

Medien-Information

7. April 2011

## **Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.**

„Qualität im Automobilbau kann nur dort entstehen, wo Tradition und Fortschritt sich die Waage halten.“ Besser kann man die Idee von BMW Group Classic kaum ausdrücken. Und selbst diese Idee hat schon Tradition: Der Satz stammt aus einer BMW-Anzeige zum 75. Geburtstag des Automobils – vor 50 Jahren.

**München.** BMW Group Classic koordiniert alle Aktivitäten der BMW Group, die in Verbindung stehen mit der Unternehmens- und Produktgeschichte des Unternehmens und seiner drei Marken. Unter dem Dach der BMW Group Classic sind die jeweiligen Classic-Aktivitäten von BMW, MINI und Rolls-Royce vereint. Die Basis bilden dabei die klassischen Standbeine Museum, Archiv, Clubbetreuung und BMW Classic Center sowie die Veranstaltungsorganisation und spezifische Classic Kommunikation. Die Klassiker der BMW Group eigenen Kollektion stehen nicht nur im Museum, sondern sind in aller Welt auf Veranstaltungen unterwegs.

BMW Group Classic trat 2008 die Nachfolge der Abteilung BMW Group Mobile Tradition an. Stand bei deren Gründung im Jahr 1994 ganz überwiegend der Erhalt der historischen Autos und Motorräder als rollende Zeitzeugen der BMW Markengeschichte im Vordergrund, eröffnete der weltweite Boom bei klassischen Fahrzeugen weitere, neue Tätigkeitsfelder wie technischer Support, Veranstaltungsorganisation und -teilnahme oder zeitgemäße Vermittlung von historische Information.

BMW Group Classic ist auf Wachstum ausgerichtet und orientiert sich mit einem flexiblen Angebot eng am Kunden. Schon heute lässt sich prognostizieren, dass der Bestand an BMW Automobilen und Motorrädern in den kommenden Jahren überproportional zur allgemeinen Marktentwicklung steigen wird. Die Anzahl der historischen Autos mit dem weißblauen Markenzeichen beläuft sich geschätzt auf rund 600.000 – die Dunkelziffer ist hoch. Dazu kommen noch ca. 70.000 Motorräder mit Klassiker-Status, was in etwa bedeutet, dass jede zehnte bis in die 1980er Jahre gebaute BMW Maschine heute noch fährt. Und mit jedem Jahr steigt die Zahl der BMW Klassiker deutlich an. Ein wesentlicher Grund für diese Entwicklung ist das starke Absatzwachstum der Marke BMW seit den 1980er Jahren. Auch bei den anderen beiden Marken MINI und Rolls-Royce ist mit steigenden Zahlen zu rechnen.

Medien-Information  
Datum 7. April 2011  
Thema Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.  
Seite 2

Während bei MINI und Rolls-Royce der Schwerpunkt auf dem Ausbau der klassischen Fahrzeugsammlung sowie die historische Information liegt werden die Aktivitäten bei der Marke BMW weitergehend sein. Im Rahmen der angestrebten Internationalisierung entsteht ein BMW Classic Center Netzwerk mit Service-Stützpunkten in allen relevanten Märkten. Eine intensive Zusammenarbeit mit den Handelsorganisationen und den BMW Clubs bietet dafür eine entscheidende Voraussetzung. Die rund 200.000 Clubmitglieder sind wichtige Markenbotschafter und Multiplikatoren, für deren Engagement sich BMW Classic mit besonderen Angeboten revanchiert.

## **Macht Träume wahr: Das BMW Classic Center**

Mit dem wachsenden Interesse an klassischen BMW, MINI und Rolls –Royce Fahrzeugen registriert die BMW Group Classic auch den Wunsch vieler Enthusiasten, ein möglichst originalgetreues Fahrzeug in bestmöglichem Zustand zu besitzen. Für die Freunde der Marke BMW gibt es seit Herbst 2008 das BMW Classic Center. Der große Vorteil für Kunden, die ihr Fahrzeug zum ursprünglichen Hersteller bringen, ist der komplette Service aus einer Hand. Das Classic Center hat das theoretische Wissen von den Fahrzeugen, das technische Knowhow, die Original BMW Teile und die erforderliche Infrastruktur, um das alles systematisch miteinander zu verknüpfen. Seit Herbst 2010 werden über Service und Restaurierungsleistungen hinaus Klassiker im Topzustand vom BMW Classic Center verkauft.

So unterschiedlich die Fahrzeuge sind, so unterschiedlich sind auch die Herausforderungen. Einfach sind sie selten: Der Besitzer des 3.0 CSi wünscht sich beispielsweise für sein 1970er Jahre Coupé ein Automatikgetriebe als Ersatz für das ursprünglich eingebaute Schaltgetriebe. Weil es diese Kombination nie zu kaufen gab, mussten die freien Werkstätten vor diesem Anliegen kapitulieren. Anders das BMW Classic Center: Versuchsweise hatte BMW im Februar 1972 zwei der Hochleistungscoupés mit Automatikgetriebe ausgerüstet. Über das Prototypenstadium kam diese Variante nie hinaus. Dank des schnellen und unbeschränkten Zugangs der BMW Restaurateure zu den Unterlagen des Konzernarchivs können sie diese Variante nachbauen – völlig originalgetreu. Doch das wird Zeit kosten, denn manche Komponenten müssen eigens dafür angefertigt werden.

Wie bei Neufahrzeugen werden die verschiedenen Arbeiten auch von den jeweils spezialisierten Geschäftsbereichen vorgenommen. Bei BMW Classic geschieht dies vornehmlich

Datum	Medien-Information
Datum	7. April 2011
Thema	Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.
Seite	3

im Werksverbund der BMW Group. Um mechanische und elektrische Komponenten kümmern sich die Fachleute in München. Die Karosseriearbeiten bis hin zur Lackierung übernimmt das BMW Werk in Dingolfing, Motorsport-Fahrzeuge gehen in die direkt an die BMW Motorsport GmbH und bei BMW M Fahrzeugen kommen die Spezialisten der M GmbH mit ins Boot.

Die Kapazität des Classic Centers ist begrenzt. Um die steigende Nachfrage zu bewältigen, rief BMW Classic das Projekt „Kundenwerkstatt“ ins Leben mit dem Ziel der Dezentralisierung der neuen Angebote. Die ersten Partner sind bereits an Bord: 2009 startete das BMW Classic Center seine erste Kooperation in der Schweiz. Schon seit längerem registrierte die BMW Niederlassung in Zürich-Dielsdorf eine wachsende Zahl von BMW Klassikern in ihrem Einzugsgebiet und als Konsequenz daraus eine verstärkte Nachfrage nach professionellem Service für die Fahrzeuge. Danach folgte die BMW Niederlassung Düsseldorf, die den Titel BMW Classic Center NRW führt und einen großen Bestand an BMW Klassikern in der Region betreut. In 2010 kamen weitere nationale Kooperationspartner hinzu: die BMW Niederlassungen Hannover, Hamburg und Nürnberg sowie in München die BMW Automag. Darüber hinaus gelang es im Mutterland der klassischen Fahrzeuge, in Großbritannien, einen geeigneten Partner zu finden: die BMW Niederlassung Parklaneservice in London, die seit 2010 mit „BMW Classic at BMW Parklane“ firmiert.

Das Projekt „Kundenwerkstatt“ wird schrittweise auf andere Regionen in Deutschland sowie auf weitere Länder mit großem Old- und Youngtimer-Potenzial ausgeweitet. Allein der BMW Car Club of America hat mehr als 70.000 Mitglieder, die BMW Motorcycle Owners of America rund 50.000, die seriösen Schätzungen zufolge jeweils zwischen drei und vier Fahrzeugen ihr eigen nennen. BMW Classic will den Interessen dieser großen Kundengruppe gezielt entgegenkommen.

### **Teileversorgung: Schwerpunkt Nachkriegs-Klassiker.**

Seit Jahrzehnten existiert für Rolls-Royce, MINI und BMW ein reger Teileservice. Während bei den beiden britischen Traditionsmarken die Wünsche der Kunden vorwiegend von unabhängigen Anbietern erfüllt werden, ist für die Marke die BMW Classic seit Jahrzehnten der erste Ansprechpartner, wenn es um Original Ersatzteile geht. Dabei wird das Angebot an Original BMW Teilen für klassische Fahrzeuge immer weiter ausgebaut. Rund 40.000 Komponenten umfasst der Fundus derzeit - ganz überwiegend Teile für die Klassiker, die nach 1948 auf die Straßen kamen. Beginnend mit der BMW R 24 wird die Teileliste immer

	Medien-Information
Datum	7. April 2011
Thema	Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.
Seite	4
	vollständiger, je jünger das Modell ist. Dieses Einzylinder-Motorrad war das erste BMW Fahrzeug nach Kriegsende, mit dem die Serienproduktion wieder aufgenommen wurde. Der jüngste Spross aus der BMW Serienfertigung, den die Experten der BMW Group Classic unter ihre Fittiche genommen haben, ist die dritte Generation der 5er Reihe, die bis 1995 vom Band lief. Durch intensive Kontakte mit Markenclubs, Fahrern der BMW Klassiker und Marktbeobachtung wissen die Experten, wo der größte Bedarf besteht.

In der Regel geht die Verantwortung für die Teileversorgung bei Motorrädern 20 Jahre nach deren Produktionsende und bei Automobilen volumenabhängig nach Auslauf einer Modellreihe an BMW Classic über. Der einfachste Teil ist dabei der Umzug der noch vorhandenen Komponenten: Sie bleiben physisch im zentralen BMW Dynamic Center Dingolfing liegen und werden lediglich organisatorisch an BMW Group Classic übertragen. Damit verbunden ist aber auch die Zuständigkeit für die Werkzeuge und Produktionsmaschinen, mit denen die Teile hergestellt wurden. Und die Entscheidung über deren Zukunft muss gut überlegt sein: Mit dem Verschrotten von Produktionsmitteln endet die Möglichkeit, die entsprechenden Teile im Originalzustand ohne weiteres nachfertigen zu können. Das betrifft im Übrigen nicht nur die Werkzeuge, mit denen die von BMW selbst gefertigten Teile hergestellt wurden; auch beim Schicksal von wichtigen Produktionseinrichtungen bei Zulieferern haben die Experten von BMW Classic ein Wort mitzureden.

Ganz oben auf der Prioritätenliste der erhaltenswerten Produktionseinrichtungen stehen dabei Presswerkzeuge für die Karosserie und hochkomplexe Formen für modellspezifische Komponenten. Alles, was von den Werkzeugen noch für eine Nachfertigung relevant ist, wird eingelagert.

### **Fahrzeugexpertise: Echtheitszertifikat aus erster Hand.**

BMW ist einer der wenigen Hersteller, der für klassische BMW Automobile und Motorräder umfangreiche und detaillierte Fahrzeugexpertisen anbietet. Die Fahrzeugexpertise gibt Auskunft über Originalität und Zustand des Klassikers. Oftmals sind Modifikationen, die bei Reparaturen oder Restaurierungen im Laufe der Jahre entstanden sind, nur schwer zu erkennen. BMW Classic hat die Kompetenz, historische BMW Automobile und Motorräder auf ihre Originalität zu überprüfen. Für die Erstellung einer BMW Fahrzeugexpertise arbeiten die Experten des BMW Classic Centers eng mit den Kollegen aus dem BMW Group Archiv zusammen. Dort können oftmals wichtige Eckdaten einer Fahrzeughistorie rekonstruiert werden. Die BMW Fahrzeugexpertise ist ein wichtiges Instrument, um den Markt-

	Medien-Information
Datum	7. April 2011
Thema	Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.
Seite	5

wert eines klassischen BMW richtig einzuschätzen. Sie gibt dem Auftraggeber Sicherheit über den Wert seines Besitzes und dient als seriöse Verhandlungsgrundlage bei Kauf oder Verkauf.

## **Boxenstopp beim Profi: Die BMW Group Classic Motorsportabteilung**

Der Rennsport mit historischen Fahrzeugen erlebt einen ungebremsten Boom. Mehr und mehr Wettbewerbe ziehen Teilnehmer und Publikum magisch an. So gut wie immer mit dabei: Ein oder mehrere BMW und Mini. Damit diese einsatzbereit bleiben hat BMW Group Classic 2010 eigens eine Motorsport-Abteilung gegründet. Sie bietet für die Rennwagen-Klassiker den gleichen umfassenden Service an, wie ihn BMW Classic bereits für Straßenfahrzeuge offeriert.

Ihre Hauptkunden sehen die Spezialisten unter den Eignern von Rennern der 1960er, 1970er und 1980er Jahre: Wer so ein Hochleistungsauto besitzt, will es auch fahren. Je nach Veranstaltung entwickeln die Fahrer einen Ehrgeiz, der kaum hinter dem der Piloten aus der aktiven Zeit der Klassiker nachsteht. Und wie damals kann bei Renn-Belastung auch einmal etwas ausfallen oder zu Bruch gehen. Ersatz in Form von Teilen von geeigneter Qualität zu beschaffen, ist bei den hochgezüchteten Rennfahrzeugen nicht ganz einfach. Dabei wollen die Spezialisten von BMW Group Classic Motorsport behilflich sein, was bis zur Nachfertigung spezieller Komponenten gehen kann. Sind Schäden oder Verschleiß umfangreicher an den Fahrzeugen, bietet BMW Group Classic auch Wartung, Reparatur oder Wiederaufbau an.

## **Demonstration: Wiederaufbau Mini Cooper S und BMW 1602.**

Als Demonstrationsobjekte bauten die Spezialisten zwei Wettbewerbsfahrzeuge auf. Zum einen Mini Cooper S Mark 1 Baujahr 1964, der für Rundstreckenrennen eingesetzt werden kann. Und zum anderen einen BMW 1602 Tourenwagen aus den 70ern. Beide entstanden von Grund auf, also von der Rohkarosse aus, neu. Während der Mini zum Wettbewerbsfahrzeug umgebaut wurde, hat der 1602 bereits eine Rennvergangenheit. BMW Group Classic kommt mit der Motorsport-Abteilung der wachsenden Nachfrage nach kompetentem und originalgetreuem Service für die Motorsport-Klassiker entgegen. Kein Wunder, denn viele der einstigen Stars der Renn- und Rallyepisten haben überlebt und werden heute noch aktiv eingesetzt. Sie stammen überwiegend aus der Zeit zwischen

	Medien-Information
Datum	7. April 2011
Thema	Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.
Seite	6

1960 und 1990 - drei Jahrzehnte, in denen BMW und Mini den Motorsport entscheidend mit prägten.

### **Historie hautnah erleben: Das BMW Museum.**

Im Mittelpunkt des 2008 neu gestalteten BMW Museums stehen 125 Originalexponate in 25 Ausstellungsbereichen. Entwicklungslinien zeigen die Dynamik und Innovationskraft der Marke BMW in ihrer über 90-jährigen Geschichte. Die Ausstellungskonzeption setzt den Schwerpunkt nicht auf die Historie als abgeschlossene Chronologie, sondern entwickelt Themen in Form von Entwicklungslinien, die in der Vergangenheit beginnen, in die Gegenwart führen und Prognosen erlauben. Medien und Inszenierungen zeigen diese Entwicklungslinien auf und machen sie sinnlich erlebbar.

Das innenarchitektonische Konzept des Museums basiert auf einem dynamisch in den Raum greifenden, schwerelos wirkenden Rampensystem. Es verbindet 25 Ausstellungsbereiche aus sieben übergreifenden Themenblöcken. Dadurch erhält der Besucher immer wieder einen vertiefenden Einblick zu einem bestimmten Thema. Auf diesem Rampensystem bewegt sich der Besucher wie auf einer Straße vorwärts. Sie führt ihn durch Zeit und Raum, bietet Platz für raumübergreifende Inszenierungen und weist den Weg zu den einzelnen Ausstellungen. Er zwingt jedoch niemanden, sich nach einer bestimmten Reihenfolge zu richten, sondern lässt den Besuchern die Möglichkeit, ihren individuellen Weg durch das Museum selbst zu gestalten.

### **Ein Kilometer horizontales und vertikales Museumserlebnis.**

Der Rundgang durch das Museum ist etwa einen Kilometer lang. Er beginnt im Flachbau, in dem sich die Dauerausstellungen befinden, und endet im obersten Rund der weltbekannten „Museumsschüssel“. Hier werden in mehrmonatigen Wechselausstellungen interessante Themen zu aktuellen Fragen der Zeit, vor allem der Kultur behandelt.

Die zeitlos moderne Architektur der Schüssel mit ihren fünf schwebenden Plattformen bietet ein faszinierendes Raum- und Ausstellungserlebnis, vielerlei Informationen und ergänzt die Dauerausstellung um eine attraktive Bühne temporärer Bespielungsmöglichkeiten.

Medien-Information  
Datum 7. April 2011  
Thema Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.  
Seite 7

Bereits im Foyer begegnet der Besucher den knapp 13 Meter hohen Fassaden des „BMW Platzes“. Diese sind mit satinierten Glasscheiben bestückt. Dahinter kommt eine LED-Technik mit über 1,7 Millionen Leuchtdioden zum Einsatz, die diesen zentralen Platz in helles Licht taucht. Außerdem erscheinen auf 706 m<sup>2</sup> Fassadenfläche ausgewählte Filmsequenzen und Bilder, die sich thematisch auf die BMW typische „Freude am Fahren“ beziehen und wie ein überdimensionales Inhaltsverzeichnis für das gesamte Museum wirken.

Den übergeordneten Themen Gestaltung, Technik, Baureihen, Unternehmensgeschichte, Motorsport, Motorradgeschichte und Marke sind jeweils eigene Häuser gewidmet. Die Häuser wiederum bestehen aus mehreren Räumen auf unterschiedlichen Ebenen, die verschiedene Aspekte eines Themas beleuchten. So ist beispielsweise das „Haus der Technik“ aufgeteilt in die Räume „Motoren“, „Leichtbau“ und „Aerodynamik“. Jedes Haus besitzt eine eigene Identität, die durch ein eigenes gestalterisches Erscheinungsbild zusätzlich hervorgehoben wird.

### **Persönliche Zeitreise mit Stilikonen.**

Die Entwicklungslinien der Marke und des Unternehmens werden durch die stilprägenden Fahrzeuge, die BMW in den letzten 90 Jahren gebaut hat, anschaulich demonstriert. Zu den großen Publikumslieblingen zählen unter anderem die Isetta, der BMW 2002, das Motorrad R32, der BMW 328 oder der 507, aber auch das Rekordfahrzeug H2R. Automobile, Motorräder, Rennfahrzeuge, Motoren und Bauteile demonstrieren die Produktvielfalt, Kontinuität und Innovationskraft der Marke.

Für diejenigen, die einen vertiefenden Einblick in die Entwicklungslinien von BMW gewinnen wollen, empfiehlt sich eine Führung. Diese dauert circa 1 1/2 Stunden und kann bei geschlossenen Gruppen je nach Interessenschwerpunkten auch verkürzt werden. Die maximale Teilnehmerzahl beträgt immer 20 Personen. Geschlossene Gruppen können für fünf bis 20 Personen Exklusivführungen buchen.

Die selbstführend angelegte Ausstellungskonzeption ermöglicht den Besuchern auch ohne Führung die Gestaltungsbereiche des Museums idealtypisch zu erleben. Der Cicerone-Dienst steht während des Museumsbesuchs als Ansprechpartner zur Verfügung. Und wer zwischendurch Kraft tanken will, wird im Café M1 des BMW Museums bestens versorgt.

Medien-Information  
Datum 7. April 2011  
Thema Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.  
Seite 8

### **Junior Museum – Ein Ort der Kultur, der Begegnung und ein Ort des Lernens.**

Die aktive Auseinandersetzung mit ausgewählten Exponaten des BMW Museums steht auch im Mittelpunkt des museumspädagogischen Angebots für Kindergruppen von sechs bis 13 Jahren und Jugendgruppen ab 14 Jahren. Durch die Betrachtung der Ausstellungsgegenstände unter verschiedenen Gesichtspunkten werden mehrere bildungsrelevante Wissensbereiche wie Technik, Geschichte und Design berührt. An den einstündigen Museumsrundgang in Form einer dialogischen Führung, deren Inhalte den Vorkenntnissen und Interessen der Teilnehmer angepasst sind, schließt sich ein gestalterisch-praktisches Arbeiten in der Kreativ-Werkstatt des BMW Museums an. Im neuen Museumsworkshop „Ungewöhnliche Perspektiven“ dreht sich im Kreativteil alles um die Detailfotografie. Nachwuchsfotografen im Alter von 14 bis 18 Jahre dürfen mit Digitalkameras auf Museumstour gehen.

### **Konzentriertes Wissen eines Jahrhunderts: Das BMW Group Archiv.**

Das BMW Group Archiv steht als Kompetenzzentrum für alle Fragen der Unternehmens-, Marken- und Produktgeschichte zur Verfügung. Kernaufgabe ist die systematische Sammlung, Präsentation und wissenschaftliche Auswertung aller Dokumente, die für die Unternehmensgeschichte von Bedeutung sind.

Unterlagen, wie Handbücher Prospekte oder Ersatzteillisten, zu allen je gefertigten Produkten, bilden zusammen mit einem umfassenden Aktenbestand den Schwerpunkt des Archivguts. Hinzu kommt ein Bestand von rund 200.000 Fotos sowie rund 5.000 Filme, die im Historischen Medienarchiv professionell verwaltet werden. Mit rund 4.000 Büchern und 1.000 Zeitschriften verfügt das BMW Group Archiv zudem über einen umfassenden Literaturbestand aus den Jahren 1891 bis heute. In der Archivbibliothek werden Fachbücher und Zeitschriften zur Wirtschafts-, Technik- und Mobilitätsgeschichte sowie BMW Werkszeitschriften und Kundenmagazine aufbewahrt. Die gesamte Literatur kann online in der Archiv-Datenbank recherchiert werden. Rund 4.000 Dokumente wie alle BMW Geschäftsberichte, Mitarbeiterzeitungen, frühe Kundenmagazine sowie ausgewählte Druckschriften zu den Produkten sind darüber hinaus digitalisiert und online für jedermann unter <http://www.bmw-grouparchiv.de/> abrufbar.

Medien-Information  
Datum 7. April 2011  
Thema Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.  
Seite 9

Das BMW Group Archiv bietet aber auch einen individuellen Service an. Interessenten, die zur Produkt- und Unternehmensgeschichte der BMW Group recherchieren, finden bei einem Besuch vor Ort nicht nur die wichtigsten Unterlagen, sondern auch kompetente Beratung vor. Auch die Bibliotheksbestände können im Leseraum eingesehen werden. Für Besucher ist das BMW Group Archiv nach vorheriger Anmeldung geöffnet.

Besitzer klassischer Fahrzeuge erhalten vom Archiv nicht nur Auskunft über die Ursprünge ihres Fahrzeugs. An Hand der Auslieferungsunterlagen, die bis ins Jahr 1923 zurückreichen, lässt sich die Entstehung nahezu jedes bisher gebauten BMW Automobils und Motorrades nachvollziehen. Beliebt bei Fahrzeugsammlern sind der Herstellernachweis und das Zertifikat, das diese Informationen ansprechend aufbereitet in einer Schmuckurkunde festhält. Hilfreich sind auch Nachdrucke von Original-Betriebsanleitungen von Fahrzeugen der Vorkriegsgeschichte bis hin zu Autos und Motorrädern aus den 1970er-Jahren. Zusätzlich besitzt das BMW Group Archiv Restexemplare originaler Betriebsanleitungen und Prospekte von Automobilen der 1950er bis 1990er Jahre. Im Online-Shop können original Betriebsanleitungen, Nachdrucke, Filme, diverse Print-Produkte und Accessoires bestellt werden.

## **Kommunikation und Veranstaltungen.**

Zu den reizvollsten Aufgaben von BMW Group Classic gehört es, die Faszination historischer Automobile und Motorräder in alle Welt zu tragen. Ein wesentlicher Arbeitsschwerpunkt ist daher die Kommunikation in all ihren Facetten. Zu den wichtigsten Partnern zählen die rund 640 Markenclubs mit über 200.000 Mitgliedern weltweit. Rein rechnerisch besitzt jedes von ihnen einen BMW aus vergangenen Jahrzehnten – die Anzahl der historischen Autos mit dem weißblauen Markenzeichen beläuft sich ebenfalls auf mindestens 200.000 – die Dunkelziffer ist hoch. Dazu kommen noch circa 70.000 Motorräder mit Klassiker-Status, was in etwa bedeutet, dass jede zehnte bis in die 1980er Jahre gebaute BMW-Maschine heute noch fährt. Und mit jedem Jahr steigt die Zahl der BMW-Klassiker deutlich an. So zählen die auflagenstarken 3er, 5er und 7er der ersten Generationen bereits zu den Youngtimern.

Medien-Information  
Datum 7. April 2011  
Thema Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.  
Seite 10

BMW Group Classic pflegt nicht nur intensive individuelle Kontakte zu Clubs, Besitzern und Interessenten, sondern gibt auch zwei Mal im Jahr die Zeitschrift BMW Classic Life heraus, ergänzt durch Sonderhefte zu bestimmten Themenschwerpunkten. Dazu kommen verschiedene Buchprojekte. So sind bereits zahlreiche Werke über Fahrzeuge, Motoren, Firmengeschichte oder auch das BMW Hochhaus – im Volksmund „Vierzylinder“ genannt – erschienen. Als permanent aktualisierte und jederzeit abrufbare Informationsquelle dient darüber hinaus der online-Dienst von BMW Group Classic, erreichbar unter der Adresse [bmw-classic.de](http://bmw-classic.de).

Die Techno Classica im April 2010 war der Startschuss für die erfolgreiche Kampagne „Freude hört nie auf“. Auf Plakaten, in Anzeigen und mit Filmclips warb BMW für seine Automobile und Motorräder der 1970er und 1980er Jahre. Im Rahmen einer viralen Filmserie zeigte BMW dazu unterhaltsam und kurzweilig die Alltagstauglichkeit des legendären BMW 3.0 CSi auf einer fünftägigen Reise von München nach Marseille.

Ziel der Kampagne war/ist es, die BMW Youngtimer einer jungen, Style bewussten Zielgruppe als interessante Alternative zu präsentieren sowie das Leistungsspektrum des neuen BMW Classic Centers rund um die Restauration von BMW Old- und Youngtimer in den Vordergrund zu stellen.

Ein hervorragendes und intensiv genutztes Medium der Kommunikation sind Veranstaltungen aller Art. Auf Rallyes, Rennen, Ausstellungen, Messen und BMW Clubveranstaltungen rund um die Welt trifft man auf klassische BMW Automobile und Motorräder. BMW Group Classic tritt als Organisator, Sponsor und Teilnehmer auf. Eine der bekanntesten ist der alljährliche Concorso d'Eleganza Villa d'Este, der traditionsreichste Schönheitswettbewerb für Automobile auf der Welt. An dieser Show am Comer See beteiligt sich BMW Classic nicht nur aktiv, sondern hat auch seit Jahren die Schirmherrschaft übernommen.

Ebenfalls schon seit vielen Jahren startet BMW Group Classic mit Fahrzeugen aus der Sammlung bei historischen Rennen und Rallyes. So nahm ein Mini Cooper S von 1969 mit Rauno Aaltonen am Steuer bei der Rallye Monte Carlo Historique aus Anlass des 100. Geburtstages der weltberühmten Rallye teil. Traditionell fahren BMW-Klassiker auch bei der alljährlichen Mille Miglia mit, allen voran die vor 70 Jahren siegreichen BMW 328. In England gehören die Autos und Motorräder von BMW Group Classic zum festen Bestandteil des Goodwood Festival of Speed – die Liste lässt sich beliebig fortsetzen.

Medien-Information  
Datum 7. April 2011  
Thema Vergangenheit mit Zukunft: Die BMW Group Classic 2011.  
Seite 11

Mit der Wiedereröffnung des BMW Museums entstand ein Veranstaltungsort mit einzigartigem Ambiente. BMW Group Classic lädt hier als Gastgeber einerseits zu Konzertreihen ein. Andererseits bieten verschiedene Räumlichkeiten des BMW Museums einen stimmungsvollen und unverwechselbaren Rahmen für Fremdveranstaltungen unterschiedlichster Art. Die Kapazität der Räume reicht von Kleingruppen im Café M1 bis zum BMW Platz mit bis zu 340 Personen. Individuelle Expertenführungen durch das Haus machen die Events im Umfeld der Originalexponate zu einem kulturellen Ereignis.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

**Michael Ebner**  
**BMW Group**  
**Konzernkommunikation und Politik**  
**Leiter Kommunikation Österreich**

**BMW Austria GmbH**  
Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg  
Tel.: +43 662 8383 9100

**BMW Motoren GmbH**  
Hinterbergerstrasse 2, 4400 Steyr  
Tel: +43 7252 888 2345  
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

❖ ❖ ❖

### **Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 24 Produktionsstätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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. Entsprechend ist die BMW Group seit sechs Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.