



Mexikanische BMW Azubis der Zeit weit voraus

Mexikanische BMW Azubis der Zeit weit voraus
Noch rollen nur Planiertrappen über das Feld im mexikanischen San Luis Potosí, auf dem ab 2019 die ersten Fahrzeuge im zukünftigen BMW Werk gebaut werden sollen. Für 25 angehende junge Mechatroniker beginnt jedoch schon jetzt der Auszubildenden-Alltag in der mexikanischen Provinzhauptstadt. Als einer der ersten Bereiche des neuen Werkes startet die Berufsausbildung bereits vier Jahre vor dem geplanten Produktionsbeginn mit dem ersten Ausbildungsjahrgang. Personalvorstand der BMW AG, Milagros Caiña-Andree, eröffnete dazu gemeinsam mit dem Gouverneur der Provinz San Luis Potosí -Dr. Fernando Toranzo- das neue Trainingszentrum. "Gut ausgebildete Mitarbeiter sind ein entscheidender Faktor für ein erfolgreiches Werk", erklärte Caiña-Andree beim Festakt zur Eröffnung. "Deshalb beginnen wir damit sehr früh und vermitteln bereits jetzt die Schlüsselqualifikationen, die man beim Werksaufbau als erste braucht." 2016 soll die Zahl der Auszubildenden dann weiter erhöht werden und Berufe wie Kfz-Mechatroniker und Fertigungsmechaniker hinzukommen. Duale Berufsausbildung nach deutschem Vorbild
Die Berufsausbildung der BMW Group folgt auch in Mexiko dem erfolgreichen dualen Ausbildungskonzept nach deutschem Vorbild. In Zusammenarbeit mit der Technischen Universität von San Luis Potosí (UTSLP) lernen die Auszubildenden die theoretischen Grundlagen ihres zukünftigen Berufs. Im BMW Werk werden die Bücher mit dem Werkzeugkasten ausgetauscht und die Auszubildenden tauchen in die Praxis ein. "Die duale Berufsausbildung ist nicht nur in Deutschland, sondern inzwischen auch an den meisten internationalen Werksstandorten der BMW Group der Garant für hervorragend ausgebildete Fachkräfte", erklärt Milagros Caiña-Andree. "Deshalb war es für uns keine Frage, dieses Konzept auch in Mexiko einzuführen. Mit der Technischen Universität San Luis Potosí haben wir dafür einen hervorragenden Bildungspartner gefunden." Die Berufsausbildung im BMW Werk San Luis Potosí dauert zwei Jahre und wird in Zusammenarbeit mit der UTSLP durchgeführt. Vor diesen zwei Jahren haben die Azubis bereits ein Jahr des Studienganges "Higher Technical Undergraduate in Efficient Electrical Installations" an der UTSLP absolviert. Nach diesem ersten Jahr und nachdem sie für diese Berufsausbildung ausgewählt wurden, erwerben die Studenten technische Kenntnisse, verbessern ihre Fähigkeiten im Bereich der englischen Sprache und beginnen dann die Fachausbildung für ihren jeweiligen Beruf. "Für die BMW Group ist die hervorragende Ausbildung der Mitarbeiter die Voraussetzung für die Qualität unserer Produkte, die uns auf der ganzen Welt auszeichnet. Deshalb ist der Ausbildungsbeginn dieses ersten Azubi-Jahrgangs in Mexiko für uns sehr wichtig. Es ist ein zukunftsweisende Schritt der BMW Group in der Provinz San Luis Potosí," erläuterte Hermann Bohrer, CEO und Managing Director von BMW San Luis Potosí.
Das Auswahlverfahren
Das Auswahlverfahren für die Berufsausbildung beginnt - nach erfolgreicher Bewerbung - mit einem Onlinetest. Wer bei diesem gut abschneidet, wird zu einem Auswahltag ins Werk eingeladen, bei dem die Bewerber sich unter anderem in einer Gruppenarbeit beweisen und eine Arbeitsprobe anfertigen müssen. In einem abschließenden Interview halten die Bewerber eine kurze Präsentation in Englisch. Das Gesamtbild entscheidet schließlich darüber, wer einen Ausbildungsplatz bei der BMW Group bekommt. Dies werden in den nächsten Jahren einige sein, denn wenn 2019 die Produktion in San Luis Potosí beginnt wird das jüngste Werk der BMW Group bereits 1.500 Mitarbeiter beschäftigen. Die BMW Group investiert rund eine Milliarde US-Dollar in das Werk, das eine Kapazität von rund 150.000 Fahrzeuge pro Jahr haben wird.
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
BMW Group Unternehmenskommunikation
Email: presse@bmw.de
Jochen Frey
Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Personal
Telefon: +49 (0)89 382-41125
Nikolai Glies
Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
Telefon: +49 (0)89 382-24544
Die BMW Group
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>
Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Jochen Frey
Tel.: +49-89-382-41125
E-Mail Adresse: jochen.frey@bmw.de


Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die

Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.