

Presse-Information
23. März 2026

Transformation braucht Begegnung

+++ 30.000 Mitarbeitende bei Designpremiere des neuen BMW i3 +++
„Lagerfeuer-Moment“ macht Transformation erlebbar +++ Impuls für Ver-
trauen, Orientierung und gemeinsamen Zukunftsaufbruch +++

München. Vom 18. bis 20. März 2026 hatte die BMW Group alle Mitarbeitenden am Standort München zu besonderen Mitarbeiterveranstaltungen in den BMW Park eingeladen. Im Mittelpunkt stand die Designpremiere des neuen BMW i3 der Neuen Klasse – nicht nur als Fahrzeugneuheit, sondern als gemeinsamer Zukunftsimpuls für die gesamte Belegschaft.

Ein „Lagerfeuer-Moment“ für die Mitarbeitenden

Den Auftakt bildete am 18. März die externe Designpremiere mit rund 500 Gästen aus Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Medien sowie 4.000 Mitarbeitenden. Daran schlossen sich sieben weitere exklusive Veranstaltungen für Mitarbeitende an, die bewusst Orientierung und gemeinsames Erleben in den Fokus stellten. Ziel war es, einen „Lagerfeuer-Moment“ für die Mitarbeitenden zu schaffen – als Anerkennung für ihren Beitrag und als Motivation für einen weiteren Schritt in Richtung Neue Klasse.

Die Neue Klasse als gemeinsamer Meilenstein

Der BMW i3 steht sinnbildlich für die Transformation der BMW Group, die technologische, kulturelle und organisatorische Dimensionen miteinander verbindet. Entsprechend spiegelte sich die hohe Bedeutung der Veranstaltung auch in der Präsenz der Unternehmensleitung wider: Während aller Termine waren jeweils ein Mitglied des Vorstands und der Gesamtbetriebsratsvorsitzende vor Ort. Damit unterstrichen sie den gemeinsamen Schulterschluss hinter der Neuen Klasse.

Zugleich war die spürbare Begeisterung der Mitarbeitenden für das Produkt ein prägender Faktor der Veranstaltungen – ein gemeinschaftlicher BMW Moment, der in seiner Wirkung an den letzten vergleichbaren internen Meilenstein der BMW Group erinnerte, die Feier zum 100-jährigen Jubiläum vor rund zehn Jahren.

Transformation braucht Begegnung

Ilka Horstmeier, Personal- und Immobilienvorständin der BMW Group, betont: „Gerade in Zeiten tiefgreifender Veränderung ist persönliche Begegnung durch nichts zu ersetzen. Wenn Menschen zusammenkommen, entsteht Vertrauen, Orientierung und gemeinsames Selbstbewusstsein. Die Neue Klasse ist Ausdruck dessen, was wir gemeinsam leisten können – und genau das wollen wir unseren Mitarbeitenden nicht nur erklären, sondern erlebbar machen.“

HR begleitet Transformation aktiv

Mit den Mitarbeiterveranstaltungen im BMW Park setzte die BMW Group bewusst auf offene Kommunikation und persönliche Begegnung – als Teil einer HR-Strategie, die Transformation aktiv begleitet. Denn verantwortungsvoller Wandel entsteht dort, wo Menschen sich eingebunden und wirksam erleben. Oder, wie es bei der BMW Group heißt: **#DrivenByPeople**

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Dr. Hans-Peter Ketterl

Sprecher Personal und Vorstandsmitglied Personal und Immobilien

Tel: +49-89-382-23923

E-Mail: Hans-Peter.Ketterl@bmwgroup.com

Bernd Eckstein

Leiter Kommunikation HR, Immobilien, Kultur, Corporate Citizenship

Telefon: +49-89-382-59490

E-Mail: Bernd.Eckstein@bmwgroup.com

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-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2025 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,46 Mio. Automobilen und über 202.500 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2025 belief sich auf 10,2 Mrd. €, der Umsatz auf 133,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.540 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>