

Presse-Information

26. Juni 2024

Architektur übernimmt Verantwortung

+++ BMW Group schafft Räume für Zusammenarbeit +++ Ikonische Werke von Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Wiener Architektenteam Coop Himmelb(l)au +++ Tag der Architektur am 29. und 30. Juni +++

München. Die Konzernzentrale der BMW Group in München, die benachbarte BMW Welt und das BMW Werk in Leipzig haben eines gemeinsam: Sie sind drei preisgekrönte architektonische Wahrzeichen, bei denen Ästhetik und Funktionalität einen gelungenen Dialog eingehen. Sie versetzen innen wie außen in Staunen und zeigen auf, dass Architektur eines Wirtschaftskonzerns auch Verantwortung bedeutet - für die Menschen, die in den Gebäuden arbeiten und für ein Stadtbild, das sie prägen. In München ist die Konzernzentrale zusammen mit der BMW Welt zu einem Aushängeschild der bayerischen Landeshauptstadt geworden.

„Architektur und Menschen gehen bei der BMW Group Hand in Hand. Bei der Planung neuer Gebäude nehmen wir immer einen ganzheitlichen Blick ein. Welche Raumstruktur die jeweiligen Bereiche benötigen, welches Umfeld unsere Mitarbeitenden für eine gute Zusammenarbeit brauchen und wie wir Flächen effizient nutzen, sind dabei zentrale Fragen. Architektur schafft Bleibendes. Wir sehen es bei der BMW Group als Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung, hier einen wertvollen Beitrag für unsere Mitarbeitenden und unser Umfeld zu leisten“, sagt **Ilka Horstmeier, Personal- und Immobilienvorständin der BMW Group.**

Der Tag der Architektur am 29. und 30. Juni ist Anlass für die BMW Group, einen Blick auf ihre ikonischen Bauwerke zu richten und aufzuzeigen, wie Architektur Räume für Innovationen und moderne Arbeitsweisen schafft.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89-382-0

Internet
www.bmwgroup.com

Bei der BMW Group sind Immobilien- und Personalentwicklung eng verzahnt. Mitarbeitende, ihre jeweiligen Kompetenzen und benötigte Flächen gehen ein Zusammenspiel ein und bestimmen Gebäudestrukturen. Eine nachhaltige und optimale Flächenplanung, gerade vor dem Hintergrund des Energieverbrauchs, ist dabei genauso wichtig, wie eine positive und angenehme Raumatmosphäre zu schaffen, in der sich Mitarbeitende wohlfühlen. Eine gelungene Raumgestaltung richtet sich nach dem Bedarf der Menschen, die dort arbeiten. Sie fördert Effizienz, Interaktionen und Kreativität. Es ist die der Absicht angemessene und großartige Idee, die konsequent und unter Beherrschung der Möglichkeiten souverän umgesetzt wird. Diese Unternehmenskultur zieht sich wie ein roter Faden durch die architektonischen Statements der BMW Group.

Ein Wahrzeichen prägt die Architektursprache der BMW Group

Die Konzernzentrale der BMW Group in München, der markante Vierzylinder, hat es zu Weltruhm gebracht. Das 1972 fertiggestellte Wahrzeichen, geplant von dem österreichischen Architekten Professor Karl Schwanzer, war damals mutig und visionär gedacht. Allein schon die Bauweise - von oben nach unten mit Hilfe einer Hängekonstruktion – war und ist spektakulär. Das Haus wurde zum Ausgangspunkt einer bis heute gültigen Architekturphilosophie des Unternehmens: Eine präzise, zeitlose und selbstbewusste Formensprache repräsentiert den Konzern nach außen und gleichzeitig entsteht eine Gebäudestruktur, die im Inneren Begegnungsstätten und funktionale Räume für effiziente Arbeitsabläufe schafft.

BMW Welt: Architektur unterstreicht Erlebnis

Der Ansatz, dass Architektur Orte der Begegnung gestaltet, wurde mit der 2007 eröffneten BMW Welt am Konzernstandort München konsequent umgesetzt. Hier werden die Marken der BMW Group - BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad - erlebbar, Menschen aller Nationen begegnen sich, Zukunftsthemen werden sichtbar. Der von dem Wiener Architektenteam Coop Himmelb(l)au konzipierte futuristische Bau, der über eine dynamisch gespannte Brücke mit der Konzernzentrale und dem BMW Museum verbunden ist, zieht jedes Jahr ein Millionenpublikum an. Aus dem Münchner Stadtbild ist die unter Denkmalschutz stehende BMW Welt, das Schaufenster des Unternehmens, nicht wegzudenken. Es ist ein Gebäude, das Wow-Effekte erzeugt – innen wie außen und dessen Besuch in Erinnerung bleibt.

Transparenz im BMW Group Werk Leipzig

Auch das BMW Group Werk Leipzig reiht sich ein in die Riege der Architekturikonen. Das von Zaha Hadid Architects aus London entworfene und 2005 eröffnete Bauwerk ist ein weiteres Beispiel, wie Architektur Kommunikation und Begegnung unterstützt. Das Bauwerk, ausgezeichnet mit dem Deutschen Architekturpreis, arbeitet dabei mit maximaler Transparenz: Die gefertigten Autos schweben auf einer 600 Meter langen, offenen Förderstrecke durch das Gebäude, für alle sichtbar, sogar von der Kantine aus. Kurze Wege zwischen den Fertigungsbereichen, transparente und effiziente Arbeitsabläufe, sowie ein hohes Maß an Kommunikation und Zusammenarbeit über Fachbereiche hinweg zeichnet das Arbeiten in dem Gebäude aus.

Architektur gestaltet Räume für neue Arbeitsweisen

Arbeitswelten sind im Wandel, die Anforderungen an Arbeitsplätze haben sich verändert. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten bei der BMW Group in themen- und funktionsübergreifenden Teams zusammen, Begegnung und Wissensaustausch ist gewünscht. Architektur schafft die Räume für dieses zukunftsorientierte Arbeiten: Arbeitsplätze werden flexibel genutzt, es gibt Begegnungsflächen, die Treffen spontan und niedrigschwellig ermöglichen, daneben erlauben Rückzugsräume konzentriertes Arbeiten. Gestaltung geht dabei über den rein funktionalen Anspruch hinaus: Architektur hat das Potenzial, Orte zu gestalten, an denen sich Mitarbeitende wohlfühlen und die innovatives Denken und kreativen Austausch fördern. Diesen Ansatz verfolgt die BMW Group mit ConnectedWorkplace und setzt dies weltweit an allen bestehenden und neuen Standorten um.

Talent Campus als Ort der Begegnung

Der moderne Talent Campus, der gerade am Konzernstandort entsteht und die neue Aus- und Weiterbildung der BMW Group wird, ist ein gutes Beispiel dafür, wie Architektur Räume für Zusammenarbeit kreiert und gleichzeitig ein Bauwerk seine Umgebung bereichert. In dem modernen, mit großen Fensterflächen transparent gestalteten Bau, in dem zukünftig die mehr als 40.000 Mitarbeitende in München aus- und weitergebildet werden, sind die Räume offen gestaltet und können variabel genutzt werden. Die Raumaufteilung kann jederzeit angepasst oder nachgerüstet werden. So wird Bauen besonders nachhaltig. Die neugestalteten Grünflächen werden zum Treffpunkt zwischen Produktion und Nachbarschaft, ein öffentliches Café lädt zum Austausch ein. Auch die Bauweise geht mit der Zeit: Während beim Vierzylinder Fassadenelemente aus Aluguss-Verfahren der Hingucker waren, ist es beim Talent Campus eine Holzkonstruktion. Der nachwachsende Rohstoff schafft eine natürliche Außenwirkung und eine warme Raumatmosphäre, die zum Lernen einlädt.

Stammwerk München: Arbeitswelten erlauben Vernetzung

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen sich auch inhaltlich mit neuen Themen auseinander. Digitalisierung und Elektromobilität erfordern ein neues Arbeitsumfeld. Wie tiefgreifend dieser Wandel ist, macht der Umbau des BMW Group Stammwerks München sichtbar, unweit der Konzernzentrale. Das Stammwerk München wird als größtes Investitionsprojekt der Firmengeschichte umgestaltet, um künftig die vollelektrische Neue Klasse zu fertigen. Hier gehen inhaltliche Transformation und architektonische Weiterentwicklung Hand in Hand. Wieder steht visionäres Denken vor dem ersten Spatenstich: Die beiden Architekturbüros OMA aus Rotterdam und 3XN aus Kopenhagen haben im Rahmen des Architekturwettbewerbs Visionen entworfen, die eine Vernetzung von Technologien und Mitarbeitenden ermöglicht. Langfristig soll eine Verbindung des Werksgeländes mit der Nachbarschaft und der Stadt entstehen. Das ist hier von besonderer Bedeutung, denn das Stammwerk ist in einem urbanen Umfeld platziert.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Tim Holzmüller

Pressesprecher BMW Group Sport Engagement, Immobilienmanagement

Telefon: +49 151 601 33309

E-Mail: tim.holzmueller@bmwgroup.com

Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschland

E-Mail: presse@bmw.de

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 über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 26. Juni 2024

Thema Architektur übernimmt Verantwortung

Seite 6

Im Jahr 2023 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von über 2,55 Mio. Automobilen und über 209.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2023 belief sich auf 17,1 Mrd. €, der Umsatz auf 155,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2023 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

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-group/>