

Presse-Information
15. März 2018

Von der Vision zum Wandel: Elektromobilität im BMW Museum.

Die neue Wechselausstellung „BMW i. Visionary Mobility.“ zeigt ab dem 23. März die Mobilität von Morgen.

München. Am 23. März 2018 eröffnet im BMW Museum die neue Wechselausstellung rund um die Marke BMW i und ihre Protagonisten BMW i3 und BMW i8. Unter dem Titel „BMW i. Visionary Mobility.“ steht die Museumsschüssel 18 Monate lang ganz im Zeichen von visionären Mobilitäts- und Fahrzeugkonzepten. Die Ausstellung würdigt die Leistungen dieser Marke, die zunächst mit dem BMW i3 und dem BMW i8 Maßstäbe setzte und mit einer Vielzahl von Mobilitätsdienstleistungen den individuellen Nahverkehr in großen Städten revolutionierte. Nun zeigt ein Themenpark von rund 30 Stationen die Vielfältigkeit der Elektromobilität, die Aspekte nachhaltiger Materialwahl sowie die Herausforderungen zukünftiger, emissionsfreier Fortbewegung. Damit beschreitet auch das BMW Museum neue Wege – erstmals verbinden sich Historie, Gegenwart und Zukunft der Mobilität unter einem Dach.

Die Geschichte der Zukunft.

Der Themenpfad durch die neue Wechselausstellung beginnt dort, wo der Bedarf an alternativen Mobilitätskonzepten seinen Ursprung und seine bisher größte Wirkungsfläche findet: Im urbanen Raum, insbesondere den sogenannten Megacitys. Mit anschaulichen Installationen zum Thema Ressourcen und Emission wird deutlich, welchen Herausforderungen unsere moderne Gesellschaft hier gegenübersteht und welche Chancen die Elektrifizierung der Mobilität schon jetzt bietet. Weiter geht es mit einer Reise durch die Geschichte und Tradition der Elektromobilität bei BMW – angefangen mit dem umgebauten BMW 1602, der während der Olympischen Sommerspiele in München zum Einsatz kam, bis zur heutigen Marke BMW i. Ein Überblick über die unternehmerischen Meilensteine zeigt vor allem auch die Pionierarbeit, die die BMW Group im Bereich nachhaltiger Mobilität geleistet hat. Verteilt auf fünf Plattformen vermittelt die Ausstellung dann abwechslungsreich und informativ alle wesentlichen Schwerpunkte und Facetten der Marke BMW i.

Presse-Information

Datum 15. März 2018

Thema Von der Vision zum Wandel: Elektromobilität im BMW Museum.

Seite 2

Nachhaltigkeit in jeder Faser.

Zunächst begegnen die Besucher im Bereich „Architektur und Antrieb“ der fundamental neuen Grundstruktur im Fahrzeugbau – der sogenannten LifeDrive-Zelle. Hier erfahren sie außerdem Wissenswertes über den Elektromotor und den Hochvoltpeicher. Im Mittelpunkt steht dabei das 2011 erstmals auf der IAA präsentierte Konzeptauto „Megacity Vehicle“, aus dem der BMW i3 hervorging. Nach einem 360°-Grad Exkurs zum Thema Nachhaltigkeit findet der Besucherweg seine Fortsetzung auf der zweiten Plattform, auf der sich das faszinierende BMW i Design ausbreitet: Zeichnungen und Infotafeln vergegenwärtigen den Schaffensprozess. Dabei spielt auch das Thema „nachhaltiges Gestalten“ und die damit verbundene Designphilosophie der Marke eine Rolle. Auf der anschließenden Material-Plattform kommen all diejenigen Besucher ins Staunen, die Begriffe wie Olivenbaumblätter, Eukalyptus, Kenaf und PET bislang nicht mit Fahrzeugbau in Verbindung gebracht hatten. Hier bietet auch die Darstellung des Recycling- und Demontageprozesses der Fahrzeuge interessante Einblicke in die Umweltschutzmaßnahmen der BMW Group.

Städtische Mobilität im Wandel.

Das vorletzte Themenareal lenkt den Blick wieder auf den urbanen Lebensraum, in dem sich Carsharing-Konzepte, Charge-Netzwerke und App-Lösungen zu Mobilitätsdiensten längst etabliert haben, die aus dem Alltag vieler Menschen nicht mehr wegzudenken sind. Neueste Entwicklungen, wie BMW Connected, zeigen den Trend hin zum vernetzten und personalisierten Fahren. In der Urban Lounge werden außerdem verschiedene Projekte vorgestellt, die das Angebot großer Dienstleister in Großstädten künftig ergänzen. Mit einem Blick in die Zukunft schließt die Ausstellung ab. Die oberste Plattform „Visionary Mobility“ widmet sich der weiteren Ausrichtung der Marke BMW i und ihrer Pionierleistung auf dem Gebiet des autonomen Fahrens. Dabei werden auch Aspekte der künstlichen Intelligenz angesprochen und die besondere Bedeutung des Mitarbeiters angesichts dieser Transformation unterstrichen. Denn er ist der entscheidende Erfolgsfaktor bei der Weiterentwicklung der innovativen Marke BMW i.

Presse-Information

Datum 15. März 2018
Thema Von der Vision zum Wandel: Elektromobilität im BMW Museum.
Seite 3

Die neue Wechsausstellung „BMW i. Visionary Mobility.“ wird vom 23. März 2018 bis voraussichtlich September 2019 in der Schüssel des BMW Museums zu sehen sein. Der Besuch der Wechsausstellung ist im regulären Eintrittspreis inbegriffen.

Weitere Informationen unter: www.bmw-museum.de

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**BMW Group Konzernkommunikation und Politik**

Anny Yen
Pressekommunikation und Events BMW Group Classic
Phone: +49-89-382-72968
mailto: Anny.Yen@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

BMW Group Konzernkommunikation und Politik

Stefan Behr
Leiter Marketing und PR BMW Group Classic
Phone: +49-89-382-51376
mailto: Stefan.Behr@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

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 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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2016 belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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

Presse-Information

Datum 15. März 2018
Thema Von der Vision zum Wandel: Elektromobilität im BMW Museum.
Seite 4

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>