

Presse-Information
05. Mai 2016

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

- Harald Krüger: Wer Teil der Zukunft sein will, der muss sie gestalten
- Eröffnung und Weltpremiere des Ausstellungs- und Veranstaltungsformats „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“ im Ullens Center for Contemporary Art in Peking
- Asienpremiere des BMW VISION NEXT 100

Peking. Unter dem Motto THE NEXT 100 YEARS begeht die BMW Group im Jahr 2016 ihr Unternehmensjubiläum.

Das Unternehmen richtet seinen Blick im Rahmen seines Jubiläums vor allen Dingen nach vorn und geht der Frage nach: Wie sieht die individuelle Mobilität der kommenden Jahrzehnte aus? Die BMW Group geht davon aus, dass sich die Automobilindustrie allein in den kommenden zehn Jahren schneller als in den drei Jahrzehnten zuvor verändern wird. Gründe dafür zeichnen sich bereits heute durch diverse Entwicklungen ab, wie beispielsweise stark wachsende Ballungsräume sowie der stetig steigende Einfluss der Technologie auf unsere Lebens- und Arbeitswelten.

„Die Vision der BMW Group ist eine nach Bedarf verfügbare Mobilität, die mühelos, stets verfügbar und exakt auf die individuellen Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden zugeschnitten ist“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Harald Krüger, am heutigen Donnerstag vor chinesischen Medien zum Auftakt der Pressekonferenz in Peking.

Die BMW Group sieht sich als aktiver Gestalter von Mobilitätslösungen für morgen. Individuelle Mobilität wird auch zukünftig ein grundlegendes Bedürfnis des Menschen sein und mehr noch als heute alle Lebensbereiche verbinden. Darin sieht das Unternehmen neue Chancen für die Premiummobilität.

Harald Krüger: „Wer Teil der Zukunft sein will, der muss sie gestalten.“

Greifbar wird dieser Blick auf die Zukunft durch Visionsfahrzeuge der Marken der BMW Group sowie einem Ausstellungs- und Veranstaltungsformat, das Impulse für mögliche Mobilitätskonzepte der Zukunft setzt: „**Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience**“.

Nach dem offiziellen Start der Jubiläumsaktivitäten der BMW Group am 7. März in München erreicht das Visionsfahrzeug der Marke BMW, das BMW VISION NEXT 100, die chinesische Metropole Peking. Danach reist es weiter nach London, wo die BMW Group Visionsfahrzeuge der britischen Marken MINI und Rolls-Royce vorgestellt werden. Auf der letzten Station in Los Angeles, USA, komplettiert das Visionsfahrzeug von BMW Motorrad das Markenquartett.

BMW VISION NEXT 100 Asienpremiere

Das **BMW VISION NEXT 100** steht für die BMW typische Freude am Fahren. Mit einem BMW möchte der Fahrer auch in Zukunft immer noch hauptsächlich selbst fahren. Ständige Vernetzung, digitale Intelligenz und modernste Technologien unterstützen ihn dabei. Mehr noch: Er wird durch sie zum perfekten Piloten, zum „Ultimate Driver“. Die Welt wird sich ändern, doch die Freude am Fahren bleibt – sie wird sogar intensiver denn je. Neueste Technologien ermöglichen es dem Fahrer aber auch, seine fahraktive Rolle zu verlassen. Das Fahrzeug übernimmt, der Fahrer kann sich zurücklehnen und seine Aufmerksamkeit auf andere Dinge richten.

Inmitten der pulsierenden Metropole Peking feiert das BMW VISION NEXT 100 nun seine Asienpremiere und integriert sich in das reisende Ausstellungs- und Veranstaltungsformat „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“.

Die Volksrepublik China ist für das Unternehmen ein wichtiger Taktgeber für die Mobilität der Zukunft. Eine junge und technologieaffine Käuferschicht charakterisiert den Markt. Sie ist wesentlicher Treiber für die dynamische

Entwicklung Chinas in den vergangenen Jahren und wird auch künftig starke Impulse setzen. China hat sich zum größten Einzelmarkt der BMW Group entwickelt. Zum Engagement des Unternehmens gehören ein Zentrum für Forschung und Entwicklung sowie ein Designworks-Studio und ein ConnectedDrive-Labor. Das Werk in Shenyang nimmt eine wichtige Rolle innerhalb des weltweiten Produktionsnetzwerks der BMW Group ein. Es ist Teil der Unternehmensstrategie eines global ausgewogenen Wachstums mit Produktionskapazitäten in den jeweiligen regionalen Märkten.

Weltpremiere “Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience”

Auf eine Pressekonferenz vor chinesischen Medien im „Ullens Center for Contemporary Art“ in Peking folgte die Weltpremiere und offizielle Eröffnung des Ausstellungs- und Veranstaltungsformats „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“, das nun erstmals vom 6. – 15. Mai für die Öffentlichkeit zugänglich ist.

Der Besucher erlebt das Unternehmen darin als Vordenker. Dabei geht das dargestellte Zukunftsbild weit über kurzfristige Lösungsansätze hinaus und skizziert einen facettenreichen und inspirierenden Ausblick auf zukünftige Trends, die nicht nur die Automobilbranche, sondern unseren gesamten Alltag beeinflussen werden.

Die Ausstellung folgt einem Erzählstrang, der durch verschiedene Erlebniswelten führt. Unterstützt durch ein besonderes räumliches Konzept erlebt sich der Besucher als Teil dieser dargestellten Welten. Er wird über das Foyer in unterschiedliche Räumlichkeiten, die sogenannte innere Rotunde und die „Marken-Räume“, geführt.

Das Foyer: Die Brücke in die Zukunft

Im Foyer belegt der erste Erzählstrang die Historie der BMW Group. Auf interaktiven Media-Stelen erhält der Besucher Reflexionen zu 100 Jahren BMW Group Geschichte, in der sie immer wieder Zukunft gestaltet hat. Die Kompetenz und die Verpflichtung, aus denen die Führungsrolle und der -anspruch des Unternehmens erwachsen, werden durch unterschiedliche Exponate verdeutlicht. Des Weiteren informiert der Bereich des Foyers allgemein über zentrale Megatrends. Auf einer plakativen Medienfläche präsentiert sich ein Bild denkbarer Lebenswelten von morgen. Das Foyer liefert einen Ausblick auf die Zukunft mit all den Herausforderungen und Chancen, die der Wandel in den kommenden Jahrzehnten mit sich bringt.

Das Wechselspiel von Zukunft und Herkunft bereitet den Besucher im Foyer auf die Inhalte der inneren Rotunde vor: Dort offenbaren sich ihm die nächsten zwei Jahrzehnte aus der Sicht der BMW Group.

Die innere Rotunde: Das Zukunftsbild der BMW Group

Haltung und Anspruch der BMW Group ist es, den sich abzeichnenden Wandel in den kommenden Jahrzehnten maßgeblich mitzugestalten.

In der inneren Rotunde erlebt der Besucher das Zukunftsbild des Unternehmens. Auch wird das Verständnis der BMW Group von ökologischer und sozialer Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeitern erläutert. Die Vision des Unternehmens für die Zukunft ist nachhaltig. Die Fahrzeuge und deren Produktion werden immer umweltfreundlicher.

Auch in Zukunft wird die BMW Group der führende Anbieter von Premium-Produkten und Dienstleistungen für individuelle Mobilitätserlebnisse sein. Doch der Begriff Mobilität wird vielseitiger und die sich im rasanten Tempo

weiterentwickelnde Technologie menschlicher. Digitale Services werden die Wünsche und Bedürfnisse der Menschen erkennen, erfassen und kontinuierlich von ihnen lernen. Vor dem Hintergrund der fortschreitenden Vernetzung verwandelt die BMW Group elektronische Daten in Intelligenz mit echtem Mehrwert für die Menschen. Sie bekommen künftig maßgeschneiderte Mobilitätsangebote, die flexibel an den jeweiligen Moment anpassbar sind.

Über alle "Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience" Stationen hinweg dient die innere Rotunde zusätzlich als vielseitiger Inszenierungsraum für die Premieren der Visionsfahrzeuge sowie Pressekonferenzen und verschiedene Veranstaltungen. Die BMW Group möchte Plattformen für Diskussionen über zentrale Fragestellungen der Zukunft bieten. Das Unternehmen lädt die unterschiedlichsten Fachbereiche wie Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und die Öffentlichkeit dazu ein, ihre Ideen und Gedanken zu diesen Fragestellungen einzubringen. So soll ein offener Austausch und vielfältiger Blick auf wesentliche Zukunftsthemen entstehen.

Die Marken-Räume: Markenerlebnisse der Zukunft

In vier verschiedenen „Marken-Räumen“ erleben die Besucher die Visionen der Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad. Mit ihren Visionsfahrzeugen belegen die Marken, dass sie ebenso emotionale wie visionäre Ideen für die Mobilitätsbedürfnisse der kommenden Jahrzehnte gestalten können. Interaktive Anlaufpunkte und Exponate geben dem Besucher einen Einblick in zukünftige thematische Schwerpunkte der Marken.

In jedem Marken-Raum befindet sich eine Reihe von Elementen unterschiedlicher Informationsvermittlung. Eine interaktive Skulptur, der sogenannte Attraktor, spiegelt die zentrale Aussage der Marke für die Mobilität der Zukunft wider. Hat das jeweilige Visionsfahrzeug seine Premiere gefeiert,

Presse-Information
Datum 05. Mai 2016
Thema THE NEXT 100 YEARS: BMW Group macht Zukunft der Mobilität weltweit erlebbar
Seite 6

reicht es sich als Highlight in das Ensemble des Marken-Raumes ein.

Termine von „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“ und der Premieren der Visionsfahrzeuge der BMW Group:

Peking (5. bis 15. Mai) – Asienpremiere BMW VISION NEXT 100

London (16. bis 26. Juni) – Weltpremiere Visionsfahrzeuge MINI und Rolls-Royce

Los Angeles (11. bis 16. Oktober) – Weltpremiere Visionsfahrzeug BMW Motorrad

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Christine Graeber, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, christine.graeber@bmwgroup.com

Telefon: +49 89 382-59355, 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

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 belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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>