

Okulva a válságokból, legyőzve a kihívásokat

Az elmúlt több mint egy évszázad során a BMW Group a legkülönbébb kihívásokkal került szembe, amelyeket legyőzve újabb és újabb lendülettel folytatta sikertörténetét. A folyamatos megújulás alapját mindegyik korban az innovációs erősség, a veleszületett bátorság, a rendíthetetlen elkötelezettség és a támogató csapatszellem egysége jelentette. Történelmi visszatekintés a vállalatcsoport fennállásának 100. évértékelő ülését ünnepeelve.

Immár több mint százéves fennállása során a BMW Group üzleti sikertörténetét számos nehézség állította kihívás elé – a jelenlegi helyzethez hasonlóan. Az utat, amelyen a BMW egy repülőgép-hajtóművekre specializálódott kisüzemből a világ elsőszámú prémiumautó- és motorkerékpár-gyártó vállalata lett, megannyi siker és megannyi kudarc övezte. 100. évértékelő ülését ünnepeelve a BMW Group most visszatekint az elmúlt több mint száz esztendő legnagyobb kihívásaira és az azok leküzdését jelentő nehézségekre.

Minden egyes válságban – és így a mostaniban is – megvan az újult erővel telt lendület lehetősége. De mi minden szükséges ehhez? Egy olyan vállalat, amely innovációs erőssége okán mindenféle változás elé jövőbe tekintő kihívással áll. Olyan úttörő termékek, amelyek egyediségükkel mernek újítók és iránymutatóak lenni, és amelyek csak a legjobb pozícióval érik be. Olyan motivált munkatársak, akik minden napi munkába beleteszik a szükséges pluszt. A BMW Group első évszázadát ezen adottságok, képességek és kiváltságok övezték, amelyek minden krízisen, hanyatláson és válságon keresztülvitték a vállalatot. A sikertörténet pedig folytatódik, bármilyen történjék is.

1919: a megbízható motorokra már nem csak a levegőben van szükség

Az I. világháború idején az újdonsült kisüzem egyetlen terméket állított elő: a BMW IIIa repülőgép-hajtóművet. A soros hathengeres motor rövid időn belül a világ legjobb repülőgép-hajtóműveként vált híressé, továbbfejlesztett utódja pedig egészen egy világrekordig repítette: 1919. június 17-én egy BMW IV hajtóművel szerelt repülőgép 9 760 méteres magasságig jutott. Soha egyetlen repülőgép nem szállt még ekkor ilyen magasan. A világháború azonban véget ért, és Németországban mindennemű repülőgép-

hajtómű gyártását betiltották. Merőben új ötletekre volt szükség ahhoz, hogy a BMW továbbra is kamatoztatni tudja erőforrás-gyártás terén felhalmozott szaktudását, az üzem így kibővítette palettáját: a végtelenül megbízható, üzemanyag-takarékos „Bajor Motorral” innentől kezdve hajók, teherautók és autóbuszok büszkélkedtek.

1923: erőforrás-gyártó üzemből motorkerékpár-gyártó vállalat

A kisméretű „Bajor Motor” egyik legfőbb ismérve a maximális megbízhatóság volt. Első boxermotorját a BMW kizárólag más gyártók megrendelésére állította elő, főként a nürnbergi központú Victoria számára, amely nagy sikerrel építette be motorkerékpárjaiba a BMW boxermotorját. Aztán amikor a Victoria házon belül kifejlesztette saját erőforrását, a BMW megrendeléseire bezuhantak és a cég vezetőségének újabb merész ötletre volt szüksége ahhoz, hogy kilábaljanak a válságból. A BMW vezető tervezője, Max Friz ekkor azt a feladatot kapta, hogy tervezze meg a BMW első önálló, teljes egészében saját fejlesztésű motorkerékpárját, a BMW R 32 pedig az 1923-as Német Motor Show-n be is mutatkozott a nagyközönség előtt. Amíg az összes többi motorkerékpár-gyártó vállalat a kétkerekű geometriájára helyezte a hangsúlyt, addig Max Friz az egész járművet az erőforrás köré tervezte. Ez volt az első alkalom, hogy iker boxermotor került egy motorkerékpárba, a menetiránnyal keresztben elrendezett hengerekkel. A modell sikert aratott, a BMW pedig erőforrás-gyártó üzemből elismert motorkerékpár-gyártó vállalattá érett.

1948: újakezdés két keréken

1945-ben véget ért a II. világháború, a szovjet megszállás következtében pedig a BMW elvesztette Eisenach-i gyárát, és ezzel az autógyártáshoz szükséges szaktudása és felszereltsége java részét is. A jelentős mértékben lerombolt müncheni létesítményekben ezzel egyidejűleg megkezdődtek a leépítések is. A BMW fazekak, serpenyők, szerelvények és mezőgazdasági munkagépek gyártásával élte túl az időszakot, miközben néhány kerékpárt és könnyűszerkezetes öntvényvázat is legyártott. Aztán amikor a hatóságok ismét zöld lámpát mutattak a motorkerékpár-gyártásnak, 1948-ban a BMW R 24 a háború utáni első, Münchenben készült motorkerékpárjaként ünnepelte világpremierjét. Az egyhengeres járművet osztatlan rajongás fogadta, a BMW R 24 pedig a vállalkozói bátorság és a személyes mobilitás új korszakának szimbólumává vált. A kétkerekűből több

mint 12 000 példány kelt el, utódja, a BMW R 25 pedig kis híján megkészserezte ezt a mennyiséget. Egy esztendővel később egy újabb boxermotoros motorkerékpár is bemutatkozott, ez volt a BMW R 51/2.

1957: ínséges idők és új piacok

1954-ben a BMW müncheni gyára már éves szinten 30 000 darab motorkerékpárt gyártott. A piac azonban egyhamar drasztikus változáson ment keresztül, az autók fényében a motorkerékpárok elkezdtek veszíteni presztízsükből. Három év alatt a BMW éves motorkerékpár-termelési mennyisége 5 400 darabra zuhant vissza, a vállalat azonban kitartott a kétkerekű technológia mellett. A válságot az állami megrendeléseknek köszönhetően vészelte át a gyártó, megbízhatóságuknak és kényelmes járáskultúrájuknak köszönhetően ugyanis a BMW motorkerékpárjai nagy sikernek örvendtek a rendőrség körében – nem csupán Németországban, de sok más országban is. A motoros járőrök Európa-szerte vitték a BMW megbízhatóságának hírért, amellyel a gyártó új piacokon kezdhetette meg működését és a motorkerékpár-gyártás melletti kitartás végül kifizetődött. 1969-ben a BMW Motorrad gyára Berlinbe költözött, az új modellek pedig a vállalat sikertörténetének új fejezetét jelentették. A mérnökök a vadonatúj fejlesztésű /5 szériát kifejezetten sportos motorkerékpárként tervezték meg, amely nem csupán a versenyzők, de a sportos kikapcsolódásra vágyó rajongók körében is osztatlan népszerűségnek örvendett. A BMW pedig minden korábbinál erősebb gyártóként lábalt ki az '50-es évek válságából.

1959: a kisérszvényesek megakadályozzák a vállalat tulajdonosváltását, a „Neue Klasse” pedig meghozza az áttörést

Az 1950-es évek végén a BMW a pénzügyi összeomlás szélére került. Az autó- és motorkerékpár-iparágot egyaránt érintő értékesítési problémák rendkívüli nehézségek elé állították a vállalatot. 1959 decemberében, a BMW éértékelő ülésén már szinte kész ténynek tűnt, hogy a Daimler Benz AG felvásárolja a vállalatot. Az elkötelezett kisérszvényesek azonban heves ellenállást tanúsítottak a tulajdonosváltás részeként előrevetített szerkezetátalakítási tervvel szemben, amelynek eredményeként a tulajdonosváltás az utolsó pillanatban meghiúsult. A részvényesek elsőszámú kritikával illették, hogy a szerkezetátalakítási koncepció aránytalanul alacsonyra taksálta a BMW

márka és a vállalat munkaerejének értékét. A BMW független maradt, a gazdasági kilábalás azonban csak egy év múlva kezdődött meg a Herbert Quandt főreszvényes égisze alatt kidolgozott, új szerkezetátalakítási tervvel. Herbert Quandt a BMW AG függetlenségére alapozta a tervet, új struktúrákkal és új modellekkel. Az új BMW 700 kisautó visszavezette a vállalatot a siker útjára, az igazi áttörést pedig a „Neue Klasse” első modellje, a BMW 1500 hozta meg.

1973: túllendülés az olajválságon

Az 1973-as olajválság után radikálisan megváltozott az emberek hozzáállása az autókhoz. A 100 km/órás sebességhatárban maximált közlekedés és a vasárnapi autóhasználat betiltása után rohamosan esni kezdett a nagy hengerűrtartalmú motorokkal szerelt modellek és az erős sportautók népszerűsége. A BMW azonban minden korábbinál erősebben lábalt ki a válságból: az új vállalati stratégiát iránymutató beruházások és fejlesztések övezték, Münchenben felépült a vállalatcsoport négy hengert formáló főépülete és megnyílt a BMW Múzeum is. 1973 novemberében megkezdte működését a BMW dingolfingi gyára, a járműtervező mérnökök pedig gyorsan reagáltak a megváltozó piaci körülményekre és ügyféligényekre: 1974-ben bemutatkozott a két üzemanyag-hatékony belépő-szintű modell, a BMW 1502 és a BMW 518. Aztán amikor 1975 tavaszán az olajválság véget ért és az ügyfelek újra elkezdték keresni az erősebb autókat, a BMW ideális pozícióból, új modellekkel, megnövelt gyártási kapacitással és optimalizált értékesítési struktúrákkal szolgálta ki őket. Az eredmények már 1975 első negyedévének végén látszódtak: a BMW mintegy 50 százalékkal, 78 000 új autó értékesítésével törte át 1973-as rekordját, főként a BMW 1502 és a BMW 518 népszerűségének köszönhetően.

1994: a MINI és a Rolls-Royce érkezése

Az 1970-es és '80-as években a BMW a világ leggyorsabban fejlődő autógyártó vállalatává érett, egyre szélesebb modellpalettával és egyre több munkatárssal. A nagy-britanniai Rover Group 1994. január 31-i megvásárlásával a vállalatvezetés célja az volt, hogy jelentős mértékben tovább növeli portfólióját, a fejlesztési lehetőségeket azonban meglehetősen túlbecsülték. A vállalat szerkezetátalakításon esett át és megalakult a BMW Group, hat évvel később azonban a vállalatcsoport eladta brit leányvállalatát. Egyedül a MINI márkát tartotta meg. A modernkori MINI 2001-ben mutatkozott be a nagyközönség

előtt, elhozva a kisautók forradalmát. Prémium minőségével, modern biztonságtechnikai felszereltségével, egyedi stílusával és a vezetés abszolút élményével az új MINI egy csapásra világszenzációvá vált. 2003-ban a BMW Group a Rolls-Royce márkát is megvásárolta, a nagy-britanniai Goodwoodban pedig megkezdődött a luxusautók mércéjéül szolgáló új Phantom gyártása.

2008: a „project i” program a gazdasági világválság kezdetén indul útnak

A 2008 őszén kirobbant gazdasági világválság nem csupán a bankszektor, de számos egyéb iparágat is megroppantott. A legfőbb piacokon ennek következtében az autóértékesítési mutatók is jelentős mértékben zuhantak. A kereslet újraindítását és mindenekelőtt a kifejezetten hatékony modellek vásárlásának támogatását kormányzati vásárlásösztönző csomagok igyekeztek fellendíteni. Miközben világszerte hatalmas erőfeszítéseket tettek az autópár járműjének jövőjének bebiztosítására, a BMW Group a háttérben egy olyan projekten dolgozott, amely teljes egészében újradefiniálta a személyes mobilitás koncepcióját. A BMW Group így már 2007 őszén útjára indította a „project i” programot, amelynek célja egy nagyvárosi, tisztán elektromos meghajtású modell kifejlesztése, ezzel párhuzamosan pedig a zero emissziójú vezetés komplett ökoszisztémájának kidolgozása volt. A BMW i3 tisztán elektromos prémium kompakt 2013 őszén mutatkozott be – egy sor egyedi koncepció, felszereltségi szint és szolgáltatás kíséretében az innovatív anyaghasználat, a környezetbarát gyártási megoldások és a járműtöltési infrastruktúra terén, amelyek együttesen mind a mai napig a tökéletesen kényelmes elektromos mobilitást váltják valóra, a BMW által fémjelzett vezetési élmény kíséretében.

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group

A BMW, a MINI, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is

Vállalati kommunikáció

kínál. Világcéggként a BMW Group 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2019-ben a BMW Group több mint 2,5 millió darab gépkocsit és több mint 175 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 104,210 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2019-es pénzügyi évben 7,118 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2019. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 133 778 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

www.bmw.hu

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/bmwgroup/>