle Werte wichtiger. Die BMW Group bietet ihren Auszubildenden ein gutes Gehalt und langfristige Sicherheit durch die Übernahmegarantie – aber finanzielle Sicherheit ist nicht alles. Mir ist zum Beispiel wichtig, dass mein Arbeitgeber daran interessiert ist, dass ich mich weiterentwickle. Meine Familie hat in unterschiedlichen Ländern gelebt. Ich musste mich häufig auf neue Situationen einstellen, das war nicht immer einfach. Aber am Ende bin ich dadurch selbstständig geworden. Von den Fähigkeiten, die ich im Ausland erlangt habe, profitiert auch mein Arbeitgeber. Ich hoffe deshalb, dass in Zukunft mehr Auslandspraxis in Ausbildung und Karriere integriert wird. Man lernt eben vor allem übers Probieren, nicht übers Studieren.“

Bahar Deniz, 18 Jahre,
2. Ausbildungsjahr Industriekauffrau

Mirjam Schlichter: „Manchmal vermisse ich bei BMW alternative, moderne Führungskonzepte wie zum Beispiel zwei Führungskräfte in Teilzeit, die sich die Verantwortung teilen."

Harald Krüger: „Die Arbeitswelt verändert sich, und Innovationen führen nicht nur zu neuen Technologien, sondern verändern auch die Unternehmensprozesse sowie die Unternehmenskultur. Wir müssen bei Führungskonzepten offen und flexibel sein. Das Grundprinzip der persönlichen Verantwortung und Entscheidungskompetenz verliert dabei aber nicht an Gültigkeit – gerade in großen Unternehmen ist das unverzichtbar."

Rebekka Büttner: „Wird man als guter Chef geboren, oder kann man das lernen?"

Harald Krüger: „Das meiste kann man lernen, aber einige Eigenschaften sollten schon in der Persönlichkeit verankert sein: die Fähigkeiten, das eigene Verhalten zu reflektieren und individuell auf Mitarbeiter eingehen zu können. Und natürlich die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen, sowie der Mut, Entscheidungen zu treffen."

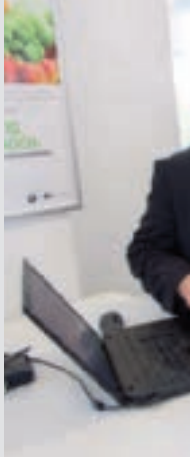
AUSBILDUNG, LEBENSLANGES LERNEN UND WANDEL DER ARBEIT

Besonders unter jungen Angestellten und Berufsanfängern ist die BMW Group als Arbeitgeber beliebt. Einstiegsmöglichkeiten in die Welt der BMW Group gibt es viele: als Trainee, Doktorand oder Azubi, über das Ausbildungskonzept ‚TaLEnt', das Stipendienprogramm ‚SpeedUp', das Praktikantenprojekt ‚Fastlane'. Sie alle verbindet die Leidenschaft für Mobilität, die Identifikation mit der Marke und ein Ziel: die BMW Group in die Zukunft zu führen.

Rebekka Büttner: „Uns ist Ausbildungserfahrung wichtig. Die BMW Group agiert international und braucht Mitarbeiter, die das ebenfalls beherrschen. Es wäre gut, wenn Auslandsaufenthalte in die Ausbildung fest integriert sind."

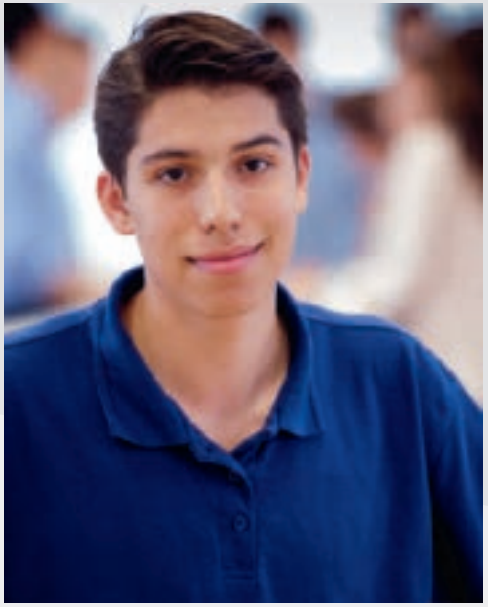
Harald Krüger: „Diese Option steht vielen Mitarbeitern offen – ob in der Ausbildung oder nach einigen Jahren Berufserfahrung. Meine Zeit in South Carolina und UK habe ich sehr gut in Erinnerung und profitiere noch heute von der internationalen Perspektive, die ich von dort mitgenommen habe. Dieser Austausch ist wichtig, und zwar nicht nur von hier aus ins Ausland, sondern auch umgekehrt: Ausländische Mitarbeiter, die nach ihrem Einsatz in Deutschland wieder an ihren Heimatstandort zurückkehren, stärken den Wissenstransfer und die Vernetzung im Unternehmen."

KFZ-M



WIE KANN ICH MIT DER SICH STÄNDIG VERÄNDERNDEN WELT SCHRITT HALTEN ?

„Die Welt wird komplexer, und manchmal habe ich den Eindruck, sie wird sogar immer schneller immer komplexer. Es gibt zwei Möglichkeiten, damit umzugehen: Entweder man verweigert sich dem und bleibt auf der Strecke. Oder aber man erkennt darin Chancen und Abwechslung. Ich tendiere zu Letzterem. Ich versuche, mich nicht nur auf das zu beschränken, was ich irgendwann mal gelernt habe, sondern möchte mich kontinuierlich weiterentwickeln. Man lernt schließlich nie aus, auch nicht als Erwachsener oder Betriebserfahrener. Trotzdem übt ein stetiger Wandel der Arbeitswelt und der Gesellschaft auch einen Druck aus: Man muss sich anpassen, Schritt halten, sonst kann man irgendwann nicht mehr mithalten. Wichtig ist für mich, bei allem Neuen auf Altbewährtes nicht völlig zu verzichten. BMW ist ein gutes Beispiel dafür, dass sich eine Welt verändern kann und die Menschen sich dabei trotzdem treu bleiben. Die Mitarbeiter stammen aus aller Welt, das spiegelt sich auch im Münchner Stammwerk wider. Hier sind alle Räume nach Städten aus der ganzen Welt benannt. Das setzt Zukunftszeichen. Gleichzeitig wird hier im Werk aber auch Bayerisch gesprochen, das betont die Wurzeln. Tradition und Fortschritt schließen sich also nicht aus.“



Paul Figueroa-Cotorogea, 19 Jahre,
3. Ausbildungsjahr Kfz-Mechatroniker/DBFH

Paul Figueroa-Cotorogea: „Lernen darf nicht mit der Ausbildung enden. Wir dürfen unseren Wissensdurst nicht verlieren. Dafür braucht es nicht nur unternehmensinterne Weiterbildungen, sondern auch die eigene Initiative, lebenslang lernbereit zu sein. Da müssen wir flexibel sein und unser Know-how stetig weiterentwickeln.“

Harald Krüger: „Die BMW Group bietet für Mitarbeiter viele Chancen. Wir brauchen Menschen, die flexibel sind und sich nicht vor neuen Aufgaben, Ländern und Entwicklungen scheuen. Nur so bleiben wir ein innovatives Unternehmen. Doch wir dürfen dabei nicht unsere Perfektion und Beständigkeit verlieren, unser Handwerk, auf dem die 100 Jahre unseres Erfolgs basieren. Deshalb brauchen wir auch die Experten, die jahrelang Erfahrungen in ihrem Themengebiet aufgebaut haben und damit ein unersetzliches Wissen für unser Unternehmen bieten. Für alle gilt aber ein und derselbe Anspruch: ‚Seien Sie der Beste auf Ihrem Gebiet!‘ “

1/5

der globalen PKW-Produktion wird in Deutschland hergestellt. Doch auch die Produktion in China wächst: Im Jahr 2030 sollen dort 50 Millionen Autos und Trucks pro Jahr hergestellt werden.

Daniela Jaupi: „Werden uns in zehn bis zwanzig Jahren Roboter in der Produktion ersetzt haben?“

Harald Krüger: „Schon heute sind Roboter im Karosseriebau unersetzlich und auch in der Fahrzeugmontage ein wichtiges ergänzendes Element zum Menschen. So sehe ich das auch in der Zukunft. Denn der Mensch hat Fähigkeiten, die eine Maschine nie haben wird, und deswegen wird der Roboter den Menschen auch nicht vollständig ersetzen können. Aber Roboter können dort unterstützen, wo schwere, sehr präzise Arbeiten mit hoher Wiederholungsgenauigkeit geleistet werden müssen. Die intelligente Kombination von Mensch und Roboter wird künftig ein entscheidender Wettbewerbsvorteil sein. Aber auch dann gilt weiterhin: Der wichtigste Erfolgsfaktor für die BMW Group sind unsere Mitarbeiter.“

WIE KANN DIE BMW GROUP TROTZ FACHKRÄFTEMANGELS DIE BESTEN DER BESTEN FÜR SICH GEWINNEN ?

„Unter uns Berufsanfängern gilt die BMW Group als der beliebteste Arbeitgeber. Aber das ist nicht automatisch für alle Zukunft so. Besonders in Berufen wie der IT oder Elektrotechnik, in denen wir Engpässen entgegensehen, müssen Unternehmen um die besten Nachwuchskräfte kämpfen. Sie müssen die Talente schon für sich gewinnen, wenn sie noch in der Schule oder im Studium sind. Auch die sozialen Netzwerke sind wichtig, dort sind junge Menschen wie wir aktiv. Über Facebook, Xing oder LinkedIn informieren sie sich über potenzielle Arbeitgeber, diese Kanäle müssen Unternehmen bedienen. Natürlich zählen eine Übernahmegarantie und ein gutes Gehalt immer noch viel, aber junge Menschen lassen sich durch Sicherheit allein nicht mehr überzeugen. Sie fordern von ihren Arbeitgebern mehr Freiheiten und die Chance auf persönliche Entfaltung. Dazu gehört, dass sie ihre Arbeit individuell mitgestalten können. Um junge Nachwuchstalente für sich zu begeistern, müssen Unternehmen ihnen künftig auch eine Work-Life-Balance ermöglichen.“

Mirjam Schlichter, 26 Jahre,
Trainee im ‚Global Leader Development Programme‘,
HR Management Sales

GIBT ES MEINEN BERUF IN 30 JAHREN NOCH ?

„Meinen Beruf als Modellbauer wird es in ein paar Jahrzehnten nicht mehr geben. Jedenfalls nicht so, wie ich ihn heute kenne. Schon jetzt hat sich der Beruf stark verändert. Früher schabten und formten die Modellbauer noch ausschließlich von Hand die Formen der Fahrzeuge in den Ton, heute arbeiten wir mit Fräsen und 3-D-Druckern. Nur die feinen Details arbeiten wir noch von Hand nach. Die Technisierung wird in meinem Beruf weiter zunehmen, vielleicht werden sogar Roboter unsere Arbeit komplett übernehmen ... Trotzdem bin ich gespannt auf die Zukunft. Wenn sich mein Beruf wandelt, muss ich mich eben auch verändern. Ich bin bereit zu lernen, vielleicht kommen neue Aufgaben hinzu, oder wir entwickeln neue Techniken. Ich freue mich darauf sogar, denn es ist doch auch eine Erleichterung, zu wissen, dass ich nicht bis zur Rente immer nur das Gleiche machen werde. Der Beruf als technischer Modellbauer bleibt bestehen, da bin ich sicher. Aber wir werden erst noch sehen, was er in Zukunft bedeutet.“

Matthias Staudinger, 19 Jahre,
2. Ausbildungsjahr Technischer Modellbauer

Was mir wichti