

Presse-Information
07. März 2016

THE NEXT 100 YEARS: BMW Group macht Zukunft der Mobilität erlebbar

Krüger: Suche nach besseren Lösungen liegt in unseren Genen
Blick auf die Zukunft der individuellen Premium-Mobilität
BMW Visionsfahrzeug startet symbolische World Tour
BMW Festival – THE NEXT 100 YEARS in München
BMW Group baut Stiftungsengagement aus

München. Unter dem Motto THE NEXT 100 YEARS begeht die BMW Group im Jahr 2016 ihr Unternehmensjubiläum. Zukunftsorientiertes und richtungsweisendes Handeln prägen seit jeher das Selbstverständnis des Unternehmens – angetrieben durch ein außergewöhnliches Team von Mitarbeitern, die die Faszination für Mobilität teilen und leben.

„Die ständige Suche nach einer besseren Lösung liegt in unseren Genen“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Harald Krüger, zum Auftakt der Feierlichkeiten am Montag in München. „Dieser Spirit spiegelt sich auch in der Art und Weise unserer Zusammenarbeit wider. Er zieht sich durch unsere Unternehmens- und Führungskultur.“

Drei Eigenschaften zeichnen die BMW Group dabei besonders aus: Ihre Lern- und Wandlungsbereitschaft, ihre technologische Innovationskraft und die Verantwortung des Unternehmens gegenüber der Gesellschaft. „Wir haben immer wieder gezeigt, dass wir in der Lage sind, schnell zu lernen und mutig voranzugehen“, sagte Krüger.

Deswegen richtet das Unternehmen seinen Blick auch im Rahmen seines Jubiläums vor allen Dingen nach vorn und geht der Frage nach: Wie sieht die individuelle Mobilität der kommenden Jahrzehnte aus?

Für die Antwort hat die BMW Group ein futuristisches Szenario entworfen – mit einer klaren Vision: Die Mobilität mit der BMW Group ist völlig mühelos, stets verfügbar und individuell anpassbar. Während sich die Welt bereits heute an der Schwelle zum automatisierten Fahren befindet, kann in nicht allzu ferner Zukunft

Presse-Information

Datum 07. März 2016

Thema THE NEXT 100 YEARS: BMW Group macht Zukunft der Mobilität erlebbar

Seite 2

wahrscheinlich die Mehrheit der Autos komplett autonom fahren. Und das in Städten, in denen weitaus mehr Menschen als heute leben werden.

Zeit wird dann eine der knappsten Ressourcen sein, die Vernetzung dafür ganz selbstverständlich und Technologien werden lernen, vom Menschen zu lernen. „Die Mobilität der Zukunft wird alle Lebensbereiche verbinden. Wir sehen darin neue Chancen für die Premiummobilität“, sagte Krüger.

Greifbar wird dieser Blick in die Zukunft mit dem Visionsfahrzeug **BMW VISION NEXT 100**. Bei dieser Mischung aus sportlichem Coupé und dynamisch-eleganter Limousine steigt der Fahrer nicht in ein anonymes Transportmittel ein – sondern in ein persönliches, komplett auf ihn ausgerichtetes Fahrzeug.

Eine Alive Geometry schafft die Interaktion zwischen Fahrer und Fahrzeug, die Fahrmodi Boost und Ease ermöglichen sowohl Selbst- als auch pilotiertes Fahren und verändern den Innenraum des Autos: Im Boost Modus fokussiert sich das gesamte Fahrzeug auf den Piloten und unterstützt ihn für ein maximales Fahrerlebnis, zeigt ihm Ideallinie, Einlenkpunkte und optimale Geschwindigkeit. Im Ease Modus verändert sich der Innenraum: Lenkrad und Mittelkonsole ziehen sich zurück, die Kopfstützen schwenken zur Seite, Sitze und Türverkleidung bilden eine Einheit, damit Fahrer und Mitfahrer sich einander zuwenden können.

„Wenn man sich als Designer etwas vorstellen kann, dann besteht eine große Chance, dass es irgendwann Wirklichkeit wird“, sagte Adrian van Hooydonk, Leiter BMW Group Design. „Deshalb haben wir mit dem BMW VISION NEXT 100 versucht, ein Zukunftsszenario zu entwerfen, in das man sich gerne hineindenkt.“

Weltpremiere feiert das BMW Visionsfahrzeug auf der Auftaktveranstaltung in der Münchner Olympiahalle am 7. März 2016 – dem 100. Jahrestag des Handelsregistereintrags der heutigen BMW AG. Rund 2.000 Gäste aus Wirtschaft und Politik, Forschung, Gesellschaft und Medien sowie ausgewählte

Presse-Information

Datum 07. März 2016

Thema THE NEXT 100 YEARS: BMW Group macht Zukunft der Mobilität erlebbar

Seite 3

Händler, Zulieferer und Mitarbeiter werden dazu erwartet. Eine multimediale Inszenierung führt sie durch die Unternehmensgeschichte zu Interpretationen der Premiummobilität von morgen – bis hin zur Enthüllung des Visionsfahrzeugs.

Der Erfolg der BMW Group wäre nicht möglich ohne seine mehr als 122.000 engagierten Mitarbeiter, die weltweit in 140 Ländern beschäftigt sind. Fast alle können im Rahmen lokaler Veranstaltungen an den Standorten die Inszenierung in der Olympiahalle gemeinsam live erleben. Zusätzlich zum Live-Streaming wird es in vielen Märkten eigene Veranstaltungen im Rahmen des Jubiläumsjahrs geben. Ein besonderes Erlebnis ist die Live-Übertragung in die Allianz-Arena für über 30.000 Mitarbeiter rund um den Standort München.

Das Visionsfahrzeug BMW VISION NEXT 100 bricht nach seiner Weltpremiere zu der symbolischen World Tour „**Iconic Impulses.**“ nach China, Großbritannien und in die USA auf. Zu seiner Asienpremiere wird es nach Peking reisen. Danach geht es weiter nach London, wo die BMW Group Visionsfahrzeuge der in Großbritannien beheimateten Marken MINI und Rolls-Royce vorgestellt werden. Das Visionsfahrzeug von BMW Motorrad komplettiert auf der letzten Station der „Iconic Impulses.“ in Los Angeles, USA, das Markenquartett.

Kerninhalte der „Iconic Impulses.“ werden auch am Standort München in einer permanenten Installation erlebbar sein: Diese **Zukunftsausstellung** im Doppelkegel der BMW Welt eröffnet im Frühjahr. Im BMW Museum präsentiert die BMW Group darüber hinaus vom 10. März an mit der Wechselausstellung „100 Meisterstücke“ zum Jubiläum 100 ihrer geschichtlichen Meilensteine.

Vom 9. bis 11. September 2016 heißt das **BMW Festival** – THE NEXT 100 YEARS in München Fans aus aller Welt willkommen. Veranstaltungsort ist das Olympia-Gelände mit Olympiastadion und Olympiahalle. Auch BMW Museum, BMW Welt und der Bereich um den BMW Vierzylinder werden eingebunden.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information
Datum 07. März 2016
Thema THE NEXT 100 YEARS: BMW Group macht Zukunft der Mobilität erlebbar
Seite 4

Abgerundet wird das Jubiläumsjahr mit einer **Sonderpublikation**: Insgesamt 13 Bände geben Auskunft über die Unternehmenshistorie und zentrale Zukunftsthemen. Sie sind eine Mischung aus Essays, Reportagen, Studien und Experteninterviews und spiegeln zugleich die Vielfalt der BMW Group und ihrer Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad wider.

Zu ihrem 100jährigen Unternehmensjubiläum stärkt die BMW Group ihr gesellschaftliches Engagement: Das Vermögen der **Unternehmensstiftung BMW Stiftung Herbert Quandt** wird um 50 Millionen Euro auf 100 Millionen Euro erhöht. Die Stiftung soll außerdem jährliche Spenden zur Ausweitung ihrer Arbeit erhalten – im Jahr 2016 zusätzliche 5 Millionen Euro. Auch die Hauptanteilseigner stellen der Stiftung zusätzliche Mittel zur Verfügung: Stefan Quandt und Susanne Klatten unterstützen die Stiftung mit zusätzlichen 30 Millionen Euro für die Projektarbeit.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Max-Morten Borgmann, Wirtschafts- und Finanzkommunikation
max-morten.borgmann@bmwgroup.com
Telefon: +49 89 382-24118, Fax +49 89 382-24418

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation
nikolai.glies@bmwgroup.com
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418

Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@bmw.de

Presse-Information

Datum 07. März 2016

Thema THE NEXT 100 YEARS: BMW Group macht Zukunft der Mobilität erlebbar

Seite 5

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2014 belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>