

Presse-Information

12. Mai 2023

**BMW forderte Studierende heraus –
24 Stunden für kreative und digitale Lösungsansätze
+++ Hackathon: Studierende programmieren um die Wette
und erarbeiten kreative und digitale Lösungsansätze für
die smarte Fabrik +++ Kooperation des BMW Group Werks
Dingolfing, Intel, Microsoft, NTT, der Technischen
Hochschule Deggendorf und der Hochschule Landshut
+++**

Dingolfing. Welches Potential steckt in den Daten, die von den Produktionsanlagen erzeugt werden? Und lässt sich ein Algorithmus entwickeln, der für die permanente Überwachung unserer Fördertechnik sorgt und so einen Ausfall schon Monate im Voraus anzeigt? Mit solchen komplexen Fragestellungen konfrontierte das BMW Group Werk Dingolfing rund 50 internationale Studierende, die sich im Vorfeld auf den 24-Stunden-Hackathon, genannt „Innovation Challenge“, beworben haben.

Bei der Innovation Challenge am vergangenen Wochenende (5. und 6. Mai 2023) hatten die Studentinnen und Studenten im Innovation Hub des Werks Dingolfing einen Tag und eine Nacht lang Zeit, um kreative und innovative Lösungsansätze zu Fragestellungen der smarten Fabrik zu erarbeiten. Dazu wurden die Studierenden zu interdisziplinären Teams zusammengestellt, die bei der Bearbeitung der Fälle von Expertinnen und Experten aus den Fachabteilungen der BMW Group, sowie den Kooperationspartnern Intel, Microsoft und NTT, unterstützt wurden. Der Countdown für den Wettlauf startete am Freitag um 13 Uhr.

Alfred-Josef Haslbeck leitet die IT am Standort Dingolfing und ist, zusammen mit den Kooperationspartnern, Initiator der Innovation Challenge: „Wir hatten rund 150 Bewerbungen. Das zeigt uns, dass die jungen Leute aus den Hochschulen und Universitäten Lust darauf haben, in die komplexe Welt der Industrie einzutauchen und sich einer solchen Herausforderung stellen. Wir können davon nur profitieren, wenn uns am Ende 50 schlaue Köpfe Lösungsansätze für unsere komplexen

Presse-Information

Datum

12. Mai 2023

Thema

Eine Herausforderung für Studierende – 24 Stunden für kreative Lösungsansätze

Seite

2

Fragestellungen aufzeigen, die wir auch in die Serie übernehmen können.“ Auch Werkleiter Christoph Schröder freute sich „auf das frische Denken, die ein oder andere kreative, unkonventionelle Herangehensweise, den methodischen Sachverstand und das Engagement der Studierenden“. Innovationen seien das Lebenselixier eines Unternehmens wie BMW, betonte Schröder, denn BMW sei längst nicht mehr nur Autobauer, sondern habe sich zur Tech-Company entwickelt. Beim Start der Challenge waren neben Vertretern der BMW Group Landrat Werner Bumeder und Bürgermeister Armin Grassinger sowie hochrangige Vertreter der regionalen Hochschulen und der Partner aus der Tech-Branche vertreten.

Einmaliges Erlebnis für die Teilnehmer

Das Aus- und Weiterbildungszentrum des BMW Group Werks Dingolfing wurde für 24 Stunden zur Tüftler-Garage. Die Studierenden konzipierten und designten, entwickelten und programmierten – für das Drum herum sorgte BMW: In den Verschnaufpausen standen Chillout Areas, Feldbetten, Rennsimulatoren und ein deftiges Barbecue bereit. Baristas sorgten im Schichtbetrieb an der Barista Coffee Bar durchgehen für Koffeinnachschub. Die Studentinnen und Studenten nutzten die Gelegenheit, persönliche Kontakte mit den Fachexperten zu knüpfen. „Das kann für Praktika oder Abschlussarbeiten sehr hilfreich sein. Und vielleicht hat ja jemand seinen Traumjob gefunden“, schmunzelt Alfred-Josef Haslbeck.

Gewinner Team überzeugt Jury

Nach Ablauf der 24 Stunden stellten die Teams ihre Lösungen müde, aber mit großer Euphorie der Jury in einem Pitch vor. Die Jury, bestehend aus Vertretern der BMW Group, Vertretern der Kooperationspartner und Professoren der Hochschulen, kürte im Anschluss drei Gewinner-Teams: Besonders überzeugte ein Lösungsansatz, um Batteriezellmodule in einem Hochvoltspeicher mittels bildgestützter, künstlicher Intelligenz zu lokalisieren – ein Anwendungsfall, der beim Tausch einzelner Zellmodule sehr hilfreich sein wird. Auf die Gewinner warteten Preise wie HP Laptops,

Presse-Information

Datum 12. Mai 2023
Thema Eine Herausforderung für Studierende – 24 Stunden für kreative Lösungsansätze
Seite 3

eine Wildcard in das Intel Ignite Startup-Programm, Personal Coachings von BMW, ein NTT Asia Barbecue, ein Tag im Microsoft Office mit erfahrenen Projektteams, BMW Fahrer-Trainings sowie Mobilfunk Datenpakete für alle Teilnehmer. Bei den Event-Preisen nehmen sich die Managerinnen und Manager von BMW und den Tech-Partnern Zeit für die Gewinnerinnen und Gewinner – die ideale Möglichkeit ein Netzwerk aufzubauen.

Frisches Denken und unkonventionelle Herangehensweisen

Die smarte Fabrik bei BMW heißt BMW iFactory. Sie ist das Zielbild für die Produktion der Zukunft: „Lean“ – also hocheffizient und flexibel, „green“ – ressourcenschonend und zirkulär und „digital“. Um die Studierenden herauszufordern, wurden zu diesen Themen zehn sogenannte Use Cases, also Anwendungsfälle, definiert.

Bildunterschriften

Bild 01: Teilnehmende der Innovation Challenge im BMW Group Werk Dingolfing arbeiten an einem Projekt mit der Microsoft HoloLens 2 Brille.

Bild 02: Teilnehmer der Innovation Challenge im Innovation Hub des BMW Group Werks Dingolfing.

Bild 03: Eröffnungsveranstaltung der Innovation Challenge im Innovation Hub des BMW Group Werks Dingolfing. Von links nach rechts: Landrat Werner Bumedder, Florian Müller, Prof. Dr. Diane Ahrens, Sonja Pierer, Prof. Dr. Abdelmajid Khelil, Christoph Schröder, Alfred-Josef Haslbeck, Kai Grunwitz, Bürgermeister Armin Grassinger, Prof. Dr. Fritz Pörnbacher, Ralf Gebhart, Ralf Waltram und Bernhard Brei.

Bild 04: Gewinner-Team der Innovation Challenge im BMW Group Werk Dingolfing, das zur Aufgabe hatte, Zellmodule im Hochvoltspeicher mittels bildgestützter, künstlicher Intelligenz zu lokalisieren.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Julian Friedrich, BMW Group Werk Dingolfing, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: 49 8731 76 22020, E-Mail: Julian.Friedrich@bmw.de

Presse-Information

Datum 12. Mai 2023
Thema Eine Herausforderung für Studierende – 24 Stunden für kreative Lösungsansätze
Seite 4

Katrin Senning, BMW Group Werk Dingolfing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49 151 602 33589, E-Mail: katrin.senning@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.com, www.bmw-werk-dingolfing.de

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

E-mail: presse@bmw.de

Das BMW Group Werk Dingolfing

Das Werk Dingolfing ist einer von über 30 Produktionsstandorten der BMW Group weltweit und die größte europäische Fertigungsstätte des Unternehmens. Täglich laufen hier im Automobilwerk 02.40 rund 1.600 Automobile der BMW 4er, 5er, 6er, 7er und 8er Baureihe sowie der neue vollelektrische BMW iX vom Band. Insgesamt fertigte das Werk im Jahr 2021 rund 245.000 Fahrzeuge.

Aktuell sind an dem niederbayerischen Standort rund 17.000 Mitarbeiter beschäftigt. Mit zusätzlich über 850 Auszubildenden in 15 Lehrberufen ist Dingolfing zudem der größte Ausbildungsbetrieb der BMW Group.

Neben Automobilen werden in Dingolfing auch Fahrzeugkomponenten wie Pressteile oder Fahrwerks- und Antriebssysteme gefertigt. Im Komponentenwerk 02.20 ist das konzernweite Kompetenzzentrum E-Antriebsproduktion angesiedelt. Von hier aus werden Fahrzeugwerke der BMW Group weltweit mit E-Motoren und Hochvoltspeicher für die Produktion von Plug-in-Hybriden und reinen Elektro-Modellen beliefert. Die E-Antriebsfertigung wird kontinuierlich stark ausgebaut. Aktuell arbeiten dort bereits mehr als 2.000 Mitarbeiter.

Darüber hinaus werden am Standort die Rohkarosserien für sämtliche Rolls-Royce Modelle gebaut. Das sogenannte Dynamikzentrum, ein großer Lager- und Umschlagplatz und Herz der zentralen Aftersales-Logistik der BMW Group, versorgt die weltweite BMW und MINI Handelsorganisation mit Original BMW Teilen und Zubehör.

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 über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2021 belief sich auf 16,1 Mrd. €, der Umsatz auf 111,2 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte das Unternehmen weltweit 118.909 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Presse-Information

Datum 12. Mai 2023

Thema Eine Herausforderung für Studierende – 24 Stunden für kreative Lösungsansätze

Seite 5

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

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

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

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>