

Pressemappe BMW Welt

Inhaltsverzeichnis:

1.	BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.	2
2.	BMW Welt als Markenerlebnisraum – das Herz der Marken.....	3
2.1	Erlebnis BMW Group – „Wir bewegen Menschen.“	4
2.2	Markenerlebnis BMW – „Freude am Fahren“	5
2.3	Markenerlebnis BMW i – „Born electric“	6
2.4	Markenerlebnis BMW M – „Der stärkste Buchstabe der Welt.“	7
2.5	Markenerlebnis BMW Individual – „Die exklusivste Art, BMW zu fahren.“	8
2.6	Markenerlebnis MINI – „Be MINI“	8
2.7	Markenerlebnis Rolls-Royce – „Strive for perfection in everything you do.“	9
2.8	Markenerlebnis BMW Motorrad – „Unstoppable“	10
2.9	Markenerlebnis Husqvarna Motorcycles – „Cross the Limit!“	12
3.	Automobilabholung in der BMW Welt.	14
3.1	Die Automobilabholung Schritt für Schritt.	15
3.2	Hinter den Kulissen der Automobilabholung.	16
4.	Junior Campus – Freude am Er-Fahren.....	18
4.1	Junior Campus Portal: viel Spaß für Entdecker.....	19
4.2	Junior Campus Labor: Experimentierfeld für Forscher.	19
4.3	Junior Campus Werkstatt: Freiraum für Konstrukteure.	19
5.	Veranstaltungen in der BMW Welt – das BMW Welt Event Forum.	20
5.1	Eventlocations.....	21
5.2	Eventservices.	22
6.	Gastronomie in der BMW Welt.	23
7.	Die Architektur der BMW Welt.....	25

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 2

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
Seite 3

2. 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 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 4

2.1 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

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

nachhaltigem Wirtschaften, Zukunftsmaterialien und Prozessinnovationen, Gesundheit und Unternehmenshistorie informieren.

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.

2.2 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

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

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 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.

2.3 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 Beitrag 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

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

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 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.

2.4 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.

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

2.5 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 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.

2.6 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

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

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, 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.

2.7 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

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

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 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.

2.8 Markenerlebnis BMW Motorrad – „Unstoppable“

Seit 1923 entwickelt BMW Motorrad faszinierende und dynamische Motorräder. Von Beginn an prägen ein Zweizylinder-Boxermotor, Kardanantrieb 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.

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 11

Innovative Fahrzeugtechnik, das hervorragende Design und die zuverlässige Technologie machen BMW Motorräder dabei gleichzeitig zu Vorreitern innerhalb der Motorradwelt. Mit digitaler Motorelektronik, geregelter 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 „Urban Mobility“ erweitert BMW Motorrad in diesem Zusammenhang das Produktportfolio. Mit zwei Premiumfahrzeugen 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.

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

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.

2.9 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-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

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 13

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 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.

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 14

Presse-Information

3. 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.

Datum Presse-Information
 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 15

3.1 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

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

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 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.

3.2 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

Presse-Information

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 17

„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 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.

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 18

Presse-Information

4. 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.

Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 19

4.1 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.

4.2 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.

4.3 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.

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

5. 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
Seite 21

5.1 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.

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

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 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.

5.2 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
Seite 23

6. 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 CooperS 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 EssZimmer ist das Reich von Spitzenkoch Bobby Bräuer. In luxuriöser Gemütlichkeit bietet die klassisch französische Küche Bobby Bräuers



Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 24

in seiner ganz eigenen Interpretation ein exquisites Geschmackserlebnis. Erstklassiger Service, eine exzellente Weinberatung und das sehr hochwertig gestaltete Ambiente machen das 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.

Presse-Information
Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 25

7. 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 Vierzylinder und BMW Museum. Es ist kein Zufall, dass Bauherr und Architekt für eine Reihe interessanter Sichtverbindungen zwischen der BMW Welt und dem Vierzylinder 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

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

aufgehoben. Die Folge: Kein einziges Bauteil gleicht dem anderen. Jede Glasscheibe an der Fassade, jedes Stahlprofil, das verbaut wurde, ist ein Unikat.

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.



Datum 17. Oktober 2012
Thema Pressemappe BMW Welt
Seite 27

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