

Presse-Information
01. März 2019

103 Jahre BMW Group, 100 Jahre Rekorde und Siege.

Wagemut, Eigenständigkeit, sich mit den Besten messen und dabei neue Wege gehen - das zeichnet die BMW Group seit dem 07. März 1916 aus. Vom Höhenweltrekord 1919 über das Debut des Mini vor 60 Jahren bis zur Erfindung des modernen SUV mit dem X5 1999, die BMW Group Classic blickt heute auf einige Ereignisse, Bestleistungen und Innovationen zurück – viele weitere werden im Laufe des Jahres 2019 folgen.

München. Am 7. März 2019 jährt sich der Gründungstag des Unternehmens zum 103. Mal. In dieser Zeit ist aus einer kleinen Flugzeugmotorenfabrik der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern geworden. In dieser Entwicklung spiegelt sich der Charakter des Unternehmens und der für seinen Erfolg maßgeblichen Personen wider. Sie beruht auf dem Mut, Neues zu wagen, der Bereitschaft, mehr als das Notwendige zu leisten, dem Bestreben, sich im Wettbewerb mit den Besten zu messen, und der Fähigkeit, besondere Herausforderungen zu meistern. Die BMW Group Classic blickt im Jahr 2019 auf zahlreiche Ereignisse, Bestleistungen und Innovationen zurück, die genau auf diesen Prinzipien beruhen.

Vor 100 Jahren: Ein Höhenflug als erste Bestleistung für BMW.

Am 17. Juni des Jahres 1919 war es der erfahrene Testpilot Franz Zeno Diemer, der fest entschlossen war, dem jungen Unternehmen BMW zu einer ersten, weltweit beachteten Bestmarke zu verhelfen. Vom Münchner Oberwiesenfeld aus startete er mit seiner vom Flugzeugmotor BMW IV angetriebenen Maschine der Deutschen Flugzeugwerke zu einem Aufsehen erregenden Rekordversuch. Der 230 PS starke Antrieb war nach einem speziell für den Einsatz in großen Höhen konzipierten Prinzip konstruiert worden. Rund eineinhalb Stunden benötigte Diemer, in seinem offenen Cockpit Temperaturen von bis zu minus 50 Grad und dem stetig sinkenden Sauerstoffanteil in der Atemluft trotzend. Dann hatte seine Maschine, die diese Wiedrigkeiten ebenfalls meisterte, eine Höhe von 9 760 Metern erreicht. Nie zuvor war ein Flugzeug so hoch gestiegen.

Vor 90 Jahren: Der BMW 3/15 PS – Auftakt auf vier Rädern.

Zehn Jahre später hatte BMW sein Produktportfolio bereits um Motorräder erweitert – nun folgte der nächste Schritt. Der Vorstand unter der Leitung von Franz-Josef Popp, der bereits seit der Frühphase der Flugzeugmotorenproduktion leitende Funktionen im Unternehmen innehatte, beschloss den Einstieg ins Automobilgeschäft. „Unsere Erfahrungen auf dem Gebiete des Motorradbaues veranlassten uns, die Erzeugung von Kleinwagen

Presse-Information

Datum 01. März 2019

Thema **100 Jahre Höhenflugrekord und weitere Highlights aus dem Jubiläumsjahr 2019.**

Seite 2

aufzunehmen, für die ein aussichtsreicher Inlandsmarkt gegeben erscheint. Wir haben zu diesem Zwecke die Fahrzeugfabrik Eisenach erworben“, ließ Popp im Geschäftsbericht des Unternehmens vermerken. Am 22. März 1929 verließ der erste BMW 3/15 PS die Werkshallen in Berlin-Johannisthal. Knapp 16 000 Exemplare des neuen Kleinwagens folgten bis 1932.

Vor 60 Jahren: Debüt für den classic Mini.

Die ersten Entwürfe skizzierte er auf einer Serviette, mit den daraus resultierenden Plänen schuf der Konstrukteur Alec Issigonis einen revolutionären Kleinwagen. Am 4. April 1959 lief im Austin-Werk Longbridge im britischen Birmingham der erste classic Mini vom Band. Trotz einer Außenlänge von nur 3,05 Metern bot er ausreichend Platz für vier Insassen und ihr Gepäck. Mit Frontantrieb, einem vorn quer eingebautem Vierzylindermotor und einem darunter angeordneten Getriebe hatte Issigonis eine damals vollkommen neue und bald darauf von nahezu allen Herstellern adaptierte Konstruktionsweise entwickelt. Sie bot beste Voraussetzungen für das Prinzip der kreativen Raumnutzung und für ein begeisternd agiles Fahrverhalten – Merkmale, die Modelle der britischen Premium-Marke bis heute auszeichnen.

Vor 60 Jahren: Mit dem kompakten BMW 700 gelingt die Wende.

Mit der BMW Isetta und dem daraus abgeleiteten BMW 600 leistete das Unternehmen in den 1950er-Jahren wesentliche Beiträge zur Mobilisierung in der jungen Bundesrepublik. Doch die Ansprüche der Kundschaft stiegen, ein neuer, konventionell konstruierter Kleinwagen musste her, um die Umsatzeinbrüche zu kompensieren. Den entscheidenden Impuls lieferte der Wiener BMW Importeur, Autokonstrukteur und ehemalige Rennfahrer Wolfgang Denzel. Er präsentierte dem BMW Vorstand den Entwurf eines Zweitürers mit Stufenheck, den der italienische Designer Giovanni Michelotti gestaltet hatte. Der Prototyp wurde zur Grundlage für den BMW 700, der am 9. Juni 1959 erstmals präsentiert wurde. Mit den mehr als 190 000 bis 1965 verkauften Einheiten gelang es BMW, die wirtschaftliche Talsohle zu durchschreiten.

Vor 60 Jahren: Kleinaktionäre bewahren die Unabhängigkeit von BMW.

Absatzprobleme im Automobil- und Motorradgeschäft hatten BMW im

Presse-Information

Datum 01. März 2019

Thema **100 Jahre Höhenflugrekord und weitere Highlights aus dem Jubiläumsjahr 2019.**

Seite 3

Verlauf der 1950er-Jahre in ernsthafte finanzielle Schwierigkeiten gebracht. Bei der Hauptversammlung am 9. Dezember 1959 stand deshalb die Übernahme des Unternehmens durch die Daimler-Benz AG auf der Tagesordnung. Der damit verbundene Sanierungsplan stieß jedoch bei zahlreichen Kleinaktionären auf Widerstand. Im Verlauf einer turbulenten Diskussion gelang es dem Rechtsanwalt Friedrich Mathern, Ungereimtheiten an den offiziellen Zahlen aufzuzeigen. So bemängelte er, dass die Entwicklungskosten für den BMW 700 unnötigerweise komplett in die Bilanz für 1958 eingeflossen waren. Zudem kritisierte er, dass der Wert der Marke BMW und seiner Belegschaft im Sanierungskonzept viel zu niedrig angesetzt worden waren. Daraufhin wurde die Versammlung vertagt – mit der Folge, dass das befristete Angebot aus Stuttgart nicht mehr zum Tragen kam. BMW blieb unabhängig, doch die finanzielle Not war nicht beseitigt. Für Zuversicht sorgte erst das verstärkte Engagement des Großaktionärs Herbert Quandt, der im Jahr darauf einen neuen Sanierungsplan vorlegte und dabei auch die Interessen der Kleinanleger berücksichtigte.

Vor 50 Jahren: Eine neue Ära der Motorradfertigung beginnt.

Flugmotoren wurden in Berlin Spandau schon seit den 1930er-Jahren unter der Regie von BMW gebaut, nach dem Krieg wurden dann Motorrad- und Automobilteile gefertigt. Im Jahr 1969 wurde schließlich die gesamte Produktion von Motorrädern von München nach Berlin verlagert. Mit dem Umzug begann die Fertigung der Baureihe BMW /5. Der damalige technische Direktor, Helmut Werner Bönsch, präsentierte sie mit selbstbewussten Worten: „Es besteht kein Zweifel, dass BMW über viele Jahre das beste und fortschrittlichste Motorrad der Welt baute. Wir haben den Ehrgeiz, uns diesen Ruf auch in Zukunft zu erhalten.“ Und in der Tat verfügten die als sportliche Tourer im modernen Design konzipierten Modelle BMW R 50/5, BMW R 60/5 und BMW R 75/5 über ein komplett neues Fahrwerk mit Telegabel für das Vorderrad und einer verstellbaren Hinterrad-Federung. Ebenfalls neuentwickelt war der Motor, wenngleich es sich auch weiterhin um einen bewährten Zweizylinder-Boxer handelte. Ein Novum war, dass der Kunde erstmals unter verschiedenen Farbvarianten wählen konnte.

Vor 40 Jahren: Der BMW M1 startet in der Procar-Serie.

Der Mittelmotor-Sportwagen BMW M1 war schon im Stand unwiderstehlich. Doch seine wahre Faszination entwickelte er auf der Rennstrecke. Besonders

Presse-Information

Datum 01. März 2019

Thema **100 Jahre Höhenflugrekord und weitere Highlights aus dem Jubiläumsjahr 2019.**

Seite 4

wirkungsvoll gelang dies in der vom damaligen Geschäftsführer der BMW Motorsport GmbH, Jochen Neerpasch, initiierten Procar-Serie. Die Rennen wurden 1979 und 1980 im Rahmen der Formel-1-Weltmeisterschaftsläufe in Europa ausgetragen und entwickelten sich zu einem großen Publikumserfolg. Auch bei den Aktiven kam Neerpaschs Idee, Formel-1-Piloten und Tourenwagenfahrer in technisch identischen, jeweils 470 PS starken Fahrzeugen gegeneinander antreten zu lassen, bestens an. Am 12. Mai 1979 wurde im belgischen Zolder das erste Rennen der Procar-Serie gestartet, 16 weitere sollten folgen.

Vor 20 Jahren: Weltpremiere für den BMW X5.

Ein allradgetriebener Allrounder, der nicht nur auf unbefestigtem Terrain, sondern auch auf der Straße mit exzellenten Fahreigenschaften überzeugen konnte. So präsentierte sich im Herbst 1999 der BMW X5, das weltweit erste Sports Activity Vehicle. Wie groß sein fahrdynamisches Potenzial tatsächlich war, zeigte wenige Monate später der BMW X5 Le Mans, ein Experimentalfahrzeug mit einem mehr als 700 PS starken V12-Motor. Rennfahrer Hans-Joachim Stuck erreichte damit auf dem Nürburgring ein Spitzentempo von 309 km/h. 20 Jahre nach dem Debüt des ersten SAV ist die Familie der BMW X Modelle auf sieben Baureihen gewachsen. Im Jahr 2018 entfielen 37,3 Prozent des Gesamtabsatzes der Marke auf BMW X Modelle.

Vor 20 Jahren: Der BMW Z8 fasziniert mit klassischer Ästhetik.

Im Jahr 1999 präsentierte BMW auch einen Meilenstein seiner an Highlights nicht armen Roadster-Geschichte. Der von dem dänischen Designer Henrik Fisker gestaltete BMW Z8 sorgte bei seiner Weltpremiere auf der IAA in Frankfurt für Aufsehen. Mit einer Linienführung, die an den legendären BMW 507 erinnert, und einem luxuriösen Cockpit zieht er auch heute noch die Blicke auf sich. Unter den klassischen Formen fand innovative Technik Platz: ein selbsttragender Aluminium-Rahmen mit aufgeschraubter Außenhaut und ein 400 PS starker V8-Motor. Vom BMW Z8 wurden zwischen 2000 und 2003 in einer eigens dafür eingerichteten Manufaktur im Münchner BMW Werk insgesamt 5 703 Exemplare gefertigt.

Im Rahmen von Veranstaltungen und Veröffentlichungen blickt die BMW Group Classic im Laufe des Jahres 2019 ausführlich und in loser Folge auf

Presse-Information

Datum 01. März 2019

Thema **100 Jahre Höhenflugrekord und weitere Highlights aus dem Jubiläumsjahr 2019.**

Seite 5

diese Jubiläen zurück. In der Zwischenzeit hält die Presseabteilung der BMW Group Classic weitere Informationen zu den aufgeführten Themen bereit.

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

Benjamin Voß
BMW Group Classic, Marketing und PR
Telefon: +49-89-382-16362
mailto: Benjamin.Voss@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, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>