

Il Museo BMW. Indice.



1. Il Museo BMW: vivere tutto il fascino di BMW	2
2. L'architettura: case, ponti, strade e piazze in un ambiente avvolto dall'architettura.	6
3. La mostra: 125 modelli esposti, 25 aree di esposizione, un'esperienza unica.	9
4. Una visita.	12
5. Workshop di pedagogia museale per bambini e ragazzi.	18
6. Un luogo per eventi dall'ambiente autentico.	20
7. La storia, la continuità e il futuro.	22
8. Il Museo BMW, il BMW Welt e lo stabilimento BMW: un'esperienza del marchio unica al mondo..	24
9. I modelli esposti. Una panoramica.	26
10. Dati e fatti.	31
11. Come arrivarvi, orario di apertura, prezzi e visite guidate.	33

1. Il Museo BMW: vivere tutto il fascino di BMW. Il Museo BMW affascina di nuovo con un concetto e un allestimento espositivo innovativi.



Il 21 giugno 2008 il Museo BMW aprirà di nuovo le porte nella sua sede originale vicino alla centrale di BMW a Monaco di Baviera. Il visitatore sarà accolto da una sintesi innovativa di architettura, allestimento espositivo e media comunicativi. La collezione è composta da 125 modelli originali distribuiti su 25 settori espositivi. Delle linee di sviluppo illustrano la dinamica e il potere innovativo del marchio BMW nel corso della sua storia di oltre 90 anni. Dopo la sua nuova inaugurazione, il Museo BMW conta di registrare annualmente più di 400.000 visitatori. «Noi siamo felici che dopo la prima inaugurazione nel 1973 siamo riusciti nuovamente a elaborare un concetto museale moderno e a creare nella sede dell'azienda, con il Quattro Cilindri BMW, lo stabilimento BMW, il BMW Welt e il Museo BMW un'esperienza del marchio unica al mondo», commenta il dr. Norbert Reithofer, Presidente del Board di BMW AG.

Dalla sua inaugurazione nel 1973, la cosiddetta «tazza del Museo» non è solo la sede del Museo BMW ma è divenuta anche un simbolo architettonico di Monaco. Nell'ambito della ristrutturazione la «tazza del Museo» è stata collegata all'edificio confinante a tetto piano che faceva parte della sede centrale di BMW, il cosiddetto Quattro Cilindri. In questo modo è stato possibile quintuplicare l'area espositiva a 5.000 m². Il concetto espositivo non si concentra solo sulla storia come cronologia conclusa ma elabora i vari temi sotto forma di linee di sviluppo che iniziano nel passato, descrivono il presente e guardano verso il futuro. I media e le varie sceneggiature descrivono queste linee di sviluppo e consentono di apprenderle anche attraverso delle esperienze sensoriali.

La strada verso l'interno.

Il Museo BMW non si isola dal proprio ambiente ma lo introduce simbolicamente anche all'interno. Un sistema di rampe che si sviluppa dinamicamente nello spazio, apparentemente sospeso nel nulla, si collega a corpi espositivi aperti e chiusi. Delle facciate moderne, dei percorsi incrociati e delle visioni affascinanti creano un ambiente vivo, di grande città. Il Museo si intende come un'«opera edilizia» dedicata alla mobilità, composta dagli elementi che ne caratterizzano lo spazio in cui ha luogo: strade, piazze, ponti e case. Questa funzione viene supportata anche dal pavimento del terrazzo di bitume che copre il Museo. Il terrazzo di bitume è realizzato in un asfalto rettificato che sottolinea la sceneggiatura della strada all'interno del Museo. I contenuti e le funzioni sono strettamente collegati uno all'altro. «Per noi era importante che la struttura architettonica conservasse il proprio fascino nel tempo e illustrasse

il proprio linguaggio formale attraverso i contenuti», spiega il professor Uwe. R. Brückner, architetto del nuovo Museo BMW. Il nuovo Museo BMW crea all'interno un ponte tra la sempre moderna architettura della «tazza» degli anni Settanta e l'architettura mediatica del 21. secolo.

Il sistema a rampe collega 25 settori espositivi distribuiti su 7 blocchi tematici. In questo modo il visitatore può approfondire un tema in varie sfaccettature. Le informazioni ottenute in un settore sono completabili con gli aspetti che scopre visitando un ambiente nuovo. L'architettura degli interni consente di organizzare le esposizioni sia lungo l'asse orizzontale che verticale. L'edificio a tetto piano che adesso è parte del Museo accoglie su un'area di 4.000 m², suddivisa in Case e ambienti, la mostra permanente del Museo BMW, mentre nella «tazza del Museo» hanno luogo le mostre tematiche temporanee.

Il cammino è la meta.

Il concetto didattico del Museo consente al guidatore di affrontare interattivamente lo sviluppo dell'azienda e del marchio BMW e di apprendere così da solo quali sono le core-competence dell'azienda. Delle mostre molto differenti una dall'altra creano una sequenza di sale, ognuna con un ambiente affascinante. Le automobili, i contenuti, l'architettura, l'allestimento e il design dei media disegnano insieme una composizione della mostra completamente nuova.

Un percorso centrale guida il visitatore attraverso lo spazio e il tempo, indicandogli la strada verso le singole mostre. Ma nessuno viene obbligato a seguire una determinata strada nel visitare le singole sale: il visitatore può comporre anche il suo itinerario personale attraverso il Museo. Ai temi centrali design, tecnica, Serie costruttive BMW, storia dell'azienda, corse, storia della motocicletta e marchio sono dedicate delle Case, composte a loro volta da vari ambienti situati a livelli diversi che illustrano i vari aspetti di un tema. Ad esempio, la «Casa della tecnica» è suddivisa negli ambienti «Motori», «Costruzione leggera» e «Aerodinamica». Ogni Casa si distingue per una propria identità che si manifesta anche nell'immagine esterna ed interna.

Sceneggiatura dell'esposizione e «architettura dei media».

Un fascino particolare viene emesso anche dall'architettura dei media che pone le vetture BMW al centro dell'attenzione e diviene al contempo parte dell'architettura del Museo. A questo scopo uno strato coperto di LED è stato unito a un pannello di vetro che illumina le Case della mostra. Le facciate sono composte da una superficie di LED di oltre 700 m² con più di 1,765 milioni di diodi luminosi che fungono da fonte centrale di illuminazione del Museo

e donano all'esposizione la luce giusta. Le sezioni della facciata che circondano il cuore del Museo, la Piazza BMW, vengono illuminate attivamente.

Questa illuminazione delle facciate con i LED dona agli elementi statici una loro dinamica.

Inoltre, un cosiddetto «Acousmonium», una straordinaria sala del suono, intensifica con la propria sofisticata acustica le impressioni visive della mostra. Degli elementi interattivi offrono diversi livelli di informazione, includendo il visitatore attivamente nel tema della mostra. Oltre all'utilizzo di superfici sensibili allo sfioramento, nella «Casa dell'azienda» vengono utilizzati dei libri a illustrazioni dalle dimensioni ingrandite. Nel contemplare le fotografie e nello sfogliare il libro i visitatori ascoltano un testo che spiega gli eventi rappresentati dalle fotografie e fornisce delle informazioni supplementari sul tema. Un'altra novità nell'utilizzo dei media audiovisivi viene offerta al visitatore alla fine della sua passeggiata attraverso il Museo: al livello superiore della «tazza del Museo» viene presentata una straordinaria proiezione panoramica che si estende su tutta la parete interna della «tazza». In un ambiente del tutto particolare, esente da pilastri con pareti lunghe 120 metri e alte fino a 6 metri è possibile proiettare con dei beamer ad alte prestazioni degli affascinanti film girati per creare un panorama di 360 gradi.

Un viaggio personale nel tempo con delle icone di design.

Le linee di sviluppo del marchio e dell'azienda vengono illustrate naturalmente anche dalle vetture che hanno marcato lo stile creato da BMW negli ultimi 90 anni. 125 pezzi originali destano in molti visitatori dei ricordi personali. Tra le vetture più amate dal pubblico esposte al Museo BMW vanno ricordate l'Isetta, la BMW 202, la motocicletta R32, la BMW 328 o la 507, ma anche la vettura da record H2R. Automobili, motociclette, macchine da corsa, motori e componenti illustrano la varietà dei prodotti, la continuità e il potere innovativo del marchio. Numerosi pezzi esposti sono stati ampiamente restaurati, ovviamente in modo fedele all'originale.

A coloro che desiderano approfondire il tema delle linee di sviluppo di BMW viene raccomandata una visita guidata. La visita guidata dura circa 1,5 ore; quando viene prenotata per un gruppo completo, la visita può essere anche abbreviata a seconda degli interessi del gruppo. Il numero massimo di partecipanti è sempre di 15 persone. Dei gruppi completi con un minimo di 5 e un massimo 15 partecipanti possono prenotare delle visite esclusive.

Il concetto della mostra accompagna il visitatore in modo intuitivo e gli consente di vivere l'esperienza museale in modo personalizzato anche senza una guida. Il servizio di Cicerone è disponibile come interlocutore durante la visita. E per coloro che desiderano fare una piccola pausa, è a disposizione il

Café M1 del Museo BMW. Già la vista dalla terrazza del Café M1 sul BMW Welt e il Parco olimpico invitano a una breve sosta di riposo. Alla fine, nello shop del Museo si possono acquistare dei souvenir della giornata indimenticabile trascorsa nel Museo BMW.

Programma di pedagogia museale per bambini e ragazzi.

L'approccio attivo agli oggetti esposti nel Museo BMW è anche al centro dell'offerta di pedagogia museale per bambini dai 6 ai 13 anni e ragazzi a partire dai 14 anni. Attraverso la contemplazione degli oggetti da diversi punti di vista vengono trattati vari aspetti, come la tecnica, la storia e il design. I ragazzi apprendono in base agli esempi come contemplare dei modelli esposti in un Museo in modo interdisciplinare e in prospettive differenti. L'istruzione nel Museo» si trasforma così in una «cultura nel Museo». Alla visita del Museo dalla durata di un'ora che viene realizzata sotto forma di dialogo adattato alle conoscenze e agli interessi dei partecipanti, segue il lavoro artistico/pratico nell'atelier creativo del Museo BMW. Per approfondire successivamente i temi a scuola o a casa, il quaderno «Wissensbausteine für Jugendliche» («Nozioni di sapere per ragazzi»; n.d.t.) e i fogli «KinderKreativBlätter» («Fogli creativi per bambini»; n.d.t.) offrono delle informazioni supplementari sul tema della «mobilità» adatte alle due fasce di età.

2. L'architettura: case, ponti, strade e piazze in un ambiente avvolto dall'architettura.

Un edificio dedicato alla mobilità dall'architettura sempre moderna.



Dopo circa due anni e mezzo di lavori BMW celebra il 19 giugno 2008 la nuova inaugurazione del Museo BMW. Grazie al nuovo concetto architettonico e di allestimento, il Museo è stato ampliato a un'area espositiva di oltre 5.000 m². Anche dopo il rinnovo il simbolo resta la cosiddetta «tazza del Museo», l'opera architettonica nota in tutto il mondo disegnata dall'architetto viennese Karl Schwanzer e costruita nel 1973. Schwanzer aveva progettato il Museo insieme alla centrale del Gruppo, il cosiddetto Quattro Cilindri, come un'unità architettonica. L'obiettivo dell'ampliamento e del nuovo allestimento del Museo era di creare un legame con questa importante opera architettonica dallo stile sempre moderno. Inoltre, era divenuta necessaria una nuova interpretazione del concetto originale di Schwanzer che lo avrebbe trasportato nel 21. secolo. Il nuovo Museo BMW offre degli allestimenti e delle tecnologie espositive uniche e presenta degli approcci nuovi sia a livello architettonico che scenografico, utilizzando anche i nuovi media.

Nell'ambito del rinnovo, l'idea alla base dell'architettura di Schwanzer è stata estesa all'edificio dal tetto piano confinante e ulteriormente sviluppata. Il Museo BMW nella sua forma attuale non è una costruzione nuova ma è composto da due edifici costruiti nel 1973: la futura mostra permanente è alloggiata nella sezione ovest dell'edificio piano che veniva usata come zona di riunioni, ristorante aziendale e garage sotterraneo prima della ristrutturazione. Le esposizioni temporanee vengono allestite invece nella «tazza del Museo» famosa in tutto il mondo.

Una delle sfide principali era di trasformare i due edifici molto differenti uno dall'altro in un museo unico. Inoltre, dovevano essere rispettate le severe disposizioni di tutela dei monumenti storici alle quali è soggetto il complesso. BMW ha sviluppato (in collaborazione con l'atelier Brückner) per i due edifici un concetto che da un lato conserva la filosofia architettonica di Schwanzer di «strade e piazze in un ambiente avvolto dall'architettura», completandolo però con «ponti e case». In aggiunta, il concetto tiene conto dei criteri che deve soddisfare un museo moderno con sale per la preparazione di mostre, spazi per programmi di pedagogia museale e un bar, uno shop del museo, sale per riunioni e uffici.

La mobilità caratterizza l'architettura del Museo BMW.

Il Museo viene caratterizzato dal suo ambiente: infatti, è situato tra il Quattro Cilindri BMW, il BMW Welt e lo stabilimento BMW e nelle vicinanze immediate del Parco olimpico, laddove sbucano dalla terra le gallerie stradali e si incrociano strade e piazze. Il traffico su strade, ponti, gallerie e aree di parcheggio che costituiscono gli ambienti funzionali di un'automobile non caratterizza solo l'ambiente del Museo BMW ma trova anche un seguito all'interno del Museo sotto forma di principio architettonico: «Le strade e le piazze in un ambiente avvolto dall'architettura», come lo aveva definito Schwanzer per la «tazza del Museo». L'edificio a tetto piano confinante interpreta questi simboli della «tazza del Museo» in una chiave moderna. All'interno l'edificio è stato completamente ristrutturato, conservando solo i pilastri portanti della costruzione ed è nata così un'architettura nuova e moderna: un sistema di rampe apparentemente sospese nel vuoto che riempie dinamicamente lo spazio collega sette corpi espositivi, chiamati Case. Il visitatore procede lungo il sistema di rampe come su una strada. Il sistema lo porta alle Case, unisce le varie sezioni dell'edificio e lo guida attraverso la mostra. La rampa diviene così il motivo centrale dell'architettura e della mostra. Questa funzione viene supportata anche dal pavimento del terrazzo di bitume che copre il Museo. Il terrazzo di bitume è realizzato in un asfalto rettificato che sottolinea la sceneggiatura della strada all'interno del Museo dove delle facciate moderne, dei percorsi incrociati e delle visioni affascinanti creano il vivace ambiente della città. In ogni angolo del Museo BMW si percepisce che questo è un edificio urbano «dedicato alla mobilità», composto dagli elementi della vita automobilistica. L'architettura del Museo esalta così il fascino e la dinamica del marchio BMW.

Nella «tazza», l'area del Museo che accoglie le mostre temporanee, il sistema di rampe già esistente è stato allungato verso il basso di due «giri», cioè di due piani, così da creare al livello più basso un passaggio diretto tra l'edificio a tetto piano e la «tazza del Museo». Nella piattaforma superiore della «tazza» del nuovo Museo BMW è stato installato un sistema di proiezione di 360 gradi che realizza per la prima un'altra idea di Karl Schwanzer.

Esternamente, la «tazza» del Museo si presenta nuovamente con la facciata originale del 1973. Tutti gli edifici confinanti, in particolare il bordo della «tazza», che risalivano agli anni Ottanta, sono stati smantellati in occasione dei lavori di ristrutturazione e di ampliamento. Quello che resta è la sofisticata statica della «tazza» del Museo: la pelle esterna è costituita da un guscio di calcestruzzo relativamente sottile, ispirata al principio di una scocca automobilistica autoportante. Sulla pelle è appoggiato un tetto piano dal diametro di 40 metri sul quale è stato applicato il più grande logo BMW del mondo, visibile dall'alto.

Dall'esterno è difficile riconoscere l'architettura dinamica ed innovativa del Museo BMW. «Per noi era importante che la struttura architettonica conservasse il proprio fascino nel tempo e illustrasse il proprio linguaggio formale attraverso i contenuti. Solo quando la forma e i contenuti sono in armonia, la scenografia può soddisfare il criterio di «Gesamtkunstwerk», così Uwe R. Brückner, architetto del nuovo Museo BMW. Il nuovo Museo BMW crea all'interno un ponte tra la sempre moderna architettura della «tazza» degli anni Settanta e l'architettura mediatica del 21. secolo.

All'esterno il Museo BMW è già da molti anni un simbolo architettonico. Analogamente alle straordinarie sceneggiature del passato, la moderna ed ampliata architettura delle aree espositive all'interno definisce dei parametri di orientamento nuovi di esperienza museale. Il Museo BMW rivestirà così anche in futuro un ruolo di primo piano nella categoria dei musei del traffico e di aziende di fama internazionale.

3. La mostra: 125 modelli esposti, 25 aree di esposizione, un'esperienza unica.



**Il potere innovativo del marchio
BMW viene illustrato in base a linee
tematiche di sviluppo.**

Grazie al proprio concetto innovativo di esposizione, dopo la sua riapertura il 21 giugno il Museo BMW definirà nuovamente dei parametri di riferimento. Al centro dell'attenzione vi sono le vetture esposte, l'architettura e l'allestimento della mostra che testimoniano l'evoluzione della storia. Un'area espositiva di 5.000 m² con 125 vetture originali esposte presentano ai visitatori il potere innovativo di BMW. Le linee di sviluppo della storia di oltre 90 anni di BMW descrivono in modo autentico le competenze del marchio.

L'obiettivo è stato di collegare l'architettura di Karl Schwanzer con una struttura moderna. Il concetto originale della «tazza» del Museo è stato reinterpretato e trasportato nel 21. secolo. Nel museo BMW il passato e il futuro vivono uno accanto all'altro, ad esempio quando vengono illustrate le tendenze e le trasformazione che si delineavano in passato. I media e le sceneggiature presentano le linee di sviluppo. Gli spettatori comprendono così i vari temi e le sfaccettature del marchio BMW.

Nelle sale contenuti interattivi e dinamica.

Nel Museo BMW il visitatore affronta lo sviluppo del marchio BMW in modo interattivo. Egli scopre da solo e in modo autentico le competenze dell'azienda. Durante la visita di circa due ore il visitatore raccoglie numerose informazioni ed esperienze, sia a livello sperimentale che attraverso il dialogo. Nelle varie sale, numerose mostre con delle sceneggiature straordinarie compongono una sequenza di immagini unica. Le autovetture, gli oggetti, l'architettura, la sceneggiatura e il design dei media creano un'innovativa e affascinante composizione espositiva.

Un dinamico sistema di rampe che appare sospeso nello spazio forma un doppio numero otto, estendendosi fino al sottopiano e collegandosi con 25 aree espositive aperte e chiuse. Su questo sistema a rampe il visitatore procede come su una strada che lo accompagna in un viaggio nel tempo e nello spazio con zone per grandi sceneggiature che comprendono più sale e guidano il visitatore verso le singole mostre. Ovviamente, i visitatori sono liberi di seguire il cammino proposto o di comporre la visita del Museo secondo le loro preferenze personali.

Il concetto delle Case tematiche.

Il Museo contiene sette Case tematiche che si estendono fino a tre livelli e le quali presentano i singoli temi: il design, la tecnica, le Serie costruttive, la storia dell'azienda, le corse, la storia della motocicletta e il marchio. I singoli ambienti di una casa illuminano i vari aspetti di un tema. Ad esempio, la «Casa della tecnica» è suddivisa negli ambienti «Motori», «Costruzione leggera» e «Aerodinamica». Ogni Casa ha una propria identità che viene sottolineata da un'immagine architettonica differente. Al centro dell'attenzione si trova il modello originale che rappresenta anche il punto di partenza di ogni zona. L'attenzione si concentra sul singolo oggetto o su un gruppo di oggetti esposti che descrivono le linee dello sviluppo. Ogni oggetto o gruppo di oggetti viene messo in scena secondo il relativo tema al centro della sala.

Ad esempio, la Casa tematica «Design» illustra su tre livelli gli stadi che percorre una vettura durante la sua elaborazione stilistica. La composizione della Casa offre al visitatore la possibilità di vivere il processo di sviluppo di BMW Design come esperienza sensoriale. All'inizio il visitatore entra nella «Sala delle idee» che presenta la filosofia del marchio come base per il design. In una fase successiva egli raggiunge l'«Atelier» che tematizza il lavoro di sviluppo, cioè il vero processo di design. Alla fine il visitatore arriva nella «Camera del tesoro» del sottopiano dove incontra delle icone di BMW che sono nate dal processo di design e costituiscono al contempo dei punti di riferimento per nuove creazioni. A tutti e tre i livelli il visitatore gode di una vista lungo l'intero asse verticale, così da riconoscere l'interazione tra i vari settori.

La sceneggiatura dell'esposizione fa uso dei nuovi media.

Grazie a una ricca «architettura mediatica», i nuovi media integrati in modo invisibile mettono le vetture BMW al centro dell'attenzione, creando a loro volta un fascino del tutto particolare. L'architettura degli interni del nuovo Museo BMW comprende la «Piazza BMW», una sala del tutto particolare avvolta da facciate di diversi metri di altezza. Le facciate sono composte da pannelli di vetro satinato dietro i quali è montata una tecnica reattiva LED composta da oltre 1,7 milioni di diodi eletroluminescenti che immergono la sala centrale in una luce chiara. Sulla superficie della facciata di 706 m² vengono visualizzate sequenze di film e immagini che presentano il tipico «Piacere di guidare» di BMW.

Attraverso l'utilizzo dei media sulla facciata vengono modificati anche gli elementi statici, così da rendere dinamica tutta l'esposizione. Inoltre, un cosiddetto «Acousmonium», una straordinaria sala del suono, intensifica con la propria sofisticata acustica le impressioni visive della mostra. Degli elementi interattivi offrono diversi livelli di informazione, includendo il visitatore

attivamente nel tema della mostra. „Nel nuovo Museo BMW l'utilizzo mirato dei media supporta la comunicazione dei temi e dei contenuti BMW. L'utilizzo dei mezzi di comunicazione sottolinea l'impegno di offrire al visitatore un'esperienza museale innovativa e ricca di sfaccettature”, commenta il professore Joachim Sautter della ditta ART+COM, responsabile per le messe in scena mediatiche del Museo.

Un esempio di come la sceneggiatura mediatica sia stata sintonizzata sui contenuti sono i libri di dimensioni sovraproporzionali della sala «Aspetti» nella «Casa dell'azienda». Nel contemplare le fotografie e nello sfogliare il libro i visitatori ascoltano un testo che spiega gli eventi rappresentati dalle fotografie e fornisce delle informazioni supplementari sul tema. La presentazione dei temi BMW anche nella dimensione spaziale trasmette al guidatore i contenuti sotto forma di un racconto, così da rendere i temi più facilmente comprensibili nel loro rispettivo contesto. Nel Museo BMW la grafica e la tipografia non vengono considerate isolatamente, nella loro funzione di elementi di comunicazione di contenuti, ma come parte integrale di una sceneggiatura multistrato. La sceneggiatura e la grafica formano insieme uno spazio di informazioni in cui la grafica e l'allestimento creano un'unità. La grafica sottolinea la logica e supporta la struttura del racconto. Lo spazio, l'allestimento della sale e le informazioni compongono insieme il linguaggio visivo del Museo.

Alla fine del suo giro il visitatore incontra nella piattaforma superiore della «tazza del Museo» una sintesi di architettura e sceneggiatura mediatica. Una proiezione panoramica si estende su tutta la parete interna della «tazza». In un ambiente straordinario, esente da pilastri con pareti lunghe 120 metri e alte fino a 6 metri è possibile proiettare dei film girati appositamente per creare un panorama di 360 gradi.

Un viaggio personale nel tempo con delle icone di design.

Le linee di sviluppo del marchio e dell'azienda vengono illustrate naturalmente anche dalle vetture che hanno marcato lo stile creato da BMW negli ultimi 90 anni. 125 pezzi originali destano in molti visitatori dei ricordi personali. Tra le vetture più amate dal pubblico esposte al Museo BMW vanno ricordate l'Isetta, la BMW 202, la motocicletta R32, la BMW 328 o la 507, ma anche la vettura da record H2R. Automobili, motociclette, macchine da corsa, motori e componenti illustrano la varietà dei prodotti, la continuità e il potere innovativo del marchio. Al fine di garantire un elevato standard internazionale del Museo BMW, numerosi pezzi esposti sono stati ampliamente restaurati, ovviamente in modo fedele all'originale.

4. Una visita. Delle grandi sceneggiature illustrano le linee di sviluppo del marchio BMW.



A Monaco, nel Museo BMW con la sua architettura e il suo allestimento nuovi il visitatore può vivere un'esperienza museale del tutto particolare. L'immagine del Museo BMW offre un'atmosfera luminosa e aperta. Dei materiali pregiati e un linguaggio formale puro sono gli elementi fondamentali della nuova architettura, i quali sviluppano eleganza, un'estetica sempre attuale, sobrietà, forza e maturità. Una visita delle 25 aree espositive dura circa due ore e si suddivide in 7 blocchi tematici che presentano 125 oggetti esposti. Grazie alle mostre temporanee, i visitatori possono approfondire le loro conoscenze del marchio BMW.

Il concetto della libera scelta.

Un percorso centrale guida il visitatore attraverso il tempo e lo spazio, offre la possibilità di creare delle sceneggiature che abbracciano più sale e indica la strada verso le mostre. Grazie alla configurazione verticale delle singole aree, il percorso accompagna gli ospiti varie volte alle singole Case tematiche. Gli ambienti delle Case, situati a livelli differenti, illuminano le varie sfaccettature di un tema. Se il visitatore segue il percorso ideale, egli torna sempre al blocco del tema centrale. Al visitatore viene presentato un aspetto nuovo in ogni ambiente nuovo in cui entra. Il percorso va inteso come una proposta. Ovviamente, i visitatori possono comporre la loro visita secondo le preferenze personali e scegliere solo singole aree espositive. Il Museo BMW non presenta la storia come cronologia conclusa ma elabora i singoli temi sotto forma di linee di sviluppo che iniziano nel passato, descrivono il presente e ispirano il futuro. Dato che vengono illustrati i processi di sviluppo e di trasformazione anche lo sguardo nel futuro è parte della contemplazione.

Un'esperienza museale lunga un chilometro con presentazioni sia a un livello unico che distribuite su vari livelli.

La visita del Museo si estende per circa un chilometro ed inizia nell'edificio a tetto piano in cui si trovano le esposizioni permanenti. Il percorso termina al piano superiore della famosa «tazza» del Museo che accoglie le mostre temporanee dedicate a temi vari. Le due entrate portano anche allo shop del Museo e al Café M1 e allo sportello dove i visitatori possono acquistare i loro biglietti. Già in questa zona del foyer, dunque prima che inizi la vera esperienza museale, i visitatori ottengono una prima impressione dell'allestimento innovativo e moderno dell'esposizione nel Museo BMW. Qui il visitatore raggiunge la facciata alta quasi 13 metri della «Piazza BMW», rivestita di pannelli di vetro satinato. Dietro questi pannelli è montata una tecnica LED composta da

oltre 1,7 milioni di diodi elettroluminescenti che la immergono in una luce molto chiara. Sulla superficie della facciata di 706 m² vengono proiettate immagini e sequenze di film che creano un nesso con il tipico «Piacere di guidare» di BMW e le quali fungono da sommario gigante dei contenuti del Museo. Qui nasce anche un sistema di rampe che si sviluppa dinamicamente verso l'alto, unendo i vari corpi della mostra. Delle facciate moderne, dei percorsi collegati tra di loro e delle viste affascinanti creano un'atmosfera di città. Il visitatore comprende che il Museo BMW vuole essere compreso come un «edificio dedicato alla mobilità» urbana, composto dagli elementi della vita automobilistica: strade, piazze, ponti e case.

La Casa del design.

La passeggiata attraverso il Museo inizia con uno sguardo nel futuro. Se il visitatore segue il percorso proposto, nella prima zona espositiva egli entra nell'ambiente «Ispirazione». Idee in evoluzione della Casa del design. Questo ambiente sorprende gli ospiti del Museo perché traduce in un linguaggio scultoreo i valori del marchio BMW e si concentra esclusivamente sui messaggi essenziali. L'asse visivo verticale collega i tre ambienti di questa Casa tematica e illustra il processo che porta dal concetto astratto alla sua concretizzazione. Passando dall'«Ispirazione» attraverso il processo di lavoro nell'ambiente «Atelier. Il design nel dialogo» fino alle straordinarie icone stilistiche di BMW nella «Camera del tesoro». L'eredità come ispirazione il visitatore si avvicina attraverso una serie di esperienze sensoriali al «Segreto» del design BMW.

La Casa dell'azienda.

Il secondo ambiente «I primi passi. Gli inizi.» fa parte della «Casa dell'azienda». Il visitatore apprende la storia degli inizi dell'azienda nella produzione di motori aerei nel 1917, della costruzione della prima motocicletta nel 1923 fino all'acquisto di una fabbrica di autovetture ad Eisenach nel 1928 che marca l'entrata di BMW nella costruzione di automobili. Nel ambiente «Aspetti. Il pensiero e l'azione» ai quali l'ospite giunge nel corso della sua visita, vengono presentate delle informazioni sulla cultura aziendale di BMW e sugli aspetti che la caratterizzano. Qui l'attenzione si concentra sulle persone che hanno fatto del marchio quello che rappresenta oggi.

La Casa della motocicletta.

La Casa della motocicletta racconta lo sviluppo della costruzione di motociclette in BMW. La storia inizia con la produzione di motori per diversi fabbricanti. Nel 1923 BMW costruisce la prima motocicletta, la R32. Già questo modello era equipaggiato con un motore boxer e un albero cardanico, due elementi che caratterizzano ancora oggi il marchio. Inoltre, BMW sviluppa in questo periodo anche altri concetti di motori e di trasmissione.

La BMW Motorrad ha sviluppato numerose innovazioni fino alla produzione di serie, come ad esempio le prime testate dei cilindri in lega leggera o la forcella telescopica ammortizzata idraulicamente. Le innovazioni presentate nei vari modelli vengono sottolineate da una grafica particolare, così che i visitatori riconoscono immediatamente le innovazioni prodotte da BMW nella costruzione di motociclette.

La Casa della tecnica.

Il sistema a rampe accompagna il visitatore nell'ambiente «Costruzione leggera. Meno è meglio» che si trova nella «Casa della tecnica». Questo ambiente illustra come BMW affronta con successo nella produzione automobilistica e motociclistica a livello di progettazione, di tecnologia e di utilizzo di materiali leggeri il problema dell'aumento del peso, risultante dalle crescenti esigenze dei clienti. La costruzione leggera è un principio ancorato già nel 1917 nella progettazione di BMW e ha promosso anche i grandi successi nello sport automobilistico e motociclistico.

L'ambiente «Aerodinamica. Formati dal vento.» è situato a un livello particolare della Casa tematica «Tecnica» e mette in scena un ambiente ispirato a un canale del vento. Una resistenza aerodinamica e una portanza possibilmente basse, abbinate a un raffreddamento sufficiente del motore e dei vari componenti, sono le caratteristiche che distinguono un'aerodinamica efficiente. Questo ambiente illustra al visitatore l'importanza di uno scambio di informazioni tra ingegneri di aerodinamica e designer nel processo di sviluppo di autovetture.

L'ultimo ambiente della Casa tematica «Tecnica» è «Motori. Il nome è un impegno». La costruzione di motori è la core-competence di BMW. Le innovazioni e un'ampia gamma di categorie di potenza determinano la leadership su scala mondiale di BMW a livello tecnologico e prestazionale. Uno dei propulsori più importanti sin dalla costituzione dell'azienda è il motore a sei cilindri.

La Casa delle corse.

La «Casa delle corse» abbozza la storia di BMW nella competizione. Da quando produce delle autovetture, BMW si impegna anche nelle corse automobilistiche. Questa Casa tematica illustra l'intera gamma delle possibilità tecniche, dalla vettura di serie quasi non modificata per la partecipazione a una gara fino alle automobili speciali da turismo o alle monoposto da Formula 1 realizzate con un altissimo impegno tecnico. Il mondo delle corse assume un ruolo di avanguardia e determina un intenso scambio tecnologico con la produzione di serie. Il primo ambiente «Tipologie di vincitori» descrive la storia dei successi conseguiti con l'automobile sportiva di serie BMW 328 che si conquistò in brevissimo tempo la leadership in Europa nella categoria dei

2000 cc. Già nel 1980 BMW fu la prima casa automobilistica ad utilizzare la telemetria nelle gare, al fine di potere analizzare meglio i dati della gestione motore e di promuoverne l'ottimizzazione. All'inizio degli anni Ottanti BMW entrò nella Formula 1 come fornitore di motori della Brabham. Già nel 1984 l'azienda conquistò con Nelson Piquet il titolo di Campione mondiale. Dopo il suo rientro nella Formula 1 nell'anno 2000 BMW ha raggiunto una delle prime posizioni nella categoria dei costruttori.

L'ambiente «Motociclette e corse. I successi su due e tre ruote.» illustra come al termine degli anni Trenta BMW si era posizionata, marcando una serie di record mondiali, come il marchio più sportivo d'Europa. La lunga tradizione agonistica in tutte le discipline documenta la dinamica del marchio motociclistico BMW.

L'ambiente «Automobili da turismo» rappresenta con i modelli 1800 TI e 200 TI le classiche vetture da turismo vicine alla produzione di serie le quali sono quasi identiche al prodotto destinato al cliente. Nella BMW 3.0 CSL è stato utilizzato per la prima volta nello sport un motore a quattro valvole per cilindro; inoltre, BMW ha collaudato il sistema di ABS prima di introdurlo nella produzione di serie. Anche nella BMW M3 e nella BMW M3 GTR le esperienze raccolte vengono sono state sfruttate nello sviluppo delle rispettive vetture di serie. Nella galleria è stato dedicato uno spazio speciale ai motori da corsa e ai motori degli aerei.

La Casa delle Serie BMW.

Con l'ambiente «La BMW Serie 7. Il lusso nella sua forma più dinamica» BMW dà prova della propria competenza nella categoria premium superiore. Già il primo precursore della BMW Serie 7, la BMW 335 del 1939, definì dei parametri di riferimento a livello di rotondità di funzionamento, di tecnica e di dinamica. Equipaggiata con un motore a sei cilindri da 90 CV la BMW 335 era la berlina più veloce della categoria di appartenenza. La prima Serie 7 venne presentata nel 1977. Con la BMW Serie 7 l'elettronica entrò nell'automobile.

L'ambiente «I modelli BMW M. M: la lettera più potente del mondo.» illustra come dal 1978 BMW ha creato, come prima casa automobilistica del mondo, una linea particolarmente sportiva basata sulla produzione di serie. I modelli BMW M rappresentano una sintesi di alte prestazioni, di affidabile tecnica da grande serie e di design personalizzato e vengono realizzati in esclusive piccole serie. Nel 1972 venne costituita la BMW Motorsport GmbH, la futura M GmbH, con lo scopo di costruire delle automobili da corsa. Nel 1978 è stata presentata la M1, una vettura con un motore centrale, il primo modello di serie BMW sviluppato da questo reparto speciale insieme a partner esterni.

La Casa del marchio.

L'ambiente successivo «La pubblicità. Lo specchio dei tempi.» si trova nella Casa del marchio dove viene presentata la comunicazione con il cliente BMW. Manifesti, annunci e film pubblicitari dagli inizi fino ai tempi moderni riflettono sia lo sviluppo del marchio che la grafica pubblicitaria e il linguaggio figurativo. Questa mostra presenta anche le trasformazioni della società e delle esigenze dei clienti. Qui si riconosce che il marchio BMW è marcato da continuità sia nell'immagine che nei messaggi. L'ambiente «Incontri. Eventi ed esperienze» documenta le esperienze personali dei clienti con le automobili BMW. A differenza dell'ambiente «Pubblicità», in questa sala viene presentata la comunicazione del cliente con il marchio. Ad esempio, la BMW Isetta e la BMW 2002 si distinguono dal grande numero di automobili di BMW per la loro particolare popolarità. I due modelli non sono divenuti solo dei modelli classici della storia automobilistica ma riflettono anche la sensazione di vita e lo zeitgeist di un'epoca. Un alto numero di materiale illustrativo privato documenta lo stretto rapporto tra la persona e le sue automobili BMW.

L'area espositiva «Visioni. I percorsi del futuro.» descrive il lavoro di BMW nel settore della sostenibilità e della riduzione del consumo di carburante e di aumento delle prestazioni e della dinamica. Al fine di assicurare la mobilità individuale anche in futuro, BMW promuove insieme a vari partner del mondo politico, economico e scientifico lo sviluppo di infrastrutture e di tecnologie che fanno dell'idrogeno il nuovo vettore energetico. L'ambiente illustra le misure progettate a breve e a lungo termine nell'ambito della strategia BMW EfficientDynamics. Queste si estendono da soluzioni intelligenti per l'intera gestione energetica fino all'ibridizzazione della propulsione e alla visione BMW CleanEnergy che vuole abolire completamente le emissioni di CO₂ attraverso l'utilizzo dell'idrogeno.

L'area delle mostre temporanee nella «tazza» del Museo.

Nel passaggio dalla zona dell'esposizione permanente nell'edificio a tetto piano del Museo alla «tazza» del Museo, il visitatore incontra le BMW Art Car. La BMW Art Car Collection è una collezione di fama mondiale di «opere d'arte su quattro ruote» e comprende nel frattempo 16 autovetture che sono state decorate dai seguenti artisti noti su scala internazionale: Alexander Calder, Frank Stella, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Ernst Fuchs, Robert Rauschenberg, Michael Jagamara Nelson, Ken Done, Matazo Kayama, César Manrique, A. R. Penck, Esther Mahlangu, Sandro Chia, David Hockney, Jenny Holzer e Olafur Eliasson. Un'automobile della collezione è sempre esposta nel Museo BMW mentre le altre vengono presentate in famosi musei e centri culturali di tutto il mondo.

In occasione dell'inaugurazione, la mostra temporanea nella «tazza» del Museo presenta le Concept Car di BMW. Nel piano superiore della «tazza» il visitatore può godersi una proiezione panoramica sulla parete interna della «tazza».

Questo straordinario ambiente esente da pilastri con una parete lunga 120 metri e alta fino a 6 metri consente di realizzare un panorama di 360 gradi, offrendo così al visitatore un'attrazione del tutto particolare alla fine della sua visita.

La scala mobile del Museo porta il visitatore al foyer dove può acquistare un souvenir nello shop del Museo o rilassarsi nel Café M1 con una splendida vista sul BMW Welt e il Parco olimpico, ripassando nella mente le numerose impressioni raccolte durante la sua visita del Museo.

5. **Workshop di pedagogia museale per bambini e ragazzi.**



Nella sua qualità di «luogo di apprendimento extrascolastico» il Museo abbina l'istruzione al divertimento e avvicina il passato al futuro.

Il Museo BMW invita bambini e ragazzi alla sua scoperta e a raccogliere delle informazioni e delle esperienze sui temi presentati. L'elemento centrale dell'offerta di pedagogia museale «Lezioni nel Museo BMW» è costituito da programmi dedicati alle scuole e composti da introduzioni ai vari temi e un programma pratico/artistico. L'obiettivo perseguito è di sviluppare le capacità di bambini e ragazzi. La pedagogia museale del Museo BMW prevede una discussione attiva sugli oggetti esposti. Soprattutto per i bambini e i ragazzi a partire dai sei anni vale il principio: il cammino è la meta. La priorità non sono la conoscenza di un numero di fatti possibilmente alto, bensì i vari processi di apprendimento. Il Museo offre a scuole, a gruppi di bambini e ragazzi delle visite guidate e dei workshop per le fasce di età dai 6 ai 13 anni e dai 14 ai 18 anni.

Il Museo BMW promuove le capacità dei bambini e dei ragazzi.

Al centro della visita accompagnata da un pedagogo museale vi è la contemplazione attiva di una selezione degli oggetti esposti che non si limita allo studio degli aspetti tecnici. Il Museo è un luogo ideale per applicare vari approcci e strategie di apprendimento, per analizzare dei fatti e discuterli. Le capacità che vengono promosse dalle guide di pedagogia museale sono la percezione, la comunicazione, la creatività, il pensiero interdisciplinare, la coscienza storica e la formazione estetica. Per i ragazzi a partire dai 14 anni il Museo offre delle visite accompagnate sotto forma di dialogo mentre per i bambini più piccoli sono previsti dei percorsi di scoperta del Museo. L'attività artistica che ha luogo dopo la visita guidata del Museo vuole promuovere la concretizzazione in un'attività creativa personale delle impressioni e delle informazioni raccolte.

I ragazzi contemplano da vari punti di vista i pezzi esposti, li discutono in contesti differenti, come quello tecnico, scientifico, storico e stilistico. Un'altra fonte di discussione sono i testi dell'epoca iniziale dell'automobile che vengono confrontati con gli oggetti esposti. I ragazzi apprendono in base agli esempi come contemplare dei modelli esposti in un Museo in modo interdisciplinare e in prospettive differenti. «L'istruzione nel Museo» si trasforma così in una «cultura nel Museo». I contenuti e le relative discussioni sono sempre adattati alle conoscenze e agli interessi dei partecipanti, tenendo conto della loro età.

Oltre alla contemplazione e all'esame critico, l'itinerario di scoperta per i bambini dai 6 ai 13 anni mette al centro dell'attenzione soprattutto le attività di analisi, di sviluppo di concetti e la creatività. La visita guidata è adatta alle esigenze dei bambini, si orienta agli interessi dei bambini e applica varie metodologie. I bambini cercano ad esempio determinati pezzi esposti utilizzando delle foto dettagliate, li scoprono e successivamente li analizzano. Nello scoprire e discutere gli oggetti esposti i bambini assumono diversi ruoli, ad esempio del tecnico, del designer o dello storico. La visita del Museo BMW illustra agli studenti che le apparecchiature tecniche sia nella loro complessità che nei singoli dettagli sono il frutto di concetti predefiniti e costituiscono al contempo la base per nuove e creative idee future. Inoltre, la visita dimostra che i vari componenti sono derivati da determinate applicazioni e funzioni e hanno così anche una loro storia.

Le visite accompagnate del Museo per bambini e ragazzi vengono completate dal lavoro artistico/pratico nell'atelier creativo del Museo BMW dove i giovani visitatori traducono le impressioni raccolte e le nozioni apprese in un'attività creativa. La visita del Museo ottiene così un elevato valore didattico. Il primo tema trattato sarà la decorazione pittorica di un'automobile che sarà legato alla collezione BMW Art Cars. Gli studenti delle scuole medie tratteranno i temi ornamento, simbolo e anamorfosi. I bambini delle scuole elementari si dedicheranno invece alla decorazione di diverse automobili.

L'offerta pedagogica del Museo BMW intende stimolare i bambini e i ragazzi, così come i loro insegnanti e accompagnatori, a portare avanti l'aspetto creativo a scuola e a casa. Al momento di prenotazione di uno dei programmi gli insegnanti ottengono i media accompagnativi di pedagogia museale. Ma questi media possono essere acquistati nello shop del Museo anche da gruppi di visitatori privati, così da arricchire l'esperienza museale, ad esempio in occasione di una visita in famiglia o di una festa di compleanno di un bambino. La pubblicazione «Wissensbausteine für Jugendliche» (Nozioni di sapere per ragazzi, n.d.t.) può esser utilizzato sia come guida per una visita privata che per preparare o ripassare la visita; i KinderKreativBlätter («Fogli creativi per bambini»; n.d.t.) promuovono la creatività dei giovani visitatori. Grazie alla rappresentazione del contenuto di ogni foglio di lavoro sotto forma di immagini, i relativi compiti possono essere risolti senza che siano necessarie delle ulteriori informazioni e lasciano al giovane la libertà necessaria per sviluppare le proprie idee.

Le offerte dell'atelier creativo vengono aggiornate ad intervalli regolari e presentano così degli aspetti sempre nuovi che promuovono la discussione creativa di vari temi.

6. Un luogo per eventi dall'ambiente autentico.

Il Museo BMW offre un ambiente esclusivo per delle manifestazioni senza pari.



Con la riapertura del Museo BMW nasce un nuovo ambiente esclusivo per accogliere degli eventi. Avvolti dalla straordinaria architettura del Museo e dall'allestimento innovativo dell'esposizione, le diverse sale del Museo BMW offrono un'atmosfera affascinante ed inconfondibile per organizzare delle manifestazioni. La capacità degli ambienti è adatta a ricevere sia piccoli gruppi nel Café M1 che grandi eventi con un massimo di 340 persone nella Piazza BMW. Delle visite del Museo guidate da esperti fanno di ogni evento organizzato nell'ambiente museale un'esperienza culturale. Il collegamento ottimale alla rete pubblica di trasporto e l'offerta di parcheggi nelle immediate vicinanze creano le premesse ideali per organizzare delle feste indimenticabili. Un incentivo supplementare è costituito dallo stretto collegamento al BMW Welt inaugurato nel 2007 e allo stabilimento BMW di Monaco.

Il nuovo Museo BMW presenta in modo affascinante ed innovativo la storia aziendale, del marchio e dei suoi prodotti. Grazie a un concetto nuovo di esposizione e a un'area nettamente più grande, il Museo presenta la competenza di BMW nei settori del design e dei motori, così come la cultura e il potere innovativo dell'azienda. Qui si abbinano dinamica, sportività, eleganza e passione. Con le sue diverse sale il Museo BMW offre una piattaforma unica per organizzare degli eventi indimenticabili. L'esposizione offre un complemento che arricchisce ogni manifestazione.

Degli ambienti straordinari per eventi di qualsiasi tipo e dimensione.

L'area più versatile e affascinante per organizzare degli eventi è la «tazza del Museo BMW» che offre la possibilità di svolgere delle manifestazioni in uno dei simboli della città di Monaco più famosi del mondo. Le due aree espositive superiori della tazza dalla superficie di 652 m² e una capacità massima di 200 persone sono perfette per organizzare delle presentazioni di prodotti, delle mostre, delle consegne di premi, dei ricevimenti ma anche dei party, delle performance artistiche, delle DJ-night e delle presentazioni cinematografiche.

Un altro ambiente del Museo BMW particolarmente adatto alle manifestazioni è il cuore stesso del Museo: la Piazza BMW. La zona sopraelevata dall'altezza di oltre 12 metri attira ovviamente l'attenzione. L'interazione tra tecnica mediatica e architettura consente di realizzare su una superficie LED di 700 m² delle forme di sceneggiatura e di coreografia di manifestazioni completamente nuove. La superficie totale di 407 m² consente di accogliere fino a 340 persone.

Per manifestazioni come ricevimenti, feste e conferenze è particolarmente adatto il foyer del Museo BMW, il punto d'incrocio di tutte i percorsi dei visitatori e delle principali aree di servizio. La vista dalla Piazza BMW all'altezza di 12 metri con la sua moderna «architettura mediatica» trasmette una prima impressione del nuovo carattere dell'architettura del Museo. L'area totale di 200 m² è adatta a manifestazioni con un massimo di 200 persone. Nella zona del foyer è situato inoltre il Café M1 del Museo BMW. Questo bar e la sua terrazza con una splendida vista sul BMW Welt e il Parco olimpico può essere affittato per delle manifestazioni.

La configurazione delle singole aree degli eventi è adattabile alle richieste dei clienti. Per una manifestazione perfetta il project management del Museo BMW supporta con la propria competenza gli organizzatori dell'evento nelle fasi di pianificazione ed esecuzione. Il catering può essere delegato al gestore del bar, la M Restaurant GmbH; l'offerta varia dal ricevimento con un bicchiere di spumante fino alla cena esclusiva. In più, il Museo BMW mette a disposizione una ricca gamma di servizi: dal personale per le manifestazioni a un servizio di sicurezza e tecnici dei media.

Le aree delle manifestazioni sono disponibili, dopo il normale orario di apertura, dal martedì al venerdì a partire dalle ore 18 e il sabato, la domenica e i giorni festivi a partire dalle ore 20. L'esposizione può essere visitata da gruppi composti dagli invitati di un evento.

7. La storia, la continuità e il futuro. Il Museo BMW nel tempo.



Come già in occasione della sua inaugurazione nel 1973, grazie al proprio concetto innovativo e affascinante, il Museo BMW definisce nuovamente dei parametri di riferimento. Una tecnologia dei media straordinaria è integrata nell'architettura dell'esposizione, così da essere una parte integrante della mostra stessa e di consentire il dialogo tra il visitatore e la mostra. Con il proprio potere innovativo il Museo BMW porta avanti la tradizione di museo di fama internazionale che detiene da oltre 35 anni.

La storia di BMW è parte del presente e del futuro marchio BMW. La tradizione e l'era moderna, il passato e il futuro non si escludono ma sono interdipendenti. Sia la struttura architettonica che espositiva del Museo BMW sono rimasti fedeli a questo principio. Nonostante che l'area espositiva sia quintuplicata, non è stato necessario costruire un museo nuovo. La «tazza» del Museo, un monumento protetto e uno dei simboli della città di Monaco, è stata collegata a un edificio della centrale del Gruppo, così da ampliare il Museo nella sua sede tradizionale tra il Quattro Cilindri BMW, lo stabilimento BMW e il BMW Welt.

Invece di mistificare, la didattica del Museo descrive le linee di sviluppo dal passato al presente e dal presente al futuro. I 125 modelli originali, automobili, motociclette, motori da corsa e aerei, illustrano in modo affascinante la varietà dei prodotti, la continuità, le innovazioni e il percorso di successo del marchio, dai suoi inizi fino ai nostri tempi, gettando anche uno sguardo verso il futuro. Le linee di sviluppo documentano in modo autentico e creativo le competenze tecniche e aziendali del marchio BMW nella sua storia di oltre 90 anni.

Tutto iniziò nel 1917 con la costruzione dei motori aerei. Nel 1923 la direzione di BMW decise di costruire delle motociclette, nel 1928 seguirono le prime automobili BMW. In effetti, furono l'affidabilità dei motori e i notevoli successi nelle corse a trasformare BMW in un brand di fama mondiale.

Innovazione e continuità: il Museo BMW.

Con l'inaugurazione del Museo nel 1973, BMW fu una delle prime case automobilistiche a inserire il proprio marchio in un museo automobilistico con un contesto culturale, tecnico e storico. L'edificio costruito sotto la direzione dell'architetto professor Karl Schwanzer definì all'epoca dei parametri di riferimento nuovi di presentazione della propria storia ma anche nel posizionamento dei modelli tecnici nello loro contesto sociale. Negli ultimi 35 anni il Museo BMW ha presentato tre grandi mostre permanenti, le quali hanno

affascinato il pubblico: Zeitmotor, Zeitsignale e Zeithorizont erano i titoli delle esposizioni che illustravano i legami con la società, lo zeitgeist e la cultura. Dal 1973 il Museo ha registrato annualmente oltre 200.000 visitatori, assumendo a Monaco il secondo posto dei musei più visitati dopo il Deutsches Museum.

Con la sua riapertura il Museo BMW porta avanti la sua storia di successo con la presentazione moderna ed innovativa di pezzi unici della storia di BMW.

Il nuovo orientamento, la ristrutturazione e l'ampliamento del Museo BMW si erano resi necessari per una serie di motivi: dal 1973 l'azienda era cresciuta con grande successo, espandendo in tutto il mondo. Attualmente BMW offre un'ampissima gamma di prodotti, numerose innovazioni in quasi tutti i settori automobilistici ed è nota in tutto il mondo per il proprio design innovativo.

La storia del marchio è cresciuta in misura tale che le dimensioni del Museo progettate alla fine degli anni Sessanta non erano più sufficienti per accogliere questa varietà di prodotti e presentare lo stato della tecnica nella storia di BMW. Al fine di rendere onore alla posizione di casa automobilistica premium conquistata da BMW e di corrispondere agli standard dei musei internazionali, il Museo BMW si presenta adesso in un nuovo splendore. Grazie alla sua configurazione moderna, a un nuovo concetto espositivo e ai prodotti affascinanti, il Museo BMW definisce nuovamente dei parametri di riferimento e contribuirà anche in futuro alla ricchezza culturale della città di Monaco e ad attirare dei turisti. Il nuovo Museo BMW prevede di dare il benvenuto annualmente a circa 400.000 visitatori.

8. Il Museo BMW, il BMW Welt e lo stabilimento BMW: un'esperienza del marchio unica al mondo.



Il nuovo Museo BMW completa l'esclusiva presentazione del marchio nella sua sede di Monaco.

Con la riapertura del Museo viene completata un'idea che iniziò con il concetto del BMW Welt. Visitando lo stabilimento BMW, il BMW Welt e il Museo BMW i visitatori possono fare la conoscenza di tutte le sfaccettature del marchio. La concentrazione e la varietà offerte trasformano la visita in un'esperienza del marchio unica al mondo. Qui si manifestano l'autenticità e la continuità, la storia del marchio, la produzione e le tecniche innovative di BMW. Ognuno dei tre luoghi, il Museo, il BMW Welt e lo stabilimento, consente di apprendere degli affascinanti dettagli sul marchio BMW. Insieme, i tre punti di interesse creano un'immagine che simbolizza il carattere esclusivo di BMW.

Il Museo BMW. L'origine del futuro.

Nel 1973, nelle vicinanze immediate del Quattro Cilindri BMW fu costruito il Museo BMW che registrava annualmente oltre 200.000 visitatori. Il concetto del nuovo Museo BMW con una superficie cinque volte superiore, mette al centro dell'attenzione il fascino del marchio BMW che si esprime attraverso la dinamica, la sportività e la passione. Con 125 modelli originali, nuove tecniche di presentazione, mostre permanenti e temporanee e l'utilizzo dei nuovi media vengono creati dei legami con la storia politica, dei trasporti, dell'economia e della società, l'arte e la cultura. Un percorso centrale accompagna il visitatore in un viaggio nello spazio e nel tempo, offrendo un ampio ventaglio di temi e aspetti interdisciplinari. Una ricca varietà di prospettive, delle nozioni sorprendenti e delle visioni futuristiche, così come mostre estese su più sale intensificano la qualità drammaturgica del Museo. Grazie all'architettura dinamica della cosiddetta «tazza» e all'interior design noto in tutto il mondo, alla varietà senza pari dei modelli originali del marchio e dei suoi prodotti, il Museo BMW affascina persone provenienti da tutto il mondo ed è una delle maggiori attrazioni di Monaco di Baviera.

BMW Welt. The Art of Being BMW.

Grazie alla propria architettura di avanguardia, il BMW Welt è una pietra miliare dell'immagine della città di Monaco. L'elemento centrale è composto dalla consegna personalizzata dell'automobile al suo proprietario. Circa 45.000 autovetture vengono consegnate annualmente ai loro proprietari provenienti da tutto il mondo; dall'ottobre 2007 il BMW Welt ha già registrato oltre un milione di visitatori. Oltre alla presentazione esclusiva di tutte le Serie di automobili e di motociclette, di show multimediali, i modelli illustrano il lavoro di ricerca, di sviluppo, di design e di produzione, offrendo la possibilità di vivere un'esperienza unica al mondo.

rienza completa del marchio e dell'azienda BMW. In più, il BMW Welt dispone di un foro di eventi equipaggiato con la più moderna tecnica dove vengono organizzati concerti, esposizioni, conferenze e trasmissioni dal vivo, come anche ricevimenti e seminari. L'offerta gastronomica dei tre ristoranti e del Café è molto varia, come anche quella delle boutique.

Per i ragazzi dai 7 ai 13 anni e per gli studenti dalla seconda elementare alla seconda media è disponibile il Junior Campus con un'area di eventi basata sulle più moderne nozioni scientifiche di ricerca sui bambini e sui ragazzi. Gli studenti scoprono in modo ludico la «Mobilità con tutti i sensi». Nel BMW Welt l'impegno e la responsabilità sociale sono abbinati all'identità del BMW Group.

Lo stabilimento BMW. Passione e tecnica.

Lo stabilimento BMW di Monaco è lo stabilimento tradizionale del BMW Group e combina la più sofisticata arte ingegneristica e il potere innovativo con la passione degli addetti per il marchio e l'azienda. Nello stabilimento di Monaco che fa parte della rete di produzione mondiale vengono prodotti giornalmente oltre 800 vetture della Serie 3 (berlina e Touring) e oltre 1.250 motori (motori a benzina e diesel a sei cilindri in linea, a otto cilindri, motori ad alte prestazioni M per la M3, M5 e M6 e motori a benzina a 12 cilindri e a idrogeno). Circa 9.000 dipendenti provenienti da oltre 50 nazioni lavorano nello stabilimento di Monaco, di cui 700 apprendisti. Nello stabilimento di Monaco vengono applicate tutte le tecnologie della produzione automobilistica: stampaggio, lastroferratura, verniciatura, costruzione di motori, assemblaggio e costruzione di utensili, costruzione di equipaggiamenti e di sedili e tecnica di laboratorio. Il sito di Monaco è integrato nella rete di produzione mondiale con 23 siti produttivi in 12 Paesi e si presenta nel BMW Welt come la «vetrina della produzione BMW». Delle visite guidate trasmettono un'impressione unica e autentica della produzione automobilistica.



9. I modelli esposti. Una panoramica.

I modelli originali BMW sono al centro dell'esposizione e costituiscono al contempo il punto di partenza di ogni settore tematico. Il visitatore potrà ammirare 120 modelli che testimoniano oltre 90 anni di storia. Automobili, motociclette, macchine da corsa, motori e componenti illustrano la varietà di prodotti, la continuità e il potere innovativo del marchio, descrivono eventi e risultati, linee di sviluppo e successi di più di 90 anni di storia di BMW. Al fine di assicurare un elevato standard internazionale del Museo BMW, numerosi modelli sono stati ampliamente restaurati in modo professionale e originale.

Nel Museo BMW sono esposti i seguenti modelli:

Roadster.

BMW 3/15 CV Wartburg
BMW 315/1
BMW 328
BMW 507
BMW Z1
BMW Z3 1.8
BMW Z8

Costruzione leggera.

Autotelaio BMW 303
Telaio a traliccio berlina da corsa Kamm BMW 328
Scocca BMW M6
BMW 500 ccm compressore 1949

Primi passi.

BMW IV
BMW R 32
BMW 3/15 DA 2 berlina
Elica per BMW IV

Motociclette.

Motore M 2 B 15
BMW R 63
BMW R 39
BMW R 2
BMW R 51
BMW R 75 con side-car
BMW R 68
BMW R 25/3 con side-car
BMW R 50/2 Polizia
BMW R 75/5
BMW R 100 RS
BMW R 80 G/S
BMW K 100
BMW K 1
BMW F 650
BMW R 1100 RS
BMW R 1200 C
BMW K 75 RT «Pronto soccorso»
BMW C1 «Family friend»
BMW R 1100 S

Leggenda Ernst Henne.

Motociclette da record mondiali
BMW R 17
BMW R 37

Storia delle corse di motociclette.

BMW R 51 RS
Side-car Kraus/Huser
Motocicletta ufficiale Zeller 1956
Side-car da corsa Schauzu
BMW R 90 Butler & Smith Daytona
BMW G/S Parigi–Dakar 1981
BMW F 650 RR Parigi–Dakar
BMW K 1200 R Power Cup

Il marchio nelle varie epoche.

BMW Isetta 250 Standard
BMW 2002 TI

Motori a sei cilindri.

M 78a (303)
M 328 (328)
M 30 (E3/E9)
M 20 (323i–E 21)
M 50 (325i–E 36)
N 52 (NG6) (630Ci)

Propulsori alternativi/Clean Energy.

Macchina da record BMW H2R

BMW 328.

BMW 328 MM Touring Coupé

Automobili da turismo.

BMW 2000 TI
BMW 3.0 CSL IMSA
BMW 320 Gruppo 5 (E 21)
BMW M3 Gruppo A (E 30)
BMW M3 GTR (E 46)

Storia F1.

Brabham BT 52
F1 Sauber stagione 2006

M Story.

BMW M1
BMW M3 Sport Evolution
BMW M5 E 28
BMW M635CSi
BMW M Roadster
BMW M3 CSL
Motore M 88 (Serie BMW M1)
Motore S 14 B 23 (BMW M3 1. generazione)
Motore M 88/3 (BMW M5 1. generazione +M635CSi)
Motore S 54 (BMW M3 2. generazione)
Motore S 54 B 32 S (BMW M3 3. generazione)

Serie di modelli.

BMW 520 (1. generazione)
BMW 323i (1. generazione)
BMW 745i (1. generazione)
BMW 633Csi (1. generazione)

Serie 7.

BMW 335 berlina.
BMW 502 3,2 litri Super
BMW 3.3 Li
BMW 745i (1. generazione)
BMW 750i (2. generazione)
BMW 730d (3. generazione)

Art Car.

BMW 3.0 CSL Alexander Calder

BMW Design.

BMW 328 MM Roadster
BMW 3.0 CSi
BMW R 5
BMW R 90 S
BMW Z9 Coupé
BMW K 40 vision model
Clay Model Auto Exterior
Modello dimostrativo Auto-Interior colore e materiali
Clay Model motocicletta

Concept Car («tazza del Museo»).

Prototipo BMW 531
BMW Turbo
BMW Z22
BMW CS1
BMW GINA
BMW X Coupé
BMW Mille Miglia Concept Car 2006

Motori da corsa (galleria piano superiore).

M 10 (Brabham BT 7)
M49 (BMW 3.0 CSL)
M12/7 (Formula 2)
M12/13 (Brabham BT 52)
P85 (F1 V19 Williams)
P75 (BMW V12 LMR)
P60/B40 (V8 BMW M3 GTR E46)
P54 (R6 BMW 320i E46)

Foyer.

BMW 303

BMW 1600-2

BMW 318 (1. generazione)

Aerodinamica.

BMW 327/28 Coupé



10. Dati e fatti.

Inizio lavori costruzione:	1. novembre 2006
Inaugurazione:	19 giugno 2008
Apertura al pubblico:	21 giugno 2008

L'esperienza Museo BMW.

Case tematiche:	7
Ambienti tematici:	25
Modelli esposti:	125
Visitatori previsti:	ca. 400.000 all'anno
Personale :	ca. 110
Shop:	Shop Museo BMW
Gastronomia:	Café M1
Sale per manifestazioni:	«tazza del Museo» BMW, Piazza BMW, foyer del Museo BMW, sala per seminari del Museo BMW, Café M1
Visite guidate nel Museo BMW:	martedì–venerdì ore 9.00–16.00, sabato, domenica e giorni festivi ore 10.00–16.00

Programma pedagogico del Museo per gruppi nella fascia di età tra i 6 e i 13 anni e tra i 14 e i 18 anni. L'orario d'inizio è da concordarsi.

I dati del Museo BMW.

Area totale:	
Area espositiva:	5.000 m ²
Are totale netta	10.000 m ²
Area totale dei piani	12.200 m ²
Livelli:	3 nella zona della mostra permanente, 5 nella «tazza» del Museo
Numero totale ambienti:	25
Lunghezza percorso:	ca. 1 km
Superficie LED:	706 m ²
Numero diodi LED:	1.765.000
Numero altoparlanti:	540
Numero proiettori:	50

Per ulteriori informazioni e prenotazioni rivolgersi al servizio
d'informazione del BMW Welt:
telefono in Germania: 0180 2 118822*
(*6 centesimi/chiamata dalla rete fissa della DTAG)
Email: infowelt@bmw-welt.com

In caso di eventuali domande rivolgersi a:
Ufficio stampa e pubbliche relazioni

Internet: www.press.bmwgroup.com
e-mail: presse@bmw.de

11. Come arrivarvi, orario di apertura, prezzi e visite guidate.



Attraverso un concetto espositivo nuovo e un'area nettamente ampliata il Museo BMW presenta la competenza di BMW nel campo del design e dei motori, la cultura e il potere innovativo dell'azienda. All'interno del Museo sono state abbinate la dinamica, l'eleganza e la passione. Circa 25 aree espositive e oltre 125 modelli esposti illustrano i legami storici, gli sviluppi e le prospettive future. Il concetto e l'architettura del nuovo Museo BMW sono impostati in modo tale che il visitatore segue intuitivamente il percorso cronologico. Ovviamente, il percorso è solo una proposta per visitare le singole aree tematiche del Museo in una sequenza ideale. Una visita completa della mostra permanente e delle esposizioni temporanee richiede circa due ore. Il servizio di Cicerone, composto da esperti della storia di BMW, è a disposizione dei visitatori durante la visita del Museo.

Orario di apertura del Museo BMW.

Il Museo è aperto a partire dal 21.06. 2008.

Martedì–venerdì:	ore 09.00–18.00
Sabato, domenica, giorni festivi:	ore 10.00–20.00

Giorni di chiusura: 24, 25, 26 dicembre, 31 dicembre 2008
e 01. gennaio 2009.

Prezzi.

Biglietto singolo:	€ 12,00
Biglietto singolo a prezzo ridotto*:	€ 6,00
Gruppi a partire da 5 persone:	€ 9,00 per persona
Biglietto familiare:	€ 24,00 valido per un massimo di 5 persone (membri della famiglia e parenti di 1. grado)

Visite con guida.

Delle visite guidate sono prenotabili giornalmente dalle ore 08.00 alle ore 22.00 al numero di telefono in Germania 0180 2 118822 (0,06 EUR/chiamata dalla rete fissa della DTAG; la tariffa può variare dalla rete mobile) o per e-mail attraverso il BMW Welt Info Service: e-mail: infowelt@bmw-welt.com.

I biglietti vanno ritirati 30 minuti prima di una visita guidata allo sportello per biglietti ed informazioni del Museo BMW. Il pagamento può avvenire in contanti, con carta EC o carta di credito. Purtroppo non è possibile il pagamento anticipato.

La visita dura circa 1,5 ore. Quando viene prenotata una visita per un gruppo completo è possibile abbreviare la durata a seconda degli interessi. Il numero massimo di partecipanti è sempre di 25 persone.

Le visite guidate hanno luogo dal lunedì al venerdì dalle ore 09.00 alle ore 16.00, il sabato, la domenica e i giorni festivi dalle ore 10.00 alle ore 16.00. Le visite guidate sono disponibili in tedesco ed inglese.

Visite guidate pubbliche.

Degli appuntamenti per delle visite guidate pubbliche sono a disposizione di singole persone e di piccoli gruppi che verranno raccolti in un gruppo composto da un massimo di 15 partecipanti.

Visita guidata per singole persone:	€ 15,00 incluso il biglietto di entrata
Visita guidata per singole persone, prezzo ridotto*:	€ 7,50 incluso il biglietto di entrata

Visite guidate esclusive.

Per un gruppo completo con un numero da 5 a 15 partecipanti è possibile prenotare anche delle visite esclusive. Per motivi di capacità purtroppo non possiamo offrire delle visite contemporanee per gruppi più grandi. Nell'ambito delle nostre disponibilità possiamo organizzare più visite guidate nella stessa giornata.

Visita guidata gruppo:	€ 150 (tariffa forfettaria)
Visita guidata gruppo prezzo ridotto*:	€ 75 (tariffa forfettaria)

* Entrata di tutti gli ospiti un'ora prima della chiusura; bambini e studenti fino a 18 anni, apprendisti, studenti universitari, disabili con accompagnatore, militari e persone soggette al servizio civile, partecipanti all'anno ecologico

volontario, disoccupati, pensionati, BMW Club, associazione federale delle guide turistiche, giornalisti, titolari della BMW Card e della BMW Premium Card.

Programmi pedagogici del Museo: l'offerta per bambini e ragazzi.

Il concetto pedagogico del Museo prevede una comunicazione personale dei contenuti e dei messaggi della mostra sotto forma di dialogo interattivo. I programmi tengono conto dei vari livelli di conoscenze dei bambini e dei ragazzi e degli obiettivi didattici previsti per le differenti fasce di età. In aggiunta a una visita del Museo BMW adatta a ogni fascia di età, i bambini e i ragazzi godono della possibilità di sviluppare la loro creatività, ad esempio come designer nell'atelier creativo. I programmi sono differenziati in base alle fasce di età tra i 6 e i 13 anni e tra i 14 e i 18 anni. L'offerta è rivolta a scuole e a persone private. Dopo un programma pedagogico del Museo, è possibile festeggiare dei compleanni nell'atelier creativo del Museo, appoggiandosi al servizio di ristorazione oppure portando cibo e bevande da casa.

Il programma pedagogico del Museo è disponibile per gruppi da 10 a 30 partecipanti. Non sono possibili degli appuntamenti collettivi.

Biglietto di entrata: € 6,00 per persona, incluso il materiale pedagogico.

Eventi.

L'ambiente affascinante del Museo BMW è disponibile anche per eventi serali. Per ulteriori informazioni scrivere un'e-mail a events.museum@bmw.de o chiamare il numero telefonico in Germania 01802-118822 (0,06 EUR/ chiamata dalla rete fissa tedesca, dalla rete mobile le tariffe possono variare).

Ordinamento interno.

L'ordinamento interno non consente di portare degli animali ed è esposto nel foyer del Museo BMW.

Trasporti pubblici.

Il Museo BMW è raggiungibile utilizzando le seguenti linee dei trasporti pubblici di Monaco di Baviera:

metropolitana: linea U3 fino a Olympiazentrum.

Autobus: linee 50, 173, 174 o metrobus 51 fino alla stazione Olympiazentrum.

Tram: linea 27 fino a Petuelring.

Parcheggi.

Automobili e motociclette.

Per i visitatori che arrivano in automobile sono disponibili vari parcheggi nelle vicinanze del Museo (ad es. garage sotterraneo del BMW Welt a pagamento, autosilo BMW del Quattro Cilindri e parcheggio Parkharfe Olympiapark). Inoltre sono disponibili dei posteggi per le motociclette lungo la rampa di accesso del garage sotterraneo. Questi posti per le motociclette sono gratuiti. Il Museo non dispone di un proprio parcheggio.

Pullman turistici.

I pullman turistici non possono parcheggiare nel garage sotterraneo del BMW Welt, ma nel parcheggio Parkharfe dell'Olympiapark.

Biciclette.

A nord del BMW Welt, di fronte alla stazione della metropolitana Olympiazentrum, sono disponibili dei posti per le biciclette.

Parcheggio nel garage sotterraneo del BMW Welt.

1. e 2. ora: 1,50 EUR/h.

Ogni ora supplementare: 1,00 EUR/h.

Tariffa massima giornaliera: 10,00 EUR.

Orario di apertura del garage sotterraneo del BMW Welt.

Giorni feriali dalle ore 6.30 fino alle ore 24.00.

Il fine settimana dalle ore 8.00 fino alle ore 24.00.