



Presse-Information
12. Juni 2012

30 Jahre zweite Generation BMW 3er. BMW 3er Club mit über fünfzig Fahrzeugen am 16. Juni 2012 zu Besuch bei der BMW Group.

München. Zum 30-jährigen Jubiläum der zweiten BMW 3er Generation veranstaltet der BMW 3er-Club (E21/E30) e.V. von 14. bis 19. Juni 2012 ein besonderes Treffen. Höhepunkt der Veranstaltung wird der Besuch bei der BMW Group am Samstag, den 16. Juni 2012, sein.

Buntes Programm für Besucher und Teilnehmer.

Interessierte Zaungäste können an diesem Tag die über fünfzig Fahrzeuge der Teilnehmer von 13 bis 17 Uhr vor dem BMW Museum am Petuelring besichtigen. Währenddessen stehen die Club-Mitglieder den Besuchern für Fragen und Fachgespräche zur Verfügung. Auf die rund 100 Teilnehmer selbst wartet neben einer Führung durch das BMW Museum außerdem eine Besichtigung der nicht öffentlich zugänglichen Fahrzeugsammlung in der BMW Group Classic, wo die Fahrzeuge vormittags stehen werden.

Die zweite Generation BMW 3er: eine Modellfamilie entsteht.

1982 ist es soweit: BMW präsentiert sieben Jahre nach der erfolgreichen Markteinführung der ersten 3er Generation und über einer Million verkauften Exemplaren die zweite Generation der BMW 3er Reihe. Anders als sein Vorgänger geht er mit einer noch nie dagewesenen Variantenvielfalt an den Start: Er kommt als Zwei- und Viertürer, Vollcabrio, touring und mit Allradantrieb zu den Händlern. Mit dieser Vielfalt ist BMW in den 1980er Jahren seiner Zeit weit voraus. So lässt auch der Erfolg nicht lange auf sich warten. Bereits 1983, dem ersten vollen Produktionsjahr, fährt BMW die Stückzahlen um 50 Prozent hoch. Statt 800 entstehen so in der weitgehend automatisierter Fertigung täglich 1.200 BMW 3er. Zudem überrascht BMW mit einem sparsamen BMW 3er Diesel und der Sportvariante BMW M3. Die von der BMW Motorsport GmbH für die DTM entwickelte „Krone der 3er Reihe“ gilt noch heute als erfolgreichster Tourenwagen der Welt und Inbegriff der ultimativen Sportlimousine.

Bitte wenden Sie sich für weiteres Informations- und Bildmaterial an:

BMW Group Konzernkommunikation und Politik Technologiekommunikation

Manfred Grunert
Sprecher Historie und BMW Driving Experience
Phone: +49-89-382-27797
mailto: Manfred.Grunert@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München
Telefon
089-382-27797

Internet
www.bmw.com

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum 12. Juni 2012

Thema 30 Jahre zweite Generation BMW 3er.

Seite 2

BMW Museum – Geschichte zum Anfassen

In dem Ensemble aus BMW Welt, Museum und Werk können Besucher jeden Alters hautnah die Historie, Gegenwart und Zukunft der Marke BMW erleben. Dabei nimmt das BMW Museum eine wichtige Funktion ein. Seit seiner Neueröffnung im Jahr 2008 präsentiert es erfolgreich die BMW Historie und gibt einen Ausblick in die Zukunft. Das Thema Mobilität geht das Museum auch für junge Besucher umfassend an. Mit dem Junior Museum bietet es für Kinder und Jugendliche ein spezielles Programm, dessen pädagogisches Konzept auf spielerisches Entdecken setzt. Auch das Museum selbst hat schon Geschichte: Es ist eines der ältesten Automobilmuseen Deutschlands, wurde 1973 erbaut und steht seit 1999 unter Denkmalschutz.

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Entsprechend ist die BMW Group seit sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>