Ressort: Auto/Motor

Elektroautos werden bei BMW zum Jobmotor

München, 04.03.2013, 13:35 Uhr

GDN - Die Produktion von Elektroautos entwickelt sich bei BMW zu einem Jobmotor. "Der Zuwachs von 5.500 Mitarbeitern im vergangenen Jahr war mit 3.200 größtenteils in Deutschland. Wir entwickeln vor allem hier die Zukunftstechnologien und werden sie auch produzieren. Elektromobilität schafft und sichert Arbeitsplätze", sagte BMW-Personalvorstand Milagros Caiña-Andree der Tageszeitung "Die Welt" (Dienstagausgabe) im Vorfeld des Genfer Autosalons.

"Bereits über 3.000 Mitarbeiter arbeiten bei uns an Elektrofahrzeugen und den dazugehörigen Mobilitätsdienstleistungen, allein im BMW Werk Leipzig entstehen dabei 800 neue Arbeitsplätze." Ungeachtet zunehmend schwieriger Absatzmärkte werde BMW auch 2013 die Belegschaft weiter aufstocken. "Wir werden auch in diesem Jahr Mitarbeiter einstellen", so Caiña-Andree. Neue Stellen entstünden sowohl in Deutschland als auch an ausländischen Standorten. "Wir suchen beispielsweise Spezialisten für Leichtbau, Elektrotechnik-Ingenieure und Softwareentwickler. Ein gutes Beispiel ist unser neuer Standort Ulm. Dort fingen wir vor einem Jahr mit 90 Entwicklern an, die Software für Fahrzeugvernetzung und hochautomatisiertes Fahren entwickeln. Da werden wir in diesem Jahr weiter aufstocken", sagte die gebürtige Spanierin in ihrem ersten Zeitungsinterview als Personalvorstand bei BMW. Caiña-Andree will wie ihr Vorgänger den Anteil weiblicher Mitarbeiter bei BMW weiter steigern, wobei man erste Ziele bereits übererfüllt habe, sagte die Managerin: "Wir wollen in den technischen Ausbildungsberufen einen Anteil von mindestens 15 bis 20 Prozent junger Frauen. Derzeit haben wir bereits 18,5 Prozent. Das wollen wir auf jeden Fall halten. Bei Hochschulabsolventen, die in unseren Nachwuchsprogrammen einsteigen, wollten wir einen Frauenanteil von 20 bis 30 Prozent und liegen derzeit bei 35 Prozent. Das ist schneller gegangen, als wir gedacht haben". Von einer Quote hält die Managerin nichts. Frauenquoten würden "keine echte Frauenförderung darstellen, und schon gar keine nachhaltige. Es geht doch im Kern um etwas ganz anderes: Die traditionellen Rollenbilder in den Familien haben sich gewandelt. Junge Frauen, aber auch junge Männer wollen sich heute nicht mehr entscheiden müssen zwischen Familie oder Beruf", sagte Caiña-Andree. "Wenn wir als Arbeitgeber attraktiv und wettbewerbsfähig bleiben wollen, dann müssen wir auf diesen Wandel reagieren und die Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben verbessern - für Frauen wie für Männer."

Bericht online:
https://www.germandailynews.com/bericht-9141/elektroautos-werden-bei-bmw-zum-jobmotor.html

Redaktion und Veranwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:
Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:
UPA United Press Agency LTD
483 Green Lanes
UK, London N13NV 4BS
contact (at) unitedpressagency.com
Official Federal Reg. No. 7442619