

Presse-Information.
28. März 2019

Männersache? Von wegen!

Zum Girls' Day 2019 gaben die BMW Group Werke Regensburg, Landshut und Dingolfing Schülerinnen einen Einblick in technische Berufe der Automobilindustrie.

Landshut, Regensburg, Dingolfing. Die industrielle Fertigung bietet längst nicht nur für das vermeintlich „starke“ Geschlecht interessante Berufsperspektiven. Davon überzeugten sich am heutigen Donnerstag 111 Schülerinnen, die beim Girls' Day der drei bayerischen Standorte der BMW Group in Regensburg, Dingolfing und Landshut mitgemacht haben.

Für viele Teilnehmerinnen bot der Schnuppertag die erste Berührung mit einem Industrieunternehmen. Aufmerksam verfolgten die Mädchen die inhaltlichen Ausführungen zu bestehenden Ausbildungsberufen sowie persönliche Erfahrungsberichte weiblicher Auszubildender. Die Ausbilder betonten den Wert einer Berufsausbildung und zeigten Wege in eine berufliche Zukunft bei der BMW Group auf.

In Regensburg waren 30 Mädchen ganz praktisch unterwegs: Anhand eines Steckboards simulierten sie eine Fahrzeugbeleuchtung, gaben am 3D-Drucker individualisierte Objekte aus und programmierten Roboter mit unterschiedlicher Sensorik. Begleitet von Auszubildenden des Standorts erhielten sie zudem praxisnahe Einblicke in verschiedene Berufsalltage und konnten gezielt nachfragen. Einhelliges Fazit der Schülerinnen: Die Kategorie ‚Männerdomäne‘ ist mittlerweile Geschichte!

Das Aufbrechen von Geschlechterkategorien in der Berufswelt ist letztlich auch die Intention des bundesweiten Girls' Day. Seit dem Start 2001 haben teilnehmende Unternehmen rd. 1,8 Mio. Plätze an diesem ‚Schnuppertag‘ für Schülerinnen bereitgestellt. Das kam gut an: Viele Teilnehmerinnen betrachten die Veranstaltung als wichtige Hilfestellung bei der späteren Wahl eines Lehrberufs.

Auch die BMW Group nimmt am Girls' Day die Chance wahr, Schülerinnen ein Spektrum an Berufen vorzustellen, die sie womöglich von selbst nicht in Betracht gezogen hätten.

Presse-Information
Datum 28. März 2019
Thema Von wegen reine Männersache.
Seite 2

„Wir bieten Frauen sehr gute Berufsperspektiven, deshalb möchten wir schon junge Schülerinnen für die Welt der Technik elektrisieren. Bei BMW stehen die großen Zukunftsthemen wie die Digitalisierung von Anfang an im Mittelpunkt – und wer könnte das Schülerinnen besser vermitteln als unsere Auszubildenden?“ sagt Bernhard Brei, Leiter der Berufsausbildung bei BMW in Regensburg.

Das BMW Group Werk Regensburg hat die Bewerbungsfrist für den Ausbildungsstart im September 2019 bis zum 12. April verlängert. Weitere Informationen unter <http://bmw.jobs/schueler>

Das BMW Group Werk Regensburg in Zahlen

Produktion	BMW 1er (5-Türer), BMW 1er (3-Türer) BMW X1, BMW X2 BMW 4er Cabrio, BMW M4 Cabrio BMW 2er GranTourer
Mitarbeiter	rund 9.000 (davon mehr als 300 Auszubildende)
Tagesproduktion	rund 1.100 Fahrzeuge
Jahresproduktion	319.592 (2018)
Gesamtproduktion	mehr als 7 Mio. Fahrzeuge (seit 1986)
Gesamtinvestitionen	rund 4,7 Milliarden Euro (seit 1986)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Andreas Sauer, Leiter Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Mitarbeiterkommunikation Werk Regensburg
Telefon: +49 941 770 2012, andreas.sauer@bmw.de

Internet: www.bmw-werk-regensburg.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 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.