

Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk München

Inhaltsverzeichnis:

1. BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.3

1.1 BMW Welt als Markenerlebnisraum – das Herz der Marken.	4
1.1.1 Erlebnis BMW Group – „Wir bewegen Menschen.“	5
1.1.2 Markenerlebnis BMW – „Freude am Fahren“	6
1.1.3 Markenerlebnis BMW i – „Born electric“	7
1.1.4 Markenerlebnis BMW M – „Der stärkste Buchstabe der Welt.“ 8	
1.1.5 Markenerlebnis BMW Individual – „Die exklusivste Art, BMW zu fahren.“	8
1.1.6 Markenerlebnis MINI – „Be MINI“	9
1.1.7 Markenerlebnis Rolls-Royce – „Strive for perfection in everything you do.“	10
1.1.8 Markenerlebnis BMW Motorrad – „Unstoppable“	11
1.1.9 Markenerlebnis Husqvarna Motorcycles – „Cross the Limit!“ ..	12
1.2 Automobilabholung in der BMW Welt.	15
1.2.1 Die Automobilabholung Schritt für Schritt.	16
1.2.2 Hinter den Kulissen der Automobilabholung.	17
1.3 Junior Campus – Freude am Er-Fahren.	19
1.3.1 Junior Campus Portal: viel Spaß für Entdecker.	20
1.3.2 Junior Campus Labor: Experimentierfeld für Forscher.	20
1.3.3 Junior Campus Werkstatt: Freiraum für Konstrukteure.	20
1.4 Veranstaltungen in der BMW Welt – das BMW Welt Event Forum.	21
1.4.1 Eventlocations.	22
1.4.2 Eventservices.	23
1.5 Gastronomie in der BMW Welt.	24
1.6 Die Architektur der BMW Welt.	26

2. BMW Museum – Geschichte erleben. 27

2.1 Museumsarchitektur.	29
2.2 Das Ausstellungskonzept.	30
2.2.1 Die Dauerausstellung.	30
2.2.2 Die Wechselausstellungen.	33
2.2.3 Die Sonderausstellungen.	34
2.2.4 Die mediale Inszenierung im BMW Museum.	34

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 2

2.3 Veranstaltungen und Events.	35
2.4 Kunst- und Kulturkooperationen.	36
2.5 Das Junior Museum. Aktives Lernen im und mit dem BMW Museum.	38

3. BMW Werk. Leidenschaft für Technik. 40

3.1 Premium-Produktion für Premium-Produkte.	42
3.2 Der Mitarbeiter als Garant für den Erfolg.	46
3.3 Die Historie des BMW Werks München.	47
3.4 Die neue BMW Werksführung.	48
3.5 Aktuelle Produktion.	48

Factsheet BMW Welt. 50

Factsheet BMW Museum 52

Factsheet BMW Werk München. 54

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 3

1. BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.

Die BMW Welt ist weit mehr als nur ein Auslieferungszentrum. Als Markenerlebnisraum direkt neben dem bekannten „Vierzylinder“, dem Hauptsitz der BMW Group, lädt die BMW Welt dazu ein, tief in das Unternehmen einzutauchen.

Mit über 2,3 Millionen Besuchern im Jahr 2011 ist die BMW Welt die beliebteste Sehenswürdigkeit Bayerns und durfte im Juli 2012 bereits den zehnmillionsten Gast seit Eröffnung willkommen heißen. Des Weiteren tauchten im vergangenen Jahr über 165.000 oft von weit her angereiste Einzelpersonen im Rahmen von mehr als 21.000 Führungen in die Welt von BMW ein. Doch nicht nur erwachsene Automobilfans kommen in der BMW Welt auf ihre Kosten: Über 85.000 Kinder und Jugendliche nahmen seit der Eröffnung an den BMW Welt Junior Programmen teil oder feierten einen der 1.250 Kindergeburtstage im Junior Campus. Seit ihrer Eröffnung im Oktober 2007 bricht die BMW Welt jedes Jahr Rekord um Rekord und gilt weltweit als Maßstab für erlebnisorientierte Markenwelten. Ihre Architektur ist berühmt und vielfach ausgezeichnet.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 4

1.1 BMW Welt als Markenerlebnisraum – das Herz der Marken.

Seit Oktober 2012 beheimatet die BMW Welt alle Marken der BMW Group – BMW, MINI und Rolls-Royce sowie BMW Motorrad, Husqvarna und die Submarken BMW M und BMW i. Jede Marke empfängt den Besucher in einem eigenen Markenerlebnisbereich, der das Wesen der jeweiligen Marke klar zum Ausdruck bringt. Auch die BMW Group als Unternehmen tritt erstmals mit eigenem Erlebnisbereich auf. Die Gestaltung der unterschiedlichen Bereiche leitet sich aus den individuellen Markenidentitäten, der jeweiligen Corporate Identity, ab. Darüber hinaus eröffnen interaktive Exponate zahlreiche Berührungspunkte und geben jedem Besucher die Möglichkeit, die Marken aktiv zu erleben.

Die in der BMW Welt ausgestellten Fahrzeuge können ebenfalls aktiv erlebt werden. Ob BMW, MINI, BMW Motorrad, Husqvarna und sogar Rolls-Royce – die Fahrzeuge stehen offen und können vom Fahrersitz aus mit allen Sinnen erfahren werden. Bei weiterführenden Fragen steht der sogenannte Product Genius, ein hoch qualifizierter, mit technischem Wissen ausgestatteter Mitarbeiter der BMW Welt, jederzeit Rede und Antwort und gibt von Mensch zu Mensch vertiefende Informationen zu Fahrzeug und Technologien. Wer kurzfristig das Fahrgefühl eines BMW auf der Straße erleben möchte, der kann bei BMW on-Demand sein Traumfahrzeug auch stundenweise mieten. Vom BMW 1er bis hin zum BMW M3 Coupé oder BMW 6er Cabrio stehen zahlreiche faszinierende BMW Modelle zur Verfügung. Abgerundet wird das besondere Markenerlebnis in der BMW Welt auch durch ein neues Veranstaltungskonzept, bei dem die unterschiedlichen Marken zu eigenen Events einladen. Die Events orientieren sich an den Werten der Marken und richten sich klar an die Zielgruppe der jeweiligen Marke, wie beispielsweise der BMW Jazz Award oder das MINI Clubbing.

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 5

1.1.1 Erlebnis BMW Group – „Wir bewegen Menschen.“

Noch vor dem südlichen Eingang in die BMW Welt, im sogenannten Doppelkegel, präsentiert sich die BMW Group. In freundlicher, offener Atmosphäre lädt sie jeden Besucher ein, entspannt zu verweilen und mehr über das Unternehmen zu erfahren. Die BMW Group ist weltweit einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern und zählt zu den größten Industrieunternehmen in Deutschland. Das Unternehmen verfügt heute mit BMW, MINI und Rolls-Royce über drei der stärksten Premiummarken in der Automobilbranche. Die Fahrzeuge der BMW Group setzen höchste Standards hinsichtlich Ästhetik, Dynamik, Technik und Qualität und belegen damit die Technologie- und Innovationsführerschaft des Unternehmens. Neben einer starken Marktposition im Motorradgeschäft mit den Marken BMW und Husqvarna ist das Unternehmen auch im Geschäft mit Finanzdienstleistungen erfolgreich. Anspruch der BMW Group ist es, die Mobilität der Zukunft zu gestalten. Den Weg dorthin sieht die BMW Group in der konsequenten Ausrichtung auf nachhaltige Mobilität mit Premiumanspruch. Damit begeistert sie schon heute weltweit mehr Menschen als je zuvor. Im Doppelkegel der BMW Welt gibt die BMW Group dem Besucher Einblicke, mit welchen Themen sich das Unternehmen beschäftigt.

Beim Auftritt der BMW Group im Doppelkegel der BMW Welt stehen bewusst nicht die Produkte im Vordergrund, sondern die Menschen dahinter. Mithilfe sogenannter Avatare trifft der Besucher im und um den Doppelkegel herum immer wieder auf Menschen, die für die BMW Group arbeiten und ihr Tun näherbringen. Avatare sind originalgetreue Abbilder von Mitarbeitern in digitaler oder fotografischer Form, die mit den Gästen in Dialog treten. Als global agierendes Unternehmen ist die BMW Group sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung sehr bewusst und engagiert sich daher in unterschiedlichsten Bereichen und Regionen der Welt. Ein Globus mit einem Durchmesser von 3,5 Metern zeigt in der Mitte des Raumes diese weltweiten Engagements und gibt dem Besucher darüber hinaus auf einen Blick Informationen über die Produktions- und Vertriebsstandorte in aller Welt. Vertiefende Informationen zu wichtigen Unternehmensthemen sind im Untergeschoss zu finden. Dort kann sich der Gast in Themenwürfeln spielerisch zu nachhaltigem Wirtschaften, Zukunftsmaterialien und Prozessinnovationen, Gesundheit und Unternehmenshistorie informieren.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 6

Der Doppelkegel ist der optimale Raum für die BMW Group, denn Botschaft und architektonische Funktion ergänzen sich hier hervorragend: So wie die BMW Group das Dach der Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und Husqvarna bildet, trägt der Doppelkegel als architektonisches Gebilde die aufwendige Dachkonstruktion der BMW Welt, in der die vier Marken beheimatet sind. Zudem ist der Doppelkegel eine wichtige Veranstaltungsfläche. Als Heimat der BMW Group bietet er auch inhaltlich Raum für viele Veranstaltungen, die hier sowohl markenspezifisch als auch markenübergreifend stattfinden können.

1.1.2 Markenerlebnis BMW – „Freude am Fahren“

Seit jeher steht die Marke BMW für ein dynamisches Fahrerlebnis und wegweisende Innovationen – im Design ebenso wie in technischen Lösungen. Heute ist BMW der weltweit führende Hersteller von Premiumautomobilen und Anbieter von Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität. Bereits seit über 90 Jahren baut BMW faszinierende Automobile. Mit Leidenschaft, Innovationsgeist und Ingenieurkunst hat BMW in dieser Zeit den Slogan „Freude am Fahren“ geprägt. Ein Versprechen, das die BMW Fahrzeuge in aller Welt tagtäglich einlösen und die Entwickler von BMW immer wieder neu gestalten: Intelligenter, effizienter, dynamischer. Triebfeder des Erfolgs von BMW waren und sind bis heute Innovationen. So ist die Marke heute nicht nur mit BMW EfficientDynamics Innovationsführer bei effizienten und dynamischen Antrieben, sondern setzt mit BMW ConnectedDrive Maßstäbe bei der intelligenten Vernetzung von Fahrer, Fahrzeug und Umwelt.

Auf der sprichwörtlich gewordenen Freude am Fahren fußt auch das Ausstellungskonzept der Marke BMW in der BMW Welt. State-of-the-Art-Präsentationsformen inszenieren Design und Technik der Fahrzeuge, während die Exponate dem Besucher gleich dreifach Fahrfreude vermitteln: Durch Designexponate kann er Fahrfreude sehen, interaktive Exponate lassen den Besucher Fahrfreude aktiv „erfahren“ und Technikexponate lassen ihn Fahrfreude verstehen.

Zusammen mit den beiden Submarken BMW M und BMW i nimmt die Marke BMW die gesamte Achse vom Eingang Süd bis zum Eingang Nord ein. Klare Formen, hochwertige Materialien und helle Farben bestimmen den modernen BMW Markenauftritt. Die

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 7

Fahrzeuge selbst, die die aktuelle BMW Produktpalette repräsentieren, zeigen sich dem Besucher dynamisch in Fahrtrichtung, so wie er sie auf der Straße, in ihrem natürlichen Umfeld, auch sehen würde. Weitere technische Informationen zu den Fahrzeugen erhält der Besucher über die Informationsstelen neben den Fahrzeugen. Neben der Motorenkompetenz finden selbstverständlich auch technische Themen wie BMW EfficientDynamics und BMW ConnectedDrive im Markenauftritt von BMW ihren Platz und warten darauf, vom Besucher entdeckt zu werden.

1.1.3 Markenerlebnis BMW i – „Born electric“

Die Submarke BMW i steht für ein neues Verständnis von Premiummobilität mit einer konsequenten Ausrichtung auf Nachhaltigkeit – kurz: „next premium“. In der BMW Welt zeigt BMW i, was das konkret bedeutet. Hier erlebt der Besucher auf zwei Etagen, wie elektrisierend Fahrfreude in Zukunft sein wird und was BMW i schon heute zum Vorreiter in Sachen nachhaltige und innovative Mobilität macht: Zukunftsfähige Mobilitätskonzepte und -dienstleistungen, visionäres Design und konsequente Nachhaltigkeit über den gesamten Produktlebenszyklus.

Der Auftritt von BMW i lädt den Besucher ein, sich eingehend mit Elektromobilität und damit verbundenen Themen wie dem Laden der Batterie, unterwegs wie zu Hause, oder dem Bereich Energiegewinnung und -nutzung auseinanderzusetzen. Gleichzeitig will der Markenauftritt den Besucher für neue Formen der individuellen Mobilität im urbanen Bereich sensibilisieren und zeigen, wie intelligente Vernetzung einen positiven Betrag zur individuellen Mobilität leisten kann. Vor allem aber kann der Besucher hier Nachhaltigkeit über den gesamten Produktlebenszyklus erfassen. Von der Wahl der richtigen Materialien wie CFK oder nachwachsender Rohstoffe während der Entwicklung, der energiesparenden Produktion über das Fahrzeugleben selbst bis hin zum Recycling des Fahrzeugs und darüber hinaus erfährt der Besucher der BMW Welt hier, wie BMW i den Begriff Nachhaltigkeit konsequent lebt.

In der Gestaltung des Markenbereichs ist die Verwandtschaft zur Muttermarke klar erkennbar. Formen und Farben orientieren sich an BMW, werden aber eigenständig interpretiert – wie in den Fahrzeugen auch. Durchgängiges Element im Bereich von BMW i ist die markentypische Farbe Electric Blue. Sie ist nicht nur an den Fahrzeugen wie dem

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 8

BMW i3 Concept, BMW i8 Concept und BMW i8 Concept Spyder zu sehen, die hier abwechselnd ausgestellt sein werden. Dieses leuchtende Blau übersetzt den elektrisierenden Charakter von BMW i auch auf die gesamte Architektur. Darüber hinaus schaffen verschiedene Social-Media-Anbindungen im Markenbereich von BMW i die Verbindung zur digitalen Welt des Besuchers.

1.1.4 Markenerlebnis BMW M – „Der stärkste Buchstabe der Welt.“

Das „M“ in BMW M steht für Motorsport und das wird dem Besucher im Markenbereich von BMW M in der BMW Welt auf den ersten Blick klar. Hier erlebt er Dynamik, Performance und Automobilenthusiasmus in Reinform. Der gesamte Bereich von BMW M atmet Rennsportatmosphäre: Dunkler, rissiger Asphalt, Startampeln, Reifenstapel und die typischen Fahrbahnmarkierungen einer Rennstrecke an der Wand und auf dem Boden entführen den Besucher in eine Welt voller Faszination für Power. Im Zentrum stehen die Fahrzeuge von BMW M, angeordnet wie in der Startformation vor einem Rennen. Eine exklusive Highlightfläche ist für Sonderfahrzeuge mit Motorsporthintergrund reserviert und bringt mit wechselnden Exponaten den Besuchern das Thema Motorsport so nahe wie selten sonst. Zusätzliche Exponate um die Fahrzeuge herum zeigen die Motorenkompetenz von BMW M, die Wichtigkeit von Aerodynamik für schnelle Rundenzeiten und die erfolgreiche Rennsporthistorie von BMW M. Die Spielkonsole Forza Motorsport 4/BMW M5 Forza Cup ermöglicht dem Besucher sogar, selbst zum Rennfahrer in einem BMW M Fahrzeug zu werden.

1.1.5 Markenerlebnis BMW Individual – „Die exklusivste Art, BMW zu fahren.“

Das Angebot von BMW Individual richtet sich an Kunden, die maßgefertigte Lösungen suchen und höchste Ansprüche an ihren persönlichen BMW stellen. BMW Individual ist das Synonym für technischen Ehrgeiz und die Lust an automobiler Perfektion. Hier finden die flexible Arbeitsweise einer Manufaktur und die Ressourcen eines global agierenden Konzerns zusammen. Mit einzigartigen Produkten und Unikaten interpretiert BMW Individual die Farb- und Materialsprache der verschiedenen Modellreihen auf faszinierende Weise. Die Arbeitsweise und hohe Handwerkskunst von BMW Individual wird auch im Auftritt in der BMW Welt deutlich. Optisch abgetrennt, aber doch klar

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 9

erkennbar der BMW M GmbH zugehörig, sind für den Besucher hier die exklusivsten Farben und seltensten Materialien erlebbar, die BMW Individual Modelle auszeichnen. Luftig und offen gestaltet, lädt der BMW Individual Bereich zum Erkunden und Verweilen ein. Das exklusive Mobiliar und die hochwertigen Materialien der BMW Individual Lounge umgeben das zentrale Fahrzeugexponat auf einer runden, weißen Podestfläche. Ein interaktiver Tisch mit Touch-Oberfläche erlaubt tiefere Einblicke in die Philosophie, die Manufaktur und die Produktpalette von BMW Individual – der exklusivsten Art, BMW zu fahren.

1.1.6 Markenerlebnis MINI – „Be MINI“

Ende der 1950er-Jahre revolutioniert der geniale Konstrukteur Sir Alec Issigonis mit dem „Classic Mini“ den Automobilbau. Mit ebenso innovativen wie brillanten Lösungsansätzen vereint er in dem Fahrzeug die scheinbar widersprüchlichen Anforderungen, ein sparsames Fahrzeug mit möglichst geringen Außenmaßen zu bauen, das dennoch Platz für vier Insassen bietet und über tadellose Fahreigenschaften verfügt. Der neue MINI verbindet die klassischen Werte des Vorgängers mit den Anforderungen an ein modernes Automobil für das 21. Jahrhundert. Mit mittlerweile sieben Familienmitgliedern (MINI, MINI Cabrio, MINI Clubman, MINI Countryman, MINI Coupé, MINI Roadster, MINI Paceman) fasziniert MINI urbane Trendsetter und überrascht immer wieder aufs Neue. Das neuste Highlight, der MINI Paceman, verbindet Design mit dem MINI typischen Gokart-Feeling. Neue Technologien wie MINI Connected, die Revolution im In-Car-Infotainment, oder der erste emissionsfrei angetriebene MINI, der MINI E, zeigen: MINI ist nicht nur ein Fahrzeug – MINI ist Lebensgefühl und Ausdruck der eigenen Persönlichkeit.

So außergewöhnlich wie die Marke MINI selbst ist auch ihr Auftritt in der BMW Welt. Mit dem Betreten des MINI Bereichs wird der Besucher Teil der Marke und Teil der MINI Community. Überraschende und unkonventionelle Ideen lassen den Besucher die Marke MINI in all ihren Facetten interaktiv und spielerisch erleben. (Der gesamte Bereich ist MINI typisch schwarz gehalten, farbige „Frames“ setzen bunte Akzente.) Neun Fahrzeuge, im Mittelpunkt steht der MINI Paceman, sind hier im Kontext des starken Markenerlebnisses eingebettet. Verschiedene Markenthemen, wie das MINI International Magazin,

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 10

MINIMALISM (das Prinzip für nachhaltiges Denken und Handeln bei MINI), die Individualisierungsvielfalt der Marke und MINI Connected werden ansprechend und interaktiv inszeniert – so zeigt z. B. ein überdimensionales iPhone mit einer Simulation der MINI Connected-App dem Besucher die einzelnen Funktionen. Die MINI Lounge lädt den Besucher ein, sich wie zu Hause zu fühlen, anschließend kann er sich mit seinem eigenen Bild auf der Fotowand verewigen.

Die Submarke John Cooper Works trägt das Motorsporterbe der Marke MINI erfolgreich weiter. In einer Garagenatmosphäre erfährt der Besucher mehr über John Cooper Works und die Fahrzeuge der Submarke. Die „MINI Thrill Bench“, eine Sitzbank mit ganz besonderem Eigenleben, vermittelt dem Besucher das MINI typische „Twinkle in the Eye“, das Augenzwinkern mit positivem Überraschungseffekt, sobald er darauf Platz nimmt.

1.1.7 Markenerlebnis Rolls-Royce – „Strive for perfection in everything you do.“

Seit über 100 Jahren steht Rolls-Royce für vollendete Perfektion und stilvollen Luxus. Die Marke vereint in sich traditionelle Ingenieurkunst und innovative Technologie. So entstehen faszinierende Automobile von höchster Qualität und Zuverlässigkeit. Phantom, Ghost – jedes dieser Modelle ist eine Ikone. Bis heute gilt ein Rolls-Royce als der Inbegriff für Luxus. Getreu dem Motto des Firmengründers Henry S. Royce „Strive for perfection in everything you do“ ist jeder Rolls-Royce perfekt bis ins kleinste Detail gearbeitet, vollendet in meisterhafter Handarbeit. Die Marke Rolls-Royce ist einer über hundertjährigen Tradition verpflichtet, die besten Automobile der Welt zu bauen. Dieser Anspruch wird auch im Markenauftritt von Rolls-Royce in der BMW Welt deutlich. Der Auftritt ist edel und modern. Die hochwertige und reduzierte Kombination von fein poliertem Sandstein, hochwertigen Hölzern und schwarzem Glas interpretiert den Begriff Luxus für das 21. Jahrhundert neu. Die vielen Stunden aufwendiger Handarbeit, die in jedem Rolls-Royce stecken, werden durch Filme und Exponate sichtbar gemacht. Räumlich präsentiert sich die Marke Rolls-Royce bewusst etwas zurückgezogen, öffnet sich dabei aber in den öffentlichen Raum für die Besucher. Mit zwei Fahrzeugen wird die Marke hier hautnah erlebbar, eines davon steht für alle Besucher offen. Jeder, der

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012

Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite 11

möchte, kann hier in einem Rolls-Royce sitzen, ihn fühlen, sehen, riechen und genießen. Ein zweites Ausstellungsstück befindet sich hinter einer Glasbalustrade. Bei Bedarf öffnet ein Gastbetreuer den Zugang und begleitet das Erleben des Fahrzeugs.

1.1.8 Markenerlebnis BMW Motorrad – „Unstoppable“

Seit 1923 entwickelt BMW Motorrad faszinierende und dynamische Motorräder. Von Beginn an prägen ein Zweizylinder-Boxermotor, Kardantrieb und attraktives Design die Modelle. Über die Jahre verbreitert sich die Modellpalette über Sport- und Tourenmaschinen bis zu den Geländemaschinen der GS-Serie, die in den 1980er-Jahren die Rallye Paris–Dakar dominierten.

Heute bietet BMW Motorrad zahlreiche Modelle und Motorvarianten für nahezu jeden Einsatzbereich. Ob es bis ans Ende der Welt oder zum Training auf die Rennstrecke gehen soll, ob exklusiver Luxustourer oder agiles Urban Bike: In den fünf Kategorien „Enduro“, „Tour“, „Urban Mobility“, „Sport“ und „Roadster“ von BMW Motorrad findet jeder sein Modell.

Innovative Fahrzeugtechnik, das hervorragende Design und die zuverlässige Technologie machen BMW Motorräder dabei gleichzeitig zu Vorreitern innerhalb der Motorradwelt. Mit digitaler Motorelektronik, geregeltem Katalysator und ABS für alle Modelle nehmen BMW Motorräder auch bei Themen wie Umweltschutz und Sicherheit die Spitzenposition ein. Durch den Anspruch der Entwickler, mit individuellen, innovativen Produkten Maßstäbe zu setzen, kann jeder Besitzer eines BMW Motorrads die besondere Freude am Fahren auch auf zwei Rädern genießen. Die Vielfalt der Modelle und deren Qualitäten erlebt der Besucher der BMW Welt im Markenauftritt von BMW Motorrad hautnah.

Unterteilt in die Fahrerlebniswelten von BMW Motorrad „Sport“, „Tour“, „Roadster“, „Enduro“ und „Urban Mobility“ erwarten die Motorräder den Besucher in Kurvenaufstellung, ihrem natürlichen Umfeld. Sie machen Lust auf die nächste Reise auf zwei Rädern. Neben den Motorrädern zeigen Exponate die große Innovationskraft von BMW Motorrad, die Motorradfahren nicht nur sicherer, sondern auch schöner macht. Als integraler Teil der BMW Group beschäftigt sich BMW Motorrad mit den Fragen der individuellen Einspur-Mobilität und den Kundenbedürfnissen der Zukunft. Mit der Facette

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 12

„Urban Mobility“ erweitert BMW Motorrad in diesem Zusammenhang das Produktportfolio. Mit zwei Premium-fahrzeugen im Maxi-Scooter-Segment, der BMW C 600 Sport und der BMW C 650 GT, vereint BMW Motorrad die herausragenden Fahreigenschaften eines Motorrads mit der spezifischen Agilität und dem konzeptionellen Komfort eines Scooters zu einem neuartigen und dynamischen Fahrerlebnis.

Im Fokus der Ausstellung steht das Erlebnis der Marke BMW Motorrad. Sowohl Fans als auch Neulingen wird die Tür zur Welt von BMW Motorrad geöffnet. Im Eingangsbereich findet der Gast umfassende Informationen zur aktuellen Produktpalette, zu den unterschiedlichen Motorrad Events wie beispielsweise den BMW Motorrad Days, und zur BMW Motorrad Community. Ausgestellte Bikes, Produktfilme und eine Highlightfläche für besondere Themen runden das Erlebnis ab. Das Gefühl eines „Wheely“ auf einer S 1000RR kann der Besucher auf dem Wheely Exponat erleben.

Wer Motorrad fährt, kennt das Gefühl, zu einer großen Familie Gleichgesinnter zu gehören, die alle die Leidenschaft Motorrad fahren teilen. Mit der Biker's Lodge bietet BMW Motorrad innerhalb der BMW Welt eine Plattform für diese einzigartige Community vom Endurofahrer bis zum Motorsportfanatiker, aber auch Einsteiger kommen auf ihr Kosten: In der Biker's Lodge kann man sich in gemütlichem Ambiente über Reisen, Routen und Touren austauschen und in zweirädrigen Erlebnissen schwelgen. Für das leibliche Wohl sorgen hier der Café- und Barbetrieb der Biker's Lodge.

1.1.9 Markenerlebnis Husqvarna Motorcycles – „Cross the Limit!“

Husqvarna Motorcycles brachte bereits 1903 sein erstes Motorrad auf den Markt und ist damit wie BMW Motorrad eines der weltweit traditionsreichsten Motorradunternehmen. Das ursprünglich in Schweden beheimatete Unternehmen ist seit Oktober 2007 Teil der BMW Group und bereichert das Produktportfolio auf zwei Rädern um leichte, sportliche und geländegängige Motorräder. Schon in den 1960er-Jahren entwickelt Husqvarna die ersten kompromisslosen Offroad-Motorräder. Diese Maschinen strahlten eine besondere Faszination aus und revolutionierten die Motocross-Bewegung in den USA. Heute zählt Husqvarna Motorcycles zu den führenden Anbietern von sportlichen Offroad-

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012

Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite 13

Motorrädern. Gleichzeitig blickt das Unternehmen auf eine erfolgreiche Motorsporttradition zurück: Mehr als 80 internationale Offroad-Rennerfolge, darunter Europa- und Weltmeistertitel, begleiten die Firmengeschichte seit den 1960er-Jahren. Die jahrzehntelange Erfahrung aus unzähligen Rennen und die zahllosen Kilometer auf unwegsamen Teststrecken tragen alle Husqvarna Modelle – ob Enduro, Motocross, Supermoto, Street oder Dual Purpose – in sich.

Husqvarna Motorcycles ist die jüngste Marke der BMW Group. Sie will Grenzen überwinden und sucht stets aufs Neue den „Thrill“, den Nervenkitzel. Genau das zeigt auch der Markenauftritt von Husqvarna Motorcycles in der BMW Welt. Der Slogan „Cross the Limit!“ steht wie ein Graffito an der Wand und die Inszenierung der Marke scheint die Grenzen der Schwerkraft zu überwinden: Ein Motorrad hängt schwerelos über den Köpfen der Besucher und auch für den roten Husqvarna Container, der über dem gesamten Markenauftritt im oberen Stockwerk der BMW Welt sitzt, scheinen die Gesetze der Schwerkraft nicht zu gelten.

Seit Jahrzehnten ist Husqvarna Motorcycles tonangebend in zahlreichen Offroad-Motorsportdisziplinen, ihre Motorräder gelten als Maßstab in der Szene. In der letzten Zeit weitete Husqvarna Motorcycles die Produktpalette immer mehr in Richtung Straße aus, weshalb beide Bereiche im Markenauftritt von Husqvarna entsprechend inszeniert sind. Anhand des Untergrunds kann der Besucher sofort erkennen, in welchem Bereich der Produktpalette er sich befindet: Die Offroad-Maschinen stehen auf einer Schotterpiste, die Straßenmaschinen daneben, jedoch auf Asphalt.

Die Marke erzählt in der BMW Welt viele Geschichten: An der Heritage-Wand erfährt der Besucher mehr über ihre erfolgreiche Tradition, im „Race Rebels Territory“ sieht er, wie die jungen Wilden von heute im Motorsport daran anknüpfen. Die Original-Dakar-Maschine von 2012 und das Weltmeisterfahrzeug von Juha Salminen sind auch in der Ausstellung zu sehen. Hinter der Marke stehen echte Champions mit Leidenschaft, seit es sie gibt. Beispielsweise ist auch Steve McQueen auf einem Cover der Zeitschrift Sports Illustrated aus dem Jahr 1971 mit einer Husqvarna 400 in der Ausstellung zu sehen. Die Fahrzeuge geben einen Blick in die Gegenwart der Marke, während eine große rote „Tool Box“ mit Schubladen wie in großen Werkstätten dazu einlädt, eine Reise



Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 14

in die bewegte Vergangenheit der Marke zu unternehmen und nachzuvollziehen, wie Husqvarna Motorcycles seit jeher Grenzen verschoben und überschritten hat. Die Ausstellung wurde beim Automotive Brand Contest 2012 als „Winner“ ausgezeichnet.

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012

Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite 15

1.2 Automobilabholung in der BMW Welt.

Besonderes Highlight für viele, oft von weit her angereiste BMW Kunden und Fans ist die Abholung ihres eigenen Neuwagens in der BMW Welt. Die Abholung des Neufahrzeugs ist das Herzstück der BMW Welt. Die ganze Architektur ist dafür konzipiert und erdacht, den Erstkontakt mit dem Fahrzeug als unvergessliches Erlebnis in besonderer Atmosphäre zu gestalten. Täglich finden hier zwischen 80 und 120, in Spitzenzeiten bis zu 160 Abholungen statt.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 16

1.2.1 Die Automobilabholung Schritt für Schritt.

Inzwischen wurden in der BMW Welt mehr als 76.000 Autos an ihre Eigentümer übergeben. 10 % der Fahrzeugabholer haben bereits mehrere Fahrzeuge in der BMW Welt übernommen. Auch 2011 konnte die BMW Welt bei der Automobilauslieferung wachsende Zahlen verbuchen. Über 18.000 Kunden holten im vergangenen Jahr ihren Neuwagen in der BMW Welt ab – das sind 18 % mehr als im Jahr 2010. Knapp 2.000 Abholern war dieses Erlebnis sogar die Anreise aus den Vereinigten Staaten wert. Die meisten, ca. 80 % der Abholer, kommen aus Deutschland. Für die Kunden soll der Tag in der BMW Welt zu einem unvergesslichen Erlebnis werden. Buchung und Planung der Automobilübergabe finden daher in enger Abstimmung mit dem zuständigen BMW Händler statt, gleichgültig, wo und wann ein BMW gekauft wird: Bereits zum Zeitpunkt der Bestellung kann ein genauer Termin für die Abholung in München vereinbart werden. Nach der Ankunft in der BMW Welt gelangen die Kunden über einen exklusiven Lift zum Check-in in der Premiumlounge, wo ein persönlicher Betreuer den Tag bei der BMW Group individuell zusammenstellt. Dieser Bereich ist ausschließlich für die Abholer reserviert. Die Kunden haben dort die Möglichkeit, sich zu erfrischen, und können Getränke und kleine Gerichte in einer gepflegten, ruhigen Atmosphäre genießen. Auf Wunsch können die Abholer auch eine Werksführung oder einen Museumsbesuch buchen und so die Geschichte der Marke und die Entstehung ihres neuen BMW besser kennenlernen.

Noch vor der eigentlichen Fahrzeugübergabe erfahren die Kunden im Produkt Info Center Einzelheiten über die Entstehungsgeschichte ihres Automobils, über die Marke BMW und über technische Eigenschaften ihres neuen Fahrzeuges. In der auf das bestellte Fahrzeug abgestimmten Erklärung berücksichtigt der Betreuer den Kenntnisstand des Kunden und seine Vorerfahrungen. Zahlreiche Simulationen ermöglichen hier, besondere technische Ausstattungen in entspannter Atmosphäre auszuprobieren.

Als Höhepunkt der Abholung führt der persönliche Betreuer die Kunden über die große Freitreppe zur sogenannten Premiere, der zentralen Ausstellungsfläche in der BMW Welt zur Präsentation der abzuholenden Fahrzeuge. 20 drehbare Fahrzeugplattformen lassen die Besucher die Fahrzeuge hier aus allen Blickwinkeln erleben. Nun können die Kunden

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 17

ihr Neufahrzeug zum ersten Mal hautnah erleben. Der Betreuer erklärt ihnen jetzt direkt am Fahrzeug die Funktionen. Ein Fotograf macht auf Wunsch noch ein Erinnerungsfoto. Den krönenden Abschluss bildet dann die erste Fahrt auf der Premierenstraße, die direkt in den Münchener Straßenverkehr führt. Bei der Ausfahrt erschließen sich den Kunden noch einmal atemberaubende Perspektiven der BMW Welt.

1.2.2 Hinter den Kulissen der Automobilabholung.

Bevor ein Kunde sein Fahrzeug in Empfang nehmen kann, durchläuft das Fahrzeug eine minutiös geplante Choreografie. Sie beginnt mit der Ankunft in der BMW Welt, einen Tag vor der Abholung. Morgens beginnend fährt jede halbe Stunde ein Fahrzeugtransporter aus den verschiedenen Werken und Distributionszentren mit acht Fahrzeugen in den „Ladehof“, das Tiefgeschoss der BMW Welt, hinein. Hier werden die LKWs entladen und verlassen das Gebäude wieder im Nordosten, gleich neben der Einfahrt zum Parkhaus der BMW Welt, um Stau zu vermeiden. Zudem steuert ein Zentraldisponent die Anfahrten mithilfe einer Webcam exakt so, dass jede halbe Stunde ein LKW einfahren kann.

Nach dem Entladen und dem Entfernen des Transportschutzes werden die Fahrzeuge zur Übergabe vorbereitet. In der Waschstraße werden sie zunächst schonend gereinigt und auf sechs Finish-Plätzen hinter der Waschstraße dann vollständig getrocknet. Die Mitarbeiter reinigen die Fenster, den Innenraum und die Felgen und bringen das Fahrzeug auf Hochglanz. Dadurch entgeht den Prüfern bei der abschließenden optischen Prüfung nicht das geringste Detail.

Weiter geht es auf einer von sieben Hebebühnen. Dort nimmt ein Mechaniker eine technische Prüfung des Fahrzeugs vor. Bis jetzt hat sich das Fahrzeug im sogenannten Transportmodus befunden: Bis jetzt funktioniert im Fahrzeug nichts außer dem Motor. Daher „weckt“ ein Mitarbeiter es mithilfe eines Computertesters auf und führt eine technische Endkontrolle durch, bei der er alle Steuergeräte auf ordnungsgemäße Funktion überprüft. Alle Einstellungen am Fahrzeug werden auf „Null“ gestellt, bevor er dann noch die Federbeinblockierung entfernt.

Jetzt sind es nur noch wenige Stunden bis zur tatsächlichen Auslieferung an den Kunden. Die Zeit bis dahin verbringt das Fahrzeug im Tagesspeicher. Der Tagesspeicher

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 18

ist ein fast 100 Meter langes, voll automatisiertes Hochregallager mit vier Etagen und 284 Stellplätzen. Zwei Regalfahrzeuge übernehmen selbstständig die Ein- und Auslagerung der Neufahrzeuge auf speziellen Paletten. Um die Brandgefahr so gering wie möglich zu halten, ist der Sauerstoffgehalt der Luft im Tagesspeicher künstlich abgesenkt und entspricht damit etwa der Luft in ca. 4.000 Meter Höhe.

Bevor das Fahrzeug am nächsten Tag schließlich mit einem gläsernen Aufzug auf die Premiere gebracht wird, montieren Mitarbeiter noch die Nummernschilder, nehmen individuelle Einstellungen vor und führen einen abschließenden Qualitätscheck durch. Insgesamt geht ein Auto im Verlauf dieses Prozesses durch die sorgfältigen Hände von etwa zehn besonders ausgebildeten Mitarbeitern. Somit ist alles perfekt für den großen Augenblick der Fahrzeugübernahme.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 19

1.3 Junior Campus – Freude am Er-Fahren.

Kinder und Jugendliche spielen eine zentrale Rolle für die Zukunft der Gesellschaft. Daher engagiert sich die BMW Group in diesem Bereich mit einer Vielzahl von Initiativen und Angeboten für Bildung an ihren Standorten. Eines dieser Angebote ist der Junior Campus in der BMW Welt. In Zusammenarbeit mit führenden Wissenschaftlern und Experten aus verschiedenen pädagogischen Bereichen entwickelt lernen Fünf- bis 13-Jährige dort auf 460 Quadratmetern spielerisch die Welt der Mobilität unter dem Nachhaltigkeitsaspekt kennen. Der Junior Campus will die Neugierde der jungen Besucher herausfordern und sie für Technik und Mobilität begeistern. Das pädagogische Konzept dahinter basiert auf den drei Säulen „entdecken“, „vertiefen“ und „gemeinsam gestalten“. Es spiegelt sich in den drei Erlebnisräumen „Campus Portal“, „Campus Lab“ und „Campus Werkstatt“ wider. Die Inhalte sind jeweils an die altersspezifischen Bedürfnisse und Fähigkeiten angepasst.

Den Eingangsbereich des Junior Campus dürfen auch Erwachsene betreten. Die weiteren Räume sind ein Reich allein für Kinder. Dort finden besondere Workshops von 70 Minuten bis 3 1/2 Stunden statt, in der Mittagszeit ist das Labor im EG offen für alle Kinder. Einmal täglich gibt es außerdem die sogenannte Mobilitätstour, bei der die Kinder eine Entdeckungsreise durch die BMW Welt machen.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 20

1.3.1 Junior Campus Portal: viel Spaß für Entdecker.

Das Junior Campus Portal eröffnet den jungen Besuchern der BMW Welt einen Einstieg in ein faszinierendes Universum, in dem sie selbst beispielsweise zum Ingenieur oder zum Automobildesigner werden können. Die Attraktion im Junior Campus Portal ist die große gläserne Kugelbahn: Auf verschlungenen Wegen, durch Kurven, Loopings und Geraden bringen die Kinder und Jugendlichen von sieben bis 13 Jahren die Kugel mit Geschick ins Ziel. Welchen Weg sie nimmt, können sie an vier Stationen selbst beeinflussen.

1.3.2 Junior Campus Labor: Experimentierfeld für Forscher.

Im Junior Campus Labor tauchen die Besucher des Junior Campus, begleitet von pädagogisch geschultem Personal, anhand verschiedener Fokusthemen wie z. B. „Antrieb und Sicherheit“ noch tiefer in das Thema Mobilität ein. Hier ist richtige Forschungsarbeit gefragt. Zehn Exponate verdeutlichen, wie man Explosionskraft lenkt und in Bewegung verwandelt und mit welchen Energien man heute und in Zukunft Fahrzeuge antreibt. Kurze Filmsequenzen vertiefen das Wissen rund um das Thema Mobilität. Im spannenden Team-Quiz können die Teilnehmer anschließend ihr Wissen in den Themenbereichen Energie, Umwelt, Antrieb und Sicherheit oder Verkehr unter Beweis stellen.

1.3.3 Junior Campus Werkstatt: Freiraum für Konstrukteure.

Jeder stellt sich das perfekte Fahrzeug anders vor: geräumig, sportlich, wendig - als Cabrio oder als Geländewagen. Ein Konstrukteur muss diese verschiedenen Wünsche kennen und beim Automobilbau berücksichtigen. In der Junior Campus Werkstatt können die jungen Ingenieure selbst ein Fahrzeug gestalten und ihre eigene Fantasie mit einbringen. Die Kinder wählen den Motor, bestimmen das Design, entwickeln das Fahrwerk und bauen dann mit ihrem Team auf der Fertigungsstraße das Fahrzeug zusammen. Die schönsten und besten Stücke werden schließlich auf der Förderstraße des Junior Campus ausgestellt.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 21

1.4 Veranstaltungen in der BMW Welt – das BMW Welt Event Forum.

Die BMW Welt ist Gastgeber von jährlich über 50 unterschiedlichen öffentlichen Veranstaltungen. Je nach Marke widmen sich die Veranstaltungen unterschiedlichen Themenbereichen. Die BMW Group, BMW, MINI oder Rolls-Royce sind Gastgeber von Veranstaltungen in der BMW Welt. Von Clubbing-Veranstaltungen über Poetry-Slams und Autorenlesungen, vom Improvisationstheater bis hin zu den Sonntagsmatineen und dem Finale des renommierten BMW Welt Jazz Awards u. v. m. 3.500 begeisterte Gäste feierten beispielsweise den Jahreswechsel in der BMW Welt bei der Silvestergala „Nacht der Farben“ und begrüßten das Jahr 2012 entweder bei einem exklusiven Dinner im Rahmen der Silvestergala oder bei musikalischer Unterhaltung bis zum Morgengrauen in einer der beiden Partylocations. Tägliche Sonderaktionen, wie Fahrten mit einer BMW Isetta oder ein Stuntfahrer auf einer Husqvarna, machen auch einen Spontanbesuch in der BMW Welt zu einem unvergesslichen Erlebnis.

Darüber hinaus verfügt die BMW Welt über ein Eventforum mit modernster Technik für eigene wie externe Veranstaltungen jeder Art. Konzerte, Filmpremieren, Ausstellungen, Empfänge, Konferenzen und Seminare finden ebenso statt wie eigeninitiierte Veranstaltungen. Zusätzlich stehen ein umfassendes Paket an Eventdienstleistungen und die umfassende Betreuung durch ein professionelles Projektmanagement zur Verfügung. Einen weitreichenden Blick hinter die Kulissen erhalten die Veranstaltungsgäste beispielsweise bei Führungen durch die BMW Welt, das BMW Museum und das BMW Werk. Programme der BMW Driving Experience vermitteln die typische Freude am Fahren. Wie beliebt die BMW Welt mit ihrer hervorragenden Infrastruktur als Location für externe Veranstalter ist, zeigen die ca. 350 Gastveranstaltungen pro Jahr.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 22

1.4.1 Eventlocations.

Im Event Forum wurden exklusive Räumlichkeiten für kulturelle und geschäftliche Events geschaffen. Ob Produktpräsentation, Pressekonferenz, Round Tables oder Seminare – das vielseitige Raumangebot der BMW Welt schafft den passenden Rahmen für Events aller Art.

Doppelkegel. Der Doppelkegel besticht durch seine außergewöhnliche Architektur und stimmungsvolle Beleuchtungsmöglichkeiten. Galaempfang, Festbankett oder Vernissage, rund 400 Gäste erleben hier einen besonderen Event.

Auditorium. Das vielseitige Auditorium ist das Herzstück des BMW Welt Event Forums. Die flexible Raumtopografie und modernste technische Ausstattung ermöglichen auf 945 Quadratmetern eine Vielzahl unterschiedlicher Veranstaltungen für bis zu 700 Personen. Der Boden des Auditoriums ist in Segmente gegliedert, die sich einzeln anheben und absenken lassen, wodurch der Raum verwandelt werden kann – je nach Einstellung der einzelnen Bodensegmente etwa in einen ebenen Kongress- oder Bankettsaal, einen Bühnenraum für Liveauftritte, eine Ausstellungslandschaft oder ein Kino mit Sitzstufen. Ein versenkbares Hubtor bildet die Rückwand des Auditoriums und verbindet es mit dem vorgelagerten Foyer, das auf einer Fläche von 450 Quadratmetern ausreichend Raum für stimmungsvolle Empfänge oder Catering oder Ausstellungen bietet.

Business Club. Im 100 Quadratmeter großen Business Club erwartet die Gäste eine exklusive Atmosphäre. Ob Round Table auf Premiumniveau oder exklusives Kamingespräch, Produktpräsentation oder Pressekonferenz vor ausgewählten Journalisten – hier lässt sich entspannt und konzentriert arbeiten. Zwei vollflächig verglaste Seitenwände gewähren freien Ausblick auf die Plaza der BMW Welt und auf den Olympia Park Nord.

Business Center. Mit zwei Tagungsräumen bietet das Business Center die idealen Bedingungen für Konferenzen mit großer Teilnehmerzahl oder für Seminare in kleinerer Runde. Die Tagungsräume sind flexibel und funktional eingerichtet und können bei

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 23

Bedarf in zwei kleinere Räume geteilt werden. Das Business Center Foyer ist zentraler Anlaufpunkt und Ruhepunkt zugleich. Das bequeme Loungemobiliar bietet Platz für kurze Pausen zwischen zwei Seminaren oder einen kleinen Snack zwischendurch.

Innen- und Außenterrasse. Die Terrassen des Event Forums der BMW Welt bieten sich an für außergewöhnliche Caterings, aber auch Empfänge, Galadinner, After-Work-Veranstaltungen und zwanglose Get-togethers. Mit 200 bzw. 300 Quadratmetern finden hier 110 bzw. 130 Personen Platz bei einem Stehempfang. In Bankettbestuhlung fasst die Innenterrasse 90 Personen, auf der Außenterrasse finden bei gutem Wetter 100 Personen Platz.

1.4.2 Eventservices.

Neben der passenden Location sorgt die BMW Welt mit ihren Eventservices auf Wunsch auch für den reibungslosen Ablauf der Veranstaltung. Erfahrene Projektmanager begleiten die Veranstaltungsplanung in der BMW Welt auf Wunsch von Beginn an und steuern alle erforderlichen Eventservices. Zur Rundumbetreuung der Kunden gehören selbstverständlich auch entsprechende Personaldienstleistungen. Vom Hostessenservice bis zu Garderobieren umsorgt kompetentes Personal die Gäste zu jeder Zeit. Versierte Techniker planen individuell, gemäß den Anforderungen, das erforderliche technische Equipment und sorgen für einen reibungslosen technischen Ablauf während der Veranstaltung. Der Sanitätsdienst sorgt im Notfall für schnelle Hilfe und ein geschulter Sicherheitsdienst sichert die Veranstaltungsflächen.

Datum Presse-Information
17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 24

1.5 Gastronomie in der BMW Welt.

Auch Kenner kulinarischer Genüsse erleben in der BMW Welt besondere Gaumenfreuden. Seit Oktober 2012 besteht die neue Gastronomiepartnerschaft von Feinkost Käfer und der BMW Welt. Dazu wurde von Käfer ein maßgeschneidertes Gastronomiekonzept entwickelt, das den unterschiedlichen Besuchergruppen Rechnung trägt. Für die Fahrzeugabholer, Münchener Familien, Besucher aus aller Welt bis hin zu anspruchsvollen Gourmets bieten die verschiedenen gastronomischen Einheiten ein vielfältiges Angebot für jeden Geschmack.

Das Bistro im Erdgeschoss nahe dem Nordeingang der BMW Welt ist die gastronomische Anlaufstelle für alle Zielgruppen der BMW Welt. Besucher wie Mitarbeiter erwartet hier ein abwechslungsreiches Angebot an Snacks zu jeder Tageszeit und kulinarischen Mitbringeln. Die Karte setzt auf eine breite Auswahl, die von Getränken über Frühstück, frische, saisonale Mittagsgerichte bis hin zu Kaffee und Kuchen alles anbietet.

Die Biker's Lodge ist der richtige Ort für eine Kaffeepause. In dem gemütlichen Café serviert Käfer seine berühmten Fruchttartes und andere Kuchenspezialitäten aus der hauseigenen Confiserie. Ergänzt wird das süße Angebot durch pikante Pit-Stop-Schmankerl aus Bayern, dem Elsass und der Toskana.

Im Restaurant Bavarie treffen sich die typisch französische Brasserie und feinste bayerische Regionalität. Hier erwarten den Gast international inspirierte und beliebte Speisen aus nachhaltig produzierten, regionalen Zutaten. Sehr viel Wert wurde bei der Konzeption der Bavarie auf das Thema Nachhaltigkeit gelegt, das sich durch alle Aspekte des Restaurants zieht.

Das Gourmet Restaurant ist das Reich von Spitzenkoch Bobby Bräuer. In luxuriöser Gemütlichkeit bietet die klassisch französische Küche Bobby Bräuers in seiner ganz eigenen Interpretation ein exquisites Geschmackserlebnis. Erstklassiger Service, eine exzellente Weinberatung und das sehr hochwertig gestaltete Ambiente machen das



Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012

Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite 25

Gourmet Restaurant zu einem stilvollen Ziel für Gourmets aus München und über die Grenzen der Stadt hinaus. Auch hier ist die Speisekarte geprägt vom Zusammenspiel von Internationalität und Regionalität. Das Gourmet Restaurant öffnet im Februar 2013.

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 26

1.6 Die Architektur der BMW Welt.

Seit ihrer Eröffnung zählt die BMW Welt zu den ersten Werken einer neuen Generation von Kommunikationsbauten des 21. Jahrhunderts: wegweisend, identitätsprägend und unverwechselbar. Entsprechend komplex und herausfordernd waren die Anforderungen an die Architektur der BMW Welt. 2001 wurde ein Architekturwettbewerb international ausgeschrieben, an dem sich 275 der weltbesten Architekten beteiligten. Der Entwurf des Wiener Architekten Wolf D. Prix, eines der Gründer und Inhaber des Büros COOP HIMMELB(L)AU, erfüllte die Anforderungen von BMW am besten. Wolf D. Prix war unter anderem Schüler von Karl Schwanzer, dem Architekten des Ensembles aus Vierzyylinder und BMW Museum. Es ist kein Zufall, dass Bauherr und Architekt für eine Reihe interessanter Sichtverbindungen zwischen der BMW Welt und dem Vierzyylinder gesorgt haben.

Architektur der Bewegung.

Von der Grundsteinlegung im Juli 2004 an nimmt Wolf D. Prix' Idee einer riesigen begehbaren Wolke, die sich aus einem Wirbelwind aus Stahl und Glas heraus entwickelt, auf 25.000 Quadratmetern Gestalt an. Sein Entwurf wirkt wie eine dynamische Momentaufnahme einer auf ihrem Höhepunkt eingefrorenen Bewegung. Ein Wirbelwind, der schon von Weitem signalisiert, worum es in seinem Inneren geht – um Dynamik und Mobilität. Die Realisierung der ausdrucksstarken Architektur der BMW Welt wurde vor allem durch den enormen technischen Fortschritt möglich.

Der Doppelkegel, wie der Wirbelwind auch genannt wird, ist architektonisches Wahrzeichen und kommunikativer Höhepunkt der BMW Welt. Mit einem Durchmesser von 45 Metern oben und 35 Metern unten geht er in das scheinbar frei schwebende Dach über und ist einer der Auflager der Dachkonstruktion. Seine Grundform entspricht der eines symmetrischen Doppelkegels. Durch eine Rückwärtsneigung seiner Mittelachse und die innere Verdrehung, die ihm die Optik eines Wirbelwindes verleiht, wird die Symmetrie eines Doppelkegels jedoch aufgehoben. Die Folge: Kein einziges Bauteil gleicht dem anderen. Jede Glasscheibe an der Fassade, jedes Stahlprofil, das verbaut wurde, ist ein Unikat.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 27

Höchste Präzision bis in jedes Detail.

Rund ein Viertel der insgesamt 4.000 Tonnen Stahl, die beim Bau der BMW Welt verwendet wurden, befinden sich im Doppelkegel. Davon ist jedes einzelne Teil mithilfe einer individuellen Schablone angefertigt. Die hierfür nötige Präzision entspricht eher der Entwicklung eines Automobilprototyps als der auf einer Großbaustelle: Einzelne Bauteile durften maximal 2 Millimeter von den Vorgaben abweichen.

Das sich aus dem Doppelkegel entwickelnde Dach der BMW Welt ruht auf lediglich elf sichtbaren, filigranen Betonstützen – und scheint für den Betrachter fast schwerelos zu schweben. Die besondere Dachkonstruktion aus einer oberen und einer unteren Trägerrostlage, die durch Diagonalstäbe miteinander gekoppelt sind, ermöglicht Spannweiten von bis zu 80 Metern. Verkleidet wurde das Dach mit über 5.000 Lochblechen aus Edelstahl. Wegen der Asymmetrie des Daches wurde jedes Blech als Einzelstück gefertigt. 3.000 Tonnen wiegt die 16.000 Quadratmeter überspannende Dachkonstruktion und wirkt dabei leicht und filigran. In der Konstruktion der Decke wurde bewusst mit Volumina gespielt, um den Eindruck einer Wolkenlandschaft entstehen zu lassen. Die Raumhöhe variiert zwischen 8 und 20 Metern.

Die „Haut“ der BMW Welt besteht aus einer 14.500 Quadratmeter großen Glasfläche. Einzelne Scheiben sind bis zu 5 x 2 Meter groß, fast 50 Millimeter dick und bis zu 800 Kilogramm schwer. Zieht man Innen- und Außenseite in Betracht, hat die BMW Welt eine Glasoberfläche von beinahe 30.000 Quadratmetern. Bei den Blechen an der Fassade wurde darauf geachtet, sie so hochwertig zu verarbeiten, dass sie den Ansprüchen eines Karosseriebauers genügen. Manche davon sind nämlich zweifach oder sogar dreifach in sich gekrümmt.

2. BMW Museum – Geschichte erleben.

Das BMW Museum macht über 90 Jahre automobiler Faszination, Innovation, Dynamik und Freude am Fahren erlebbar. In seinen Ausstellungen beantwortet das Museum viele Fragen zur Unternehmens-, Marken- und Produktgeschichte

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 28

von BMW. Dazu spannt es einen Bogen von den Anfängen über die Gegenwart bis in die Zukunft und vermittelt dem Museumsbesucher dabei ein umfassendes Bild von der Innovationskraft der Marke BMW. Das Gesamtkonzept kommt an: Im Jahr 2011 verbuchte das BMW Museum mit mehr als 480.000 Gästen einen neuen Besucherrekord. Damit zählt es zu den beliebtesten Museen Münchens. Das BMW Museum ist eines der ersten Automobilmuseen Deutschlands. 1973 wurde es in unmittelbarer Nähe zum Herzen des Unternehmens, dem BMW Hochhaus, gebaut. Seither ist das Unternehmen weltweit stetig gewachsen und hat seine Marken- und Produktpalette kontinuierlich erweitert. Im Jahr 2008 wurde das Museum daher neu konzipiert und räumlich vergrößert. Seither präsentiert es auf einer 5.000 Quadratmeter großen Ausstellungsfläche wichtige Meilensteine der über 90-jährigen Unternehmensgeschichte. Hier nehmen zahlreiche Exponate, darunter wertvolle Automobile, Motorräder und Motoren, den Besucher mit auf die Reise durch die Geschichte der Marke BMW. Geschichte versteht das BMW Museum dabei nicht als eine abgeschlossene Episode der Vergangenheit, sondern als eine sich dynamisch entwickelnde Lebenslinie. Sie ist für vieles, was die Marke BMW heute tut, die solide Basis und oft visionäre Richtung zugleich. Sowohl die inhaltliche als auch die architektonische Gestaltung des BMW Museums gründen auf dieser Maxime.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 29

2.1 Museumsarchitektur.

BMW präsentiert seine Geschichte in einem Gebäude, das von seiner dynamischen, städtischen Umgebung geprägt ist. Zwischen BMW Hochhaus, BMW Welt und BMW Werk liegt das Museum in direkter Nähe zum Olympiapark: Hier treffen Straßen und Wege aufeinander, Brücken überspannen Tunnel, Plätze und Kreuzungen bilden ein Netzwerk für Menschen in Bewegung. Das BMW Museum greift dieses urbane Bild als Prinzip auf: „Straßen und Plätze im umbauten Raum“, so hatte BMW das Konzept des Wiener Architekten Karl Schwanzer im Jahr 1973 erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Seit 2008 erweitern nun auch „Brücken und Häuser“ das architektonische Konzept, das sich heute über die fünffache Fläche des ursprünglichen Museums erstreckt.

Damit gibt die Museumsarchitektur der Marke BMW Raum und verleiht ihr gleichzeitig eine physische Gestalt. Sie schafft einen Rahmen, in dem sich die Themen der Ausstellungen optimal entfalten können. Moderne Fassaden im Äußeren, ungewöhnliche Blickachsen im Inneren, asphaltierte Böden und aufsteigende, dynamisch verlaufende Wege durch die Ausstellungsbereiche schaffen eine belebte, urbane Situation. Die Museumsarchitektur führt das Thema Mobilität im Inneren weiter und gibt der Marke BMW ein authentisches Zuhause.

Im Inneren des Museums bestimmt ein System aus Rampen das Ausstellungskonzept. Es entwickelt sich dynamisch in den Raum und wirkt dabei nahezu schwerelos. Es verbindet verschiedene Ebenen und auch das ursprüngliche mit dem neuen Museumsgebäude. Folgt man diesem System, führt es den Besucher durch unterschiedliche Themenbereiche und zu allen Ausstellungen. Der Besucher kann den angebotenen Weg des Rampensystems gehen oder selbstständig die einzelnen Ausstellungsbereiche erkunden.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 30

2.2 Das Ausstellungskonzept.

Im BMW Museum erwarten die Besucher zwei Ausstellungsbereiche: Im neu hinzugewonnenen Flachbau befindet sich die Dauerausstellung: Auf 4.000 Quadratmetern illustrieren hier unter anderem 125 Originalexponate der letzten 90 Jahre die Entwicklung der Marke und des Unternehmens. In der „Museumsschüssel“, dem ursprünglichen BMW Museum, sind auf 1.000 Quadratmetern wechselnde Ausstellungen untergebracht. Ein Rundgang durch die insgesamt 25 Ausstellungsbereiche ist ungefähr 1 Kilometer lang und dauert etwa anderthalb bis zwei Stunden.

2.2.1 Die Dauerausstellung.

Die Dauerausstellung ist das Kernstück des BMW Museums. Beim Gang durch die Dauerausstellung erlebt der Besucher eine Vielzahl an Exponaten in einer abwechslungsreichen, modernen Inszenierung. Automobile, Motorräder, Rennfahrzeuge und Motoren lassen ihn die Produktvielfalt, Kontinuität und Innovationskraft der Marke erleben. Durch die interaktive Ausrichtung der Ausstellung tritt BMW in direkten Dialog mit dem Besucher und lädt dazu ein, sich intensiver mit der Marke zu beschäftigen.

Die Dauerausstellung im BMW Museum ist bewusst nicht chronologisch aufgebaut. Vielmehr werden hier Themen in Form von Entwicklungslinien dargestellt, die den Besucher themenspezifisch von der Vergangenheit in die Zukunft führen. Insgesamt gibt es sieben dieser Bereiche – „Themenhäuser“ genannt –, die sich über zwei bis drei Ebenen erstrecken. Die Räume eines Themenhauses beleuchten jeweils verschiedene Aspekte eines speziellen Themenkomplexes. In den Themenhäusern „Gestaltung“, „Unternehmensgeschichte“, „Motorradgeschichte“, „Technik“, „Motorsport“, „Baureihen“ und „Die Marke BMW“ können die Besucher ihr Wissen über Marke und Unternehmen aus einer Vielzahl von Perspektiven heraus ergänzen. Jedes Themenhaus besitzt ein individuelles Erscheinungsbild, das die unterschiedlichen Facetten der Marke BMW noch stärker zur Geltung bringt.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 31

Haus der Gestaltung.

Die vom BMW Museum angebotene Besuchertour startet mit einem Blick in die Zukunft im Themenhaus der Gestaltung. Hier gibt der Raum „Inspiration. Ideen im Fluss“ den Werten der Marke BMW eine Form: skulptural und auf wenige Statements konzentriert. Als Herzstück dieses Bereiches übersetzt die „Kinetische Skulptur“ mit über 700 Stahlkugeln den Prozess der Formfindung im Design metaphorisch in den Raum. Weiterhin wird im Haus der Gestaltung der Designprozess dargestellt. Von der ersten Inspiration über den Arbeitsprozess der Designer im Raum „Atelier. Design im Dialog“ bis hin zu den Stilikonen von BMW im Raum „Schatzkammer. Erbe als Inspiration“ taucht der Besucher tief in das Wesen von BMW Design ein.

Haus des Unternehmens.

Weiter auf dem Parcours durch die Themen gelangt man zum Haus des Unternehmens. Im Raum „Erste Schritte. Womit alles anfang“ berichtet die Ausstellung von den Anfängen des Unternehmens in der Flugmotorenproduktion 1917, vom Bau des ersten Motorrads 1923 oder auch vom Kauf der Fahrzeugfabrik Eisenach im Jahr 1928, der den Einstieg von BMW in den Automobilbau markiert. Damit werden die wichtigsten Stationen der anfänglichen Entwicklung anschaulich dargestellt. Im Raum „Aspekte. Denken und Handeln“ erhält der Besucher Einblicke in die Unternehmenskultur von BMW. Der Schwerpunkt liegt hierbei deutlich auf den Menschen, die die Marke zu dem gemacht haben, was sie heute ist.

Haus des Motorrads.

Das Haus des Motorrads erzählt von der Entwicklung des Motorradbaus bei BMW. Sie beginnt mit der Produktion von Motoren für verschiedene Hersteller. BMW Motorrad brachte zahlreiche Innovationen zur Serienreife, wie die ersten Zylinderköpfe aus Leichtmetall oder die erste hydraulisch gedämpfte Teleskopgabel. Die Innovationen werden an den unterschiedlichen Exponaten grafisch deutlich hervorgehoben, sodass

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 32

der Besucher die Ingenieurkunst, die auch die Geschichte des Motorradbaus bei BMW prägt, sofort erkennen kann.

Haus der Technik.

Im Haus der Technik befindet sich der Raum „Leichtbau. Weniger ist mehr“. Wachsende Ansprüche im Automobil- und Motorradbau lösten in den letzten Jahrzehnten eine Gewichtsspirale aus. Der Raum zeigt, wie BMW ihr bis heute durch Konstruktions-, Technologie- und Materialleichtbau erfolgreich entgegenwirkt. Der zweite Raum im Haus der Technik, „Motoren. Der Name verpflichtet“, widmet sich der Kernkompetenz von BMW, dem Motorenbau. Hier liegt der Schwerpunkt auf den Innovationen und der großen Entwicklungsleistung, die BMW auf diesem Gebiet weltweit führend macht. Besonderes im Fokus steht der für BMW so typische Reihen-Sechszylindermotor. Der Raum „Aerodynamik. Vom Wind geformt“ erinnert an einen Windkanal. Er zeigt dem Besucher, welche Rolle Aerodynamik für die Effizienz eines Fahrzeugs spielt und wie wichtig deshalb ein enger Austausch zwischen Aerodynamikern und Designern während der Fahrzeugentwicklung ist.

Haus des Motorsports.

In diesem Themenhaus wird die Rennsportgeschichte von BMW skizziert. Es zeigt die gesamte Bandbreite der technischen Möglichkeiten – vom fast unveränderten Serienfahrzeug bei Renneinsätzen über hoch spezialisierte Tourenwagen bis zu Formel-1-Fahrzeugen, die mit höchstem technischem Aufwand realisiert wurden. Der Raum „Siegertypen. Der Wille zum Erfolg“ stellt die Erfolgsgeschichte des Seriensportwagens BMW 328 vor. Daneben zeigt der Raum „Motorrad-Rennsport. Erfolge auf zwei und drei Rädern“, wie sich BMW bis Ende der 1930er-Jahre zur sportlich erfolgreichsten Marke Europas entwickelt hat. Der Raum „Tourenwagen. Auf der Überholspur“ repräsentiert den klassischen seriennahen Tourenwagen, der sich vom Produkt für den Käufer kaum unterscheidet. Angrenzend haben die Rennmotoren in einer Galerie gemeinsam mit einem Bootsmotor und den Flugmotoren einen eigenen Ausstellungsort erhalten.

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 33

Haus der Baureihe.

Dieses Themenhaus zeichnet die Entwicklung einzelner Baureihen nach und dokumentiert aktuell die Erfolgsgeschichte der BMW 3er Reihe. Als meist gebautes Auto der Marke erhielt der BMW 3er im Jahr 2011 einen eigenen Ausstellungsraum. Anhand von sieben ausgewählten Fahrzeugen werden die Attraktivität, Dynamik und Vielfalt der Baureihe veranschaulicht. Ein Stockwerk tiefer befindet sich der Raum „BMW M Modelle. M: der stärkste Buchstabe der Welt“. Anhand von BMW M Ikonen, wie dem BMW M1, wird die Erfolgsgeschichte der heutigen BMW M GmbH und ihrer High-Performance-Fahrzeuge von 1978 bis in die Gegenwart erlebbar.

Haus der Marke.

Im ersten Raum des Hauses der Marke, „Werbung. Im Spiegel der Zeit“, steht die Geschichte der Kundenkommunikation von BMW im Mittelpunkt. Plakate, Anzeigen und Werbefilme spiegeln die Entwicklung der Marke, ihrer Werbegrafik und ihrer Bildsprache wider. Diese Ausstellung zeigt, wie sich die Gesellschaft und mit ihr die Ansprüche der Kunden über die Zeit verändert haben und wie die Marke BMW dies in ihrem Erscheinungsbild und ihren Aussagen aufgegriffen hat. Im Raum „Begegnungen. Erlebnisse und Erfahrungen“ stehen persönliche Erlebnisse der Kunden mit BMW Automobilen im Vordergrund. Eine Fülle an privatem Bildmaterial dokumentiert die Beziehung zwischen den BMW Fahrern und ihren Fahrzeugen. Der Ausstellungsbereich „Visionen. Wege in die Zukunft“ beschreibt das Engagement von BMW im Bereich Nachhaltigkeit. Der Raum widmet sich dabei vor allem den Maßnahmen, die unter der BMW Efficient Dynamics Strategie ins Leben gerufen wurden.

2.2.2 Die Wechselausstellungen.

Die thematisch eigenständigen Wechselausstellungen in der „Museumsschüssel“ widmen sich besonderen BMW Themen. Im Jahr 2011 zeigte das BMW Museum hier die weltgrößte Ausstellung der BMW Art Cars: 15 der 17 Kunstwerke, deren künstlerische Gestaltung unter anderem in den Händen von Alexander Calder, Roy

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 34

Lichtenstein, Andy Warhol, David Hockney, Olafur Eliasson oder Jeff Koons lag, wurden erstmals gemeinsam in München ausgestellt.

Derzeit illustriert die Wechselausstellung „The Line of Beauty“ die Entwicklung der großen Coupés und Cabrios der Marke. 14 Exponate und Originalzeichnungen aus 70 Jahren Automobildesign dokumentieren die Geschichte von Eleganz und Sportlichkeit. Noch bis Februar 2013 ist diese Ausstellung in der „Museumsschüssel“ zu sehen. Ab März 2013 wird sich hier eine Ausstellung eigens der Marke Rolls-Royce und ihren Phantom-Modellen widmen.

2.2.3 Die Sonderausstellungen.

Das BMW Museum hat sein Engagement im kulturellen Bereich in der Vergangenheit kontinuierlich erweitert und flankiert damit in Deutschland das mehr als 40-jährige internationale Kulturengagement des Unternehmens. Seit der Wiedereröffnung im Jahr 2008 präsentiert das BMW Museum daher in Form von Sonderausstellungen verschiedene Themen, die auf den ersten Blick nichts mit der Automobilindustrie zu tun haben, auf den zweiten Blick aber sehr wohl in den Kontext der Marke BMW passen.

Des Weiteren gibt das BMW Museum in Zusammenarbeit mit Hochschulen Themen wie Kunst, Mode und Architektur ein Forum. Nach der Wanderausstellung des Art Centre Basel zum Thema „Museen im 21. Jahrhundert“ erlebten die Gäste im Jahr 2012 bereits „Historie zum Anfassen“, eine Ausstellung zu den Fahrzeugen des Autobauers Glas vor der Übernahme durch BMW, sowie „Das Beste aus den Motorsport-Klassikern“ – eine Ausstellung anlässlich des Wiedereinstiegs der Marke BMW in die DTM.

2.2.4 Die mediale Inszenierung im BMW Museum.

Der Gang durch das BMW Museum ist auch eine Auseinandersetzung mit den Technologie-Innovationen, die in den Automobilbereich Einzug gehalten haben. BMW entwickelte mit BMW ConnectedDrive als erste Premiummarke Technologien, die Neue Medien zu einem integralen Bestandteil des Fahrzeugs machen. Das Ausstellungskonzept im BMW Museum spiegelt diese Führungsrolle in Form eines vielschichtigen Mediendesigns wider. Dabei sind die

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012

Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite 35

Neuen Medien sowohl starker Ausstellungsbestandteil als auch effektives Mittel der Wissensvermittlung.

Die lichtstarke Inszenierung des Inneren im Bereich der Dauerausstellung rückt die BMW Fahrzeuge ins Rampenlicht, während das Licht selbst unsichtbar in die Architektur integriert ist. Durch mediale Bespielung der Fassaden wird die Ausstellung dynamisiert. Hierzu erleuchten 1,765 Millionen LEDs die 700 Quadratmeter Fassade der Themenhäuser, die den zentralen BMW Platz, das Herz der Erweiterung, umgeben. Sie sind die zentrale Lichtquelle für das Museum und rücken die Ausstellung ins rechte Licht. Die Teile der Fassaden, die den zentralen Platz im Museum, den BMW Platz, umsäumen, werden aktiv bespielt.

Im oberen Rund der „Museumsschüssel“ wird eine außergewöhnliche Panoramaprojektion auf der Innenwand der Schale gezeigt. In diesem Raum ohne Stützen mit einer Wandfläche von 120 Meter Länge und bis zu 6 Meter Höhe ermöglichen Hochleistungsbeamer eine eindrucksvolle 360-Grad-Panorama-Filmprojektion. Zusätzlich untermalt ein akustisches Konzept, ein sogenanntes Acousmonium, die visuellen Eindrücke der Ausstellung.

2.3 Veranstaltungen und Events.

Seit der Wiedereröffnung 2008 stellt das BMW Museum eine einzigartige Location für exklusive Events dar. Inmitten historischer Originalexponate und in direkter Nachbarschaft zur BMW Welt bietet das BMW Museum außergewöhnliche Veranstaltungsflächen und Räume. Rund 100 Veranstaltungen werden hier jährlich durchgeführt. Die Kapazität der Räumlichkeiten reicht von Kleingruppen bis zu 340 Personen. Die Ausstellung kann im Rahmen der Veranstaltungen für individuelle Rundgänge geöffnet und somit zum Teil des Programms werden.

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 36

Die beiden oberen Ausstellungsflächen der „Museumsschüssel“ bieten mit einer Fläche von 652 Quadratmetern Raum für Veranstaltungen mit bis zu 200 Personen. Daneben ist der BMW Platz, das Herzstück des Museums, mit seinem 12 Meter aufragenden Raum ein außergewöhnlicher Veranstaltungsort für bis zu 500 Personen. Die Gesamtfläche des BMW Platzes beträgt 407 Quadratmeter. Das Zusammenspiel von Medientechnik und Architektur ermöglicht hier neue Formen medialer Rauminszenierung und Veranstaltungschoreografie.

Das Museumsfoyer eignet sich besonders für Veranstaltungen wie Empfänge, Get-togethers und Vorträge, denn das Foyer bietet einen Ausblick auf die spannende Innenarchitektur des Museums und ist zudem Ausgangspunkt für den Museumsrundgang. Die Gesamtfläche von 200 Quadratmetern ist auf 200 Personen ausgerichtet. Im Foyerbereich befindet sich zudem das Café M1 des BMW Museums. Die M1-Terrasse mit direktem Blick auf die BMW Welt und das benachbarte Olympiagelände kann ebenfalls für Veranstaltungen gemietet werden.

Das BMW Museum unterstützt die Veranstalter bei der Planung und Durchführung von Events. Darüber hinaus stellt es ein breites Angebot von Dienstleistungen und Services zur Verfügung: vom Cateringpartner über das Servicepersonal, den Sicherheitsdienst bis hin zum Medientechniker. Die Veranstaltungsflächen stehen außerhalb der Öffnungszeiten dienstags bis sonntags und feiertags ab 18 Uhr sowie montags ab 20 Uhr zur Verfügung.

2.4 Kunst- und Kulturkooperationen.

Um auch weiter gehende Veranstaltungen und Ausstellungen realisieren zu können, tritt das BMW Museum als Gastgeber sowie Kooperationspartner für Kulturevents in München auf. So kooperiert es im Rahmen des Themenschwerpunkts Mode seit 2008 mit der „Meisterschule für Mode/Designschule München“ sowie im vergangenen Jahr erstmals auch mit der „Akademie für Mode und Design“. Damit bot das BMW Museum 2011 im

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 37

Sinne der Nachwuchsförderung bereits zum vierten Mal eine Plattform für die Präsentation ausgewählter Modedesigner und den Dialog mit der Öffentlichkeit. Im Nachgang dazu bereitete das BMW Museum den Raum für eine Ausstellung von 90 Originalzeichnungen des bekannten Modedesigners René Gruau.

2012 liegt der Schwerpunkt auf „Licht“. Mit „Lichtblicke 1“ (Werke von Keith Sonnier) und „Lichtblicke 2“ (OLED der Fa. Osram) werden Impulse gesetzt. Somit werden seit 2008 kulturelle Themen geboten, die über die BMW Produktsubstanz hinausgehen, doch stets in BMW affine Bereiche wie Design, Ästhetik, Mobilität, Eleganz, Tradition und Innovationen eingebunden werden können.

Die „Nacht der weißen Handschuhe“, die in diesem Jahr zum fünften Mal stattfindet, hat sich zu einem Publikumsmagneten entwickelt. Mit weißen Handschuhen bestückt, erkunden die Besucher nachts die Ausstellung und dürfen das tun, was sonst tabu ist: die Exponate berühren. Im letzten Jahr kamen die weißen Handschuhe von der Firma Roeckl, die darüber hinaus ihr Sortiment live vor Ort erleben ließ. Weiterhin ist das BMW Museum langjähriger Partner und Bestandteil der „Langen Nacht der Münchner Museen“. An diesem Abend bietet es stets ein besonderes Programm.

Zu den Event-Highlights 2012 zählten unter anderem die Kooperation mit der Münchener Gruppe des Social Networks XING, bei der eine „Light Night“ in der Museumsschüssel mit Künstlern und 600 Gästen inszeniert wurde. Darüber hinaus war das BMW Museum mit einigen Veranstaltungen Bestandteil der ersten „Munich Creative Business Week“. Hier fanden unter anderem spezielle Führungen zum Thema BMW Design, eine „Design Night“ mit Designgrößen wie Konstantin Grcic und Richard Sapper sowie die „iF Gold Award Exhibition 2011“ statt.

Großer Beliebtheit erfreuen sich die BMW Stadtrundfahrten in Oldtimern, die das BMW Museum jährlich von Frühjahr bis Herbst anbietet. Dabei können die Besucher München aus BMW Klassikern heraus kennenlernen. Manchen

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 38

Gästen war dieses Erlebnis schon die Anreise aus den USA wert.

2.5 Das Junior Museum. Aktives Lernen im und mit dem BMW Museum.

Das BMW Museum versteht sich mit seinen museumspädagogischen Angeboten als ein außerschulischer Lernort für fächerübergreifende bildungsbezogene Erfahrungen. Hauptanliegen der Museumspädagogik im BMW Museum ist die aktive sehende Auseinandersetzung mit den ausgestellten Exponaten. Gemeinsam mit renommierten Pädagogen wurde ein spezielles museumspädagogisches Konzept entwickelt. Bei interaktiven Rundgängen können sich die jungen Gäste ausführlich mit den Exponaten beschäftigen. Das Museum lädt Schüler und auch Lehrer dazu ein, verschiedene Herangehensweisen und Erschließungsstrategien zu erproben, Dinge zu hinterfragen und zu ergründen. Dabei zielen die Führungen und die anschließenden Workshops vor allem darauf ab, Kompetenzen wie Wahrnehmungsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Kreativität, vernetztes Denken, Geschichtsbewusstsein und ästhetische Bildung zu fördern. Und natürlich soll auch der Spaß dabei nicht zu kurz kommen.

Das Museum bietet neu ab November 2013 den Workshop „Mission Mobilität“ für Sieben- bis 13-Jährige an. Die Kinder schlüpfen in die Rolle von Detektiven und begeben sich auf Spurensuche durch das Museum. Ziel ist es, gemeinsam das Automobil der Zukunft zu entwickeln.

Für Schulklassen, Kinder- und Jugendgruppen von 14 bis 18 Jahren bietet das BMW Museum das Programm „Ungewöhnliche Perspektiven“ an. Dieses besteht aus zwei Teilen. Zunächst können die Jugendlichen ausgewählte Exponate des Museums erforschen. Technik, Geschichte und Design stehen im Mittelpunkt des Rundgangs, aber auch naturwissenschaftliche und technische Fragen werden diskutiert. Im Anschluss bildet im betreuten Kreativteil das Thema Detailfotografie den Schwerpunkt. Ausgestattet mit einem Auftrag und einer Kamera erforschen die Kleingruppen das BMW Museum im Hinblick auf

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012

Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite 39

ungewöhnliche Perspektiven. Es wird angeregt, einen Blick für technische Besonderheiten, Details in der Architektur, Lichteinfälle und Spiegelungen oder eine Betrachtung der Dinge aus der Frosch- und Vogelperspektive zu entwickeln. Der Workshop bietet zudem viel Freiraum für eigene kreative Ideen und Sichtweisen. Nach dem fotografischen Rundgang stellen die Teilnehmer ihre digitalen Arbeiten der Gruppe vor. Im Rahmen des Programms werden Kooperationsbereitschaft, Kommunikations- und Wahrnehmungsfähigkeit, Kreativität und Präsentationstechniken gefördert.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 40

3. BMW Werk. Leidenschaft für Technik.

Das BMW Werk München komplettiert den Dreiklang des BMW Welt Gesamterlebnisses. Das BMW Werk München ist das Stammwerk der BMW Group und verbindet höchste Ingenieurkunst und Innovationskraft mit der Leidenschaft der Mitarbeiter für Marke und Unternehmen. Es liegt im Münchener Norden, in unmittelbarer Nähe zur Konzernzentrale, zum BMW Museum und zur BMW Welt. Hier entstehen täglich über 900 Fahrzeuge der 3er Reihe (Touring und Limousine) sowie Motoren (Vierzylinder- und Achtzylinder-Benzinmotoren, Sechszylinder-Dieselmotoren, Hochleistungsmotoren für BMW M Modelle und Zwölfzylinder). Jedes Fahrzeug der inzwischen sechs Generationen der 3er Reihe wurde an diesem traditionsreichen Standort gebaut.

Das Stammwerk inmitten der Millionenmetropole ist das Herz der BMW Group, bereits seit 1922 werden an diesem Standort Fahrzeuge und Motoren produziert. Die vielschichtige Infrastruktur des BMW Werks München, das sich parallel zum städtischen Wohngebiet in der unmittelbaren Nachbarschaft entwickelt hat, spiegelt sich vor allem in den komplexen Werksanlagen und den innovativen Fertigungsprozessen wider. Das reibungslose Zusammenspiel zwischen Produktion, Logistik, Transport und Administration auf engstem Raum gehört weltweit zu den Meisterleistungen im modernen Automobilbau.

Rund 9.000 Mitarbeiter aus über 50 Nationen arbeiten im Münchner Werk, davon über 700 Auszubildende. Im BMW Werk München sind auf 500.000 Quadratmetern alle Technologien der Automobilproduktion untergebracht: Presswerk, Karosseriebau, Lackiererei, Montage und Motorenbau sowie Werkzeugbau, Ausstattungs- und Sitzfertigung und Labor. Es ist Teil des weltweiten Produktionsnetzwerks mit 29 Standorten in 14 Ländern und stellt sich im Rahmen der BMW Welt stellvertretend als „Schaufenster der BMW Produktion“ zur Verfügung. Individuelle Führungen vermitteln einen einzigartigen und authentischen Einblick in die Automobilproduktion.

Das BMW Werk München gilt als „Leitwerk“ für die Produktion der aktuellen BMW 3er Reihe. Es dient als internes Kompetenzzentrum: Von hier gelangt das Wissen über Prozesse und Technologien und die Erfahrung aus nahezu 90 Jahren Automobilbau auch an die anderen Produktionsstandorte der BMW Group.



Presse-Information

Datum

17. Oktober 2012

Thema

Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite

41

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 42

3.1 Premium-Produktion für Premium-Produkte.

Im internationalen BMW Group Produktionsnetz gelten in allen BMW Werken gleiche Standards für Qualität, Sicherheit und den schonenden Umgang mit Ressourcen. Innovative Produktionstechnologien und die hohe Kompetenz der Mitarbeiter garantieren an allen Standorten, dass aus über 10.000 Einzelteilen Premiumfahrzeuge „Made by BMW“ entstehen – so auch im Werk München.

Die agile Produktion orientiert sich am Kundennutzen: Die innovative Produktion im BMW Werk München ermöglicht es, individuelle Kundenwünsche termintreu, schnell und flexibel zu erfüllen. Die dafür erforderlichen Prozesse sind hochkomplex und benötigen hochflexible Strukturen – BMW beherrscht beide.

Im BMW Werk München lässt sich der Weg vom Stahlblech hin zum fertigen Fahrzeug nachvollziehen. Es versammelt alle Technologien der Automobilproduktion unter einem Dach und macht sie im Rahmen einer Werksführung durch sämtliche Anlagen wie Presswerk, Karosseriebau, Lackiererei, Motorenbau, Ausstattungs- und Sitzfertigung sowie Montage zu einem Erlebnis.

Das Presswerk.

Das Presswerk stellt täglich über 130.000 Karosserieteile aus rund 600 Tonnen verschiedenster Stahlbleche her. Hier paaren sich die Erfahrung der Mitarbeiter und modernste Technik. Gemeinsam mit dem Karosseriebau wird hier wegweisendes Design umgesetzt, auch die Grundlage für optimales Fahr- und Crashverhalten geschaffen. Jede BMW Karosserie besteht aus vielen Hundert Einzelteilen. Im Presswerk werden diese aus hochmodernen neuen Stahllegierungen und Aluminium hergestellt. Je nach Fahrzeug kommen darüber hinaus auch Kunststoffe und Kohlefaser zum Einsatz.

Ausgangsbasis der meisten Karosserieteile sind die sogenannten Coils, Rollen aus hochwertigem verzinktem Stahlblech/Tiefziehblech. Insgesamt finden ca. 20 verschiedene Stahlsorten in Blechstärken von 0,7 und 2,2 Millimetern Verwendung. Diese Rollen nehmen bis zu 3,5 Kilometer Stahlblech auf und wiegen bis zu 30 Tonnen. In den Pressenstraßen nehmen die Bleche dann in mehreren Arbeitsschritten ihre endgültige Form an.

Presse-Information

Datum

17. Oktober 2012

Thema

Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite

43

Herzstück des Presswerks ist die neue High-Speed-Servopressenlinie, die mit einer Gesamtpresskraft von bis zu 9.000 Tonnen arbeitet. Ebenso eindrucksvoll wie ihre Kraft sind auch die Ausmaße: Länge 85,9 m, Breite 22 m, Höhe 11,5 m, Höhe unter Flur 5 m. Die Anlage gehört zu den modernsten der Welt. Mit einem Durchsatz von 600 Tonnen Stahl pro Tag setzt die Anlage innerhalb von nur zwölf Tagen etwa die gleiche Menge Stahl um, die für den Bau des Pariser Eiffelturms notwendig war. Die neue Produktionsinfrastruktur gewährleistet zudem höchste Raumökonomie und optimale Materialströme.

Der Karosseriebau.

Im Karosseriebau werden die Einzelteile aus dem Presswerk durch die jeweils optimale Technik, wie Schweißen oder Nieten, verbunden. In vier Hallen erledigen Roboter die hochkomplexen Produktionsschritte in höchster Präzision und setzen die Schweißpunkte zehntelmillimetergenau. Neben verschiedenen Schweißtechniken setzt der Karosseriebau auch andere Verbindungstechniken ein, zum Beispiel Klebungen. Diese sorgen für die Abdichtung des Fahrzeugs sowie für eine hohe Steifigkeit, die wiederum zu einem perfekten Fahrverhalten und hoher Energieaufnahme bei einem Crash führt. Die Abläufe im Karosseriebau sind nahezu vollständig automatisiert. Dies hat mehrere Vorteile. Die Roboter schweißen ermüdungsfrei mit immer gleicher Genauigkeit und wiederholbaren Ergebnissen. Bei bis zu 6.000 Schweißpunkten pro Fahrzeug ist dies ein wichtiges Qualitäts- und Sicherheitskriterium. Für die Mitarbeiter fallen dadurch die früher unvermeidlichen hohen körperlichen Belastungen weg, wie beispielsweise das Hantieren mit schweren Schweißzangen. Die hohe Automatisierung ermöglicht, dass auf ein und derselben Linie verschiedene Karosseriederivate – 3er Limousine und 3er Touring in unterschiedlichen Varianten (Heckantrieb, Allrad, Hybrid jeweils mit oder ohne Schiebedach) – gefertigt werden können.

Die Lackiererei.

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012

Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite 44

Brillante Farben, sicherer Korrosionsschutz und ein hochwertiges Erscheinungsbild – in der Lackiererei erhält jedes Fahrzeug seinen Glanz. Besonderes Augenmerk gilt während der gesamten Lackierarbeiten umweltschonenden Verfahren wie der Verwendung von Wasserbasislacken und modernsten Applikationsverfahren.

Nach der Vorbehandlung, in der die Karosserien in Tauchbädern zunächst gründlich entfettet und mit alkalischem Reiniger behandelt werden, wird, ebenfalls im Tauchbad, eine Schicht aus Zinkphosphat auf die Karosserien aufgetragen. Diese bildet einen einheitlichen Haftgrund für die folgenden vier Lackschichten und schützt gegen eine Unterwanderung des Lackes durch Korrosion. In der folgenden kathodischen Tauchlackierung wird die erste Lackschicht aufgetragen. Die Karosserie wird an kupfernen Schienen am Beckenrand negativ aufgeladen (Kathode) und dann vollständig in den Lack getaucht. Die Lackpartikel sind positiv aufgeladen und werden von der negativ geladenen Karosserie angezogen. Auf der Karosserieoberfläche wird der Lack sofort fest. Dabei sorgt das innovative Rotationstauchverfahren für eine optimale Verteilung.

Anschließend wird der Füller aufgetragen: Der Füller dient als Lichtschutz für die vorher aufgebraute Kathodentauchlackierung, er gleicht Unebenheiten im Bereich eines Tausendstelmmillimeters aus, gibt eine gute Grundlage für den Decklack und erhöht dessen Glanzgrad – und das mit einer Schichtdicke von gerade einmal 30 Tausendstelmmillimetern.

Nun bekommt das Fahrzeug in der Decklackstraße die Farbe, die sich der Kunde ausgesucht hat. Hochgeschwindigkeits-Rotationszerstäuber, auch Glocken genannt, bringen den Basislack in Uni und Metallic auf. Die Lackpartikel, die nicht auf der Karosserie landen, werden von einem Luftstrom nach unten gedrückt und werden in fließendem Wasser aufgefangen. Im unteren Bereich der Lackiererei werden diese Lackpartikel ausgewaschen, und das Wasser wird in einem Kreislauf wieder hierher geführt.

Abschließend verleiht eine harte und dauerhafte Klarlackschicht der Karosserie Schutz und Glanz, bevor sie in das vollautomatische Hochregallager eingelagert wird. Dort bleibt sie so lange, bis sie von der Montage in der geplanten Reihenfolge abgerufen wird.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 45

Der Motorenbau.

Der Motor ist seit Jahrzehnten die Kernkompetenz und wichtiger Teil von BMW, den Bayerischen „Motoren“ Werken. Sie sind wichtiger Faktor der sprichwörtlichen Freude am Fahren und verbinden herausragende Fahrleistungen mit geringem Verbrauch und niedrigen CO₂-Emissionen.

Beste Laufkultur und Fahrfreude haben ihren Ursprung in anspruchsvollsten Produktionstechniken. Über 1.100 Mitarbeiter fertigen hier das gesamte Motorenprogramm der BMW Group vom Reihenvierzylinder über die Hochleistungsmotoren der aktuellen BMW M Fahrzeuge bis zum V12 für Rolls Royce und BMW Fahrzeuge.

Für alle BMW Motoren werden Teile mit einer Präzision von einem Tausendstelmillimeter fein bearbeitet und montiert. Jeder Motor durchläuft vor dem Einbau in das Fahrzeug spezifische Prüfzyklen, z. B. den Kalttest, der eine 100%ige Funktionsprüfung in kürzester Zeit und ohne Treibstoff ermöglicht. Danach werden die fertigen Motoren in Verbaureihenfolge an das Band des jeweiligen Montagewerks gesteuert.

Die Montage.

Jeder BMW ist anders, auch weil jeder Kunde eigene Wünsche hat. Er bestimmt, wie sein Traumwagen auszusehen hat. In der Montage fertigt BMW für jeden Kunden das individuelle Wunschfahrzeug zum festgelegten Termin. Bis sechs Tage vor Montagestart kann jeder Kunde seinen Auftrag noch ändern. Dann werden die internen Lieferanten und externen Partner benachrichtigt, welche Teile für dieses Fahrzeug benötigt werden. Nach dem Lackieren fährt die Karosserie in das Hochregallager des Karosseriespeichers. Im Speicher befinden sich durchschnittlich zwischen 200 und 400 Karosserien. Vier Tage vor Montagestart erhält die Montage den Kundenauftrag, die Montagereihenfolge wird gebildet, die Materialabrufe werden automatisch per Logistiksystem an die Lieferanten verschickt. Je nach Kundenauftrag ruft die Montage entsprechend die lackierte Karosserie aus dem Hochregallager ab. Jetzt wird die Fahrgestellnummer eingeritzt und das Fahrzeug damit dem Kunden zugeordnet. Jetzt ist es „sein“ Fahrzeug. Die auftragsbezogene Fertigung mit einer Vielzahl an Varianten beginnt.

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 46

Nun dreht die sogenannte Schwenkmontage die Karosserie, so dass die Mitarbeiter in einer ergonomisch optimalen Position am Unterboden des Fahrzeugs arbeiten können. Hier werden unter anderem der Tank sowie die Kraftstoff- und Bremsleitungen montiert. Anschließend folgt der „Innenausbau“, das Fahrzeug bekommt Teppich, Himmel, Cockpit, Steuergeräte, Sitze, Türen und Scheiben.

In der „Hochzeit“ kommen Antriebsstrang und Karosserie zusammen. Damit beginnt der letzte Produktionsabschnitt, die Endmontage. Nun werden die Radhäuser verkleidet und die Räder montiert, das Fahrzeug wird mit Betriebsmitteln bzw. Flüssigkeiten befüllt und die Spur eingestellt. Die Endmontage endet auf dem Rollenprüfstand, auf dem zahlreiche Systeme bei voller Fahrt noch einmal getestet werden.

Der gesamte Montageprozess ist von einer innovativen Produktionsstrategie gekennzeichnet: Einzelne Bauteile werden auf separaten Montageflächen zu einem größeren Bauteil (z. B. Cockpit, Frontend, Türen, Antriebseinheit) zusammengefügt und in der richtigen Reihenfolge (just in sequence) an das Hauptband geliefert. Dies ermöglicht größtmögliche Flexibilität am Hauptband.

3.2 Der Mitarbeiter als Garant für den Erfolg.

Wichtigster Faktor für den Erfolg des BMW Werks München sind die Mitarbeiter: Ihr Engagement, ihre Eigenverantwortung, die Identifikation und vor allem das große Know-how der Mitarbeiter tragen maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens bei. Jeder Mitarbeiter ist ein wichtiger Teil des komplexen Produktionsnetzwerks und letztlich für die hohe Produktqualität verantwortlich. Die hohe Eigenverantwortung, die ständige Kontrolle der eigenen Arbeitsqualität und der Wille zur Qualifizierung für neue Aufgaben gehören zur Unternehmenskultur, die von allen Mitarbeitern gelebt wird.

Als Teil des intelligenten Netzwerks stellen die Mitarbeiter den Wissenstransfer über die Werksgrenzen hinweg sicher. Darüber hinaus sorgen sie mit ihrem Engagement in einem neuen Werk oder bei der Einführung eines neuen Modells für einen pünktlichen Produktionsstart mit der gewohnt hohen Produktqualität – von Beginn an.

Über 300 Arbeitszeitmodelle, die konsequente Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg, mögliche Auslandsaufenthalte, die Kooperation mit Hochschulen

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 47

und Universitäten, umfassende Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie der höchste Anteil weiblicher Mitarbeiter in der Autoindustrie sind nur einige Elemente einer nachhaltigen Personalpolitik. Die Personalpolitik der BMW Group wird durch weitere Angebote wie Gleitzeit, Teilzeit, Jobsharing, Telearbeit und längere Freizeitblöcke (Sabbaticals) ergänzt.

3.3 Die Historie des BMW Werks München.

Die Ursprünge der BMW Produktion reichen bis in das Jahr 1917 zurück; seit 1922 ist das Werk am Standort München-Milbertshofen im Münchener Norden beheimatet. Neben dem heutigen Olympiapark und in unmittelbarer Nähe zur Konzernzentrale liegt es mitten in der Stadt. Zunächst beschränkte sich das Fertigungsprogramm im Werk München auf Flugzeugtriebwerke und Motorräder. 1938 lief bereits das hunderttausendste Motorrad vom Band.

Erst 1951 begann die Autoproduktion in München mit dem BMW 501. Nur vier Jahre später wurde die erste BMW Isetta gefertigt und sicherte zusätzliche Arbeitsplätze am Standort. Mit dem BMW 1500 ging Mitte 1962 das erste Modell der „Neuen Klasse“ in Produktion. Die sportlich ausgelegten, viertürigen Mittelklassewagen legten den Grundstein für den wirtschaftlichen Erfolg von BMW. Ende der 60er-Jahre wurden bereits Teile der Produktion aus Milbertshofen nach Dingolfing verlegt. Zur weiteren Entlastung des Stammwerks ging die Motorradfertigung 1969 nach Berlin.

1975 lief im Werk München die 3er Reihe an, die bis heute erfolgreichste Baureihe der Marke BMW. Zahlreiche Innovationen in der Steuerungs- und Fertigungstechnik kamen im Milbertshofener Werk erstmals zum Einsatz, beispielsweise die weltweit erste vollständig automatisierte Bodengruppenfertigung im Karosseriebau. Die 80er-Jahre waren geprägt von der Erweiterung des Produktionsnetzwerks: Werke in Steyr, Regensburg und Wackersdorf gingen in Betrieb. Nach der Verlagerung der Gießerei nach Landshut und dem Bau des Forschungs- und Innovationszentrums im Münchener Norden konzentrierte sich das Werk München ab Mitte der 80er-Jahre ganz auf die Fertigung von Automobilen und Motoren.

Zu den Weichenstellungen der 90er-Jahre gehörte auch die Entscheidung, alle großvolumigen und Hochleistungsmotoren der BMW Group im Werk München

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 48

entstehen zu lassen. Die umweltfreundliche Produktion mitten in der Stadt liegt BMW und der Nachbarschaft am Herzen. 1994 wurde ein Nachbarschaftsforum ins Leben gerufen. So erhielt das Werk München im Jahr 2003 den Umweltpreis der Stadt München.

3.4 Die neue BMW Werksführung.

Die Werksführung im Stammwerk vermittelt einen spannenden Einblick in alle Bereiche des Automobilbaus. Die Experten der Werksführung gehen dabei intensiv auf den individuellen Informationsbedarf der Gäste ein. Seit der Eröffnung der BMW Welt werden die Besucher, darunter zahlreiche Fahrzeugabholer, über die neue Produktionsmeile im Werk geführt. Diese Produktionsmeile zieht sich durch insgesamt zwölf Hallen in allen Produktionsbereichen vom Presswerk bis zur Montage. So können die Besucher die Entstehung der aktuellen BMW 3er Limousine und des BMW 3er Touring hautnah miterleben.

3.5 Aktuelle Produktion.

Seit Herbst 2011 wird die aktuelle BMW 3er Limousine im Werk München produziert, seit Jahresmitte 2012 auch der BMW 3er Touring. Letzterer wird ausschließlich im Werk München für den weltweiten Vertrieb in unterschiedlichsten Varianten wie Rechts- und Linklenker hergestellt. Dabei fungiert das BMW Werk München weltweit als Leitwerk für den Anlauf des neuen BMW 3er. Alle Regionen weltweit werden zu einem einheitlichen Marktstart direkt aus dem Stammwerk beliefert. Zusätzlich wurden im Werk München sowohl die Fügefolge als auch die Prozessbaukästen für die Produktion des BMW 3er für den Produktionsverbund festgelegt.

Mit dem Produktionsanlauf der sechsten Generation der BMW 3er Reihe beginnt im Stammwerk München eine neue Ära. Die dabei getätigten Investitionen flossen unter anderem in innovative Fertigungsanlagen und modernste Produktionstechnologien. Sie sind Teil einer langfristig angelegten Strategie, die Konkurrenz- und Zukunftsfähigkeit des Werks München zu stärken und somit 9.000 Arbeitsplätze in der bayerischen Landeshauptstadt zu sichern. Damit übernimmt die BMW Group an ihrem Stammsitz in besonderem Maße gesellschaftliche Verantwortung.

Presse-Information

Datum

17. Oktober 2012

Thema

Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite

49

Um ein Höchstmaß an Präzision und Effizienz sicherzustellen, wurden in sämtlichen Produktionsbereichen neue Fertigungsstrukturen geschaffen. So kommt für die Herstellung der sechsten Generation des BMW 3er unter anderem eine neue Großpresse zum Einsatz. Mit 17 Hübten pro Minute gehört die Anlage zu den modernsten der Welt. Die neue Produktionsinfrastruktur gewährleistet zudem höchste Raumökonomie und optimale Materialströme. Für hohe Produktivität und Variabilität sorgen zudem standardisierte Produkt- und Prozessbaukästen. Mithilfe dieser innovativen Fertigungsprozesse und -technologien setzt das BMW Werk München modernste Standards für nachhaltige und umweltverträgliche Automobilproduktion.

Im Zuge der Herstellung des neuen BMW 3er ist es BMW gelungen, eine praktisch restmüllfreie Fertigung zu realisieren, die Abfall-, Abwasser- und Emissionsentwicklung beinahe auf null zurückzufahren sowie Lärm und Vibrationen auf ein Minimum zu reduzieren. Zudem legt das Werk München großen Wert auf ein harmonisches Miteinander mit der Nachbarschaft. So wird dem Schutz der Anwohner vor beispielsweise produktionsbedingtem Lärm durch Reduzierung der Schallemissionen, den Einsatz innovativer Schalldämpfer, Ventilatoren und schalldämmender Verkleidungen sowie die Optimierung der Transportlogistik mit großer Sorgfalt Rechnung getragen. Geruchsbelastungen durch die Lackiererei werden mit modernsten Filteranlagen und der regenerativen Nachverbrennung der Abluft vermieden.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 50

Factsheet BMW Welt

- Gemeinsam mit dem BMW Werk und dem BMW Museum schafft die BMW Welt das Gesamterlebnis, das Ensemble BMW Welt, ein einzigartiger Ort der Begegnung für Besucher und Kunden aus aller Welt. Nur in der BMW Welt kann man Unternehmen, Marken und Produkt sowie deren Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft so konzentriert erleben. Die BMW Welt steht für gesellschaftliches Engagement, Verantwortungsbewusstsein und für ein klares Standortbekenntnis der BMW Group.
- Die BMW Welt ist mehr als ein Auslieferungszentrum. In der BMW Welt wird die BMW Group lebendig und versammelt alle Marken unter einem Dach: BMW, MINI, Rolls-Royce sowie BMW Motorrad, Husqvarna und die Submarken BMW M und BMW i können von Besuchern und Kunden interaktiv erfahren und erlebt werden.
- Mit mehr als zwei Millionen Besuchern jährlich ist die BMW Welt die beliebteste Sehenswürdigkeit Bayerns. 2012 wurde der zehnmillionste Besucher begrüßt. Die Gäste kommen aus der ganzen Welt. Den größten Anteil der internationalen Besucher, insgesamt 13 %, bilden Gäste aus den USA, gefolgt von Großbritannien mit 8 %. Der Großteil der Gäste, nämlich 59 %, kommt aus Deutschland, davon 37 % aus Bayern. Knapp vier Millionen Interessierte haben die BMW Welt bereits mehrfach besucht.
- Pro Tag können in der BMW Welt bis zu 160 Automobile an Abholer aus der ganzen Welt übergeben werden. Durch die transparente Gestaltung des Auslieferungsbereichs können auch Besucher daran teilhaben. 2011 wurden 18.000 Automobile ausgeliefert, davon 2.000 an Kunden aus den USA.
- Die BMW Welt bietet geführte Touren/Führungen mit verschiedenen Schwerpunkten wie Architektur oder Design an. Bereits über 165.000 Einzelpersonen wurden in den letzten Jahren bei mehr als 21.000 Führungen gezählt.
- Die BMW Welt ist Gastgeber und Veranstalter von über 50 Veranstaltungen jährlich und ist ebenso eine beliebte Eventlocation für bis zu 300 Fremdveranstaltungen im Jahr wie Kongresse, Konferenzen oder Preisverleihungen.
- Mit dem Junior Campus bietet die BMW Welt ein speziell auf Kinder und Jugendliche zugeschnittenes Programm. Kinder von fünf bis 13 können in unterschiedlichen Workshops auf kreative Art und Weise viel über Themen rund um Automobile, Mobilität und Nachhaltigkeit lernen. Über 85.000 Kinder und Jugendliche nahmen in den vergangenen Jahren an den BMW Junior Programmen teil oder feierten einen der 1.250 Kindergeburtstage im Junior Campus.
- Mit Feinkost Käfer hat die BMW Welt einen traditionellen Münchener Gastronomen als Partner. Käfer betreibt neben dem exklusiven Gourmet Restaurant mit Spitzenkoch Bobby Bräuer auch das Bistro im Erdgeschoss des Gebäudes, das Restaurant Bavarie und die Biker's Lodge im Mittelgeschoss sowie das Catering für die zahlreichen Veranstaltungen in den Räumen der BMW Welt.
- Die BMW Welt ist täglich von 09:00 bis 18:00 Uhr geöffnet. Der Eintritt ist kostenlos.
- Das hybride Gebäude, das am 17. Oktober 2007 eröffnet wurde, wurde von dem international renommierten Architekturbüro COOP HIMMELB(L)AU unter der Leitung von Wolf D. Prix entworfen. Das Atelier wird der Gruppe der Dekonstruktivisten zugeordnet. Weitere prominente Vertreter dieser Bauweise sind z. B. die Star-Architektin Zaha Hadid, die das Zentralgebäude im BMW Werk Leipzig entwarf, Rem Koolhaas und Daniel Libeskind.
- Das Gebäude der BMW Welt besteht aus 4.000 Tonnen Stahl, die für den Bau verwendet wurden; rund ein Viertel davon steckt allein im Doppelkegel.
- Das Dach der BMW Welt wird nur von elf Stützen getragen, was ihm einen fast schwerelosen Eindruck verleiht. Im Dach sind 3.600 Solarzellen installiert. Insgesamt nehmen sie eine Fläche von 6.300



Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012

Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk

Seite 51

Quadratmetern ein. Das Dach ist so groß, dass man den Markusplatz in Venedig damit mühelos bedecken könnte.

- Mehr Informationen sind online unter www.bmw-welt.com verfügbar.

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 52

Factsheet BMW Museum

- Seit seiner Eröffnung 1973 präsentiert das BMW Museum historische Automobile, Motorräder, Renn- und Flugmotoren und gibt einen Ausblick in die Technologien der Zukunft.
- Das BMW Museum ist eines der ältesten Automobilmuseen Deutschlands. Es zeigt mehr als 120 Originallexponate aus über 90 Jahren Markengeschichte anhand von 25 Themenschwerpunkten in einzelnen Ausstellungsbereichen. Flugmotoren, Motorräder und Automobile decken die Themen Design, Technik und Motorsport ab.
- Das BMW Museum wird pro Jahr von bis zu 500.000 Besuchern frequentiert und ist somit eines der beliebtesten Museen in ganz München.
- Gemeinsam mit der Konzernzentrale, die die Münchener wegen der charakteristischen Bauweise auch „Vierzylinder“ nennen, wurde das BMW Museum 1999 unter Denkmalschutz gestellt. Entworfen wurden beide Gebäude vom Wiener Architekturprofessor Karl Schwanzer.
- Nach seiner Wiedereröffnung im Jahr 2008 wuchs das Museum auf 5.000 Quadratmeter an. Seitdem trägt es auch die architektonische Handschrift des Stuttgarter Büros ATELIER BRÜCKNER. Für die medialen Inszenierungen im Gebäude zeichneten die Berliner Mediendesigner von ART+COM verantwortlich.
- Das BMW Museum besteht zum einen aus einem Rundbau, der wegen seiner charakteristischen Architektur von den Münchenern gerne auch „Schüssel“ genannt wird. Er beherbergt die Wechselausstellungen des Museums. Ein benachbarter Gebäudeteil, der Flachbau, ergänzt das Ausstellungskonzept des Museums mit einem Rundgang zu verschiedenen BMW Themen wie Design, Motoren, Motorsport und Leichtbau.
- Im Jahr 2011 wurden 23.000 Interessierte in 2.630 Touren durch das Museum geführt.
- Mit dem sogenannten BMW Platz, dem Foyer und den obersten Plattformen der Schüssel bietet das BMW Museum drei attraktive Veranstaltungsflächen.
- Gerade im Inneren des Flachbaus mit einer großen Raumhöhe bietet das BMW Museum viel Platz für großzügige, transparente Ausstellungsgestaltung.
- Dank speziell zugeschnittener Programme ist das BMW Museum auch für junge Besucher ein spannender Ort für zahlreiche Entdeckungen rund um das Thema Mobilität.
- Das BMW Museum bietet ein speziell auf Schulklassen zugeschnittenes und eng an den bayerischen Lehrplänen orientiertes Programm für Kinder und Jugendliche, bei dem sie alle Aspekte rund um das Thema Mobilität ganzheitlich erfahren können.
- Im BMW Museum lässt das hauseigene Café „M1“ die Besucher auch gastronomisch etwas Besonderes erleben.
- Die Besucher des BMW Museums können im angrenzenden Museumsshop nicht nur Raritäten wie alte Verkaufsprospekte oder Betriebsanleitungen, sondern auch Merchandisingartikel, Postkarten, Bücher und Modelle kaufen.
- Das BMW Museum empfängt seine Besucher dienstags bis sonntags und an Feiertagen von 10:00 bis 18:00 Uhr. Montag ist mit Ausnahme von Feiertagen Ruhetag. Ein Ticket für alle Ausstellungen kostet für Erwachsene 9,00 Euro, Partnerprogramme bieten Vergünstigungen. Für Einzelpersonen kosten Tickets mit Führungen 12,00 Euro, für Familien 24,00 Euro. Weitere Informationen z. B. über Gruppentickets auf www.bmw-museum.com.



Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 53

- Mehr Informationen sind online unter www.bmw-museum.de verfügbar.

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 54

Factsheet BMW Werk München

- Im BMW Werk München werden aus mehr als 10.000 Einzelteilen Premiumfahrzeuge der Marke BMW gefertigt.
- Das BMW Werk München ist Arbeitsplatz für rund 9.000 Mitarbeiter aus mehr als 50 Nationen. Darunter sind rund 700 Auszubildende.
- Täglich entstehen im BMW Werk München mehr als 1.000 Motoren und bis zu 1.000 Fahrzeuge unter Einbindung des weltweiten Produktionsnetzwerks.
- Das BMW Werk München erstreckt sich auf 500.000 Quadratmeter Fläche und beherbergt alle Technologien der Automobilproduktion.
- Von montags bis freitags bietet das BMW Werk München von 08:30 Uhr bis 18:30 Uhr Führungen für alle Interessierten ab sieben Jahren an. Gäste können eine exklusive Führung wählen oder sich Sammelterminen anschließen. Die maximale Gruppengröße liegt bei 30 Personen. Eine telefonische Anmeldung für die Führung beim BMW Welt Infoservice unter der Rufnummer +49 180 2 118822 ist unbedingt erforderlich.
- Journalisten wenden sich bei Interesse an einer Werkführung an die Presseabteilung des BMW Werks München: +49 89 38225885.
- Die Führung durch das BMW Werk zeigt einen spannenden, hautnahen Einblick in die einzelnen Stationen, die ein BMW bis zur Fertigstellung durchläuft.
- Das Presswerk produziert täglich rund 130.000 Karosserieteile aus rund 600 Tonnen verschiedenster Stahlbleche. Jede BMW Karosserie besteht aus vielen Hundert Teilen, die aus hochmodernen, neuen Stahllegierungen und Aluminium hergestellt werden. An diesem Ort wird auch die Designvision eines jeden BMW umgesetzt und der Grundstein für optimales Sicherheitsverhalten gelegt.
- Der Karosseriebau ist der Ort, an dem Roboter die Einzelteile durch verschiedene, optimal abgestimmte Schweißtechniken zehntelmillimetergenau miteinander verbinden.
- In der Lackiererei erhält jedes Fahrzeug Korrosionsschutz, Glanz und Farbe. Besonders wichtig ist hierbei die optimale Ressourcen- und Umweltschonung, z. B. durch die Verwendung von Wasserbasislacken und modernsten Applikationsverfahren.
- Im Montagewerk werden die individuellen Kundenwünsche umgesetzt: Bis zu sechs Tage vor Montagestart kann jeder Kunde individuell seinen neuen BMW nach eigenen Wünschen gestalten bzw. Ausstattungsdetails ändern. Sobald die Montage die passende Karosserie aus dem eigenen Speicher abrufen und die Fahrgestellnummer einritz, ist das Fahrzeug dem einzelnen Kunden zugeordnet. Der letzte Produktionsabschnitt beginnt mit dem Moment, in dem der Antriebsstrang zur Karosserie kommt – auch „Hochzeit“ genannt. Vor der Auslieferung kommt jedes Fahrzeug auf den sogenannten Rollenprüfstand. Hier werden zahlreiche Systeme bei voller Fahrt getestet.
- Der Motorenbau im Stammwerk München arbeitet mit Teilen aus der hauseigenen Gießerei in Landshut, die mit einer Präzision von einem Tausendstelmillimeter fein bearbeitet werden. Vor dem Versand ins weltweite Produktionsnetzwerk wird jeder in München gefertigte Motor einer umfassenden Funktionsprüfung unterzogen.
- Das BMW Werk München ist seit 1922 in München-Milbertshofen ansässig. Zunächst beschränkte sich die Fertigung auf Flugzeugtriebwerke und Motorräder. 1938 lief bereits das hunderttausendste Zweirad vom Band.

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt, BMW Museum, BMW Werk
Seite 55

- Erst 1951 begann die Autoproduktion im Stammwerk in München. Vier Jahre später startete die Produktion der legendären BMW Isetta, 1962 die des viertürigen Mittelklassemodells BMW 1500. 1975 lief die Produktion des bisher erfolgreichsten Modells, der 3er Baureihe, an.
- Jede der inzwischen sechs Generationen der BMW 3er Reihe wurde an diesem Standort gebaut.
- Mehr Informationen sind online unter www.bmw-welt.com verfügbar.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Martina Napoleone
Sprecherin BMW Welt
Tel.: +49 89 382-14908
E-Mail: martina.napoleone@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

Manfred Grunert
Sprecher BMW Museum
Tel.: +49 89 382-27797
E-Mail: manfred.grunert@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

Martina Hatzel
Sprecherin Produktionsnetzwerk und BMW Werk München
Tel.: +49 89 382-11966
E-Mail: martina.hatzel@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de