

Latające auta w biurze.

**Zaprojektowany przez Zahę Hadid budynek centralny zakładów BMW Group w Lipsku obchodzi dziesiąte urodziny**

**Lipsk.** W roku 1973 Karl Schwanzer stworzył w Monachium „czterocylindrowca BMW”, jeden z najpiękniejszych budynków centrali koncernowych na świecie. W roku 2013 budynek znalazł się w pierwszej dziesiątce „Best Corporate Buildings in the World”. Od tamtego czasu BMW Group tworzyła swoją wizjonerską prezencję architektoniczną we współpracy z takimi architektami jak Sir Nicholas Grimshaw, Coop Himmelb(l)au i Gunter Henn.

W roku 2015 iracko-brytyjska architektka Zaha Hadid odebrała od firmy BMW gratulacje z okazji dziesięciolecia powstania budynku centrali w zakładach BMW Group w Lipsku, który oprócz licznych innych nagród wyróżniony został m.in. nagrodą Deutscher Architekturpreis. Sama Zaha Hadid pogratulowała również BMW: „Projekt budynku zakładów BMW Group w Lipsku odzwierciedla zaangażowanie przedsiębiorstwa w zakresie całościowo zintegrowanego środowiska pracy, widocznego w świadomej rezygnacji z tradycyjnego podziału na grupy, który w nowoczesnej organizacji pracy nie jest już potrzebny. BMW w Lipsku wyróżnia integracja, komunikacja współpraca – załoga stale pracuje nad innowacyjnymi rozwiązaniami, takimi jak na przykład rewolucyjne modele i3 oraz i8, które umożliwiły znaczne obniżenie emisji CO2 floty BMW – oraz inicjatywy ważne dla gminy, w której działają zakłady. Sukces zakładów BMW Group w Lipsku podkreśla wizję, ambicję i zaangażowanie wszystkich biorących udział w tym projekcie. Serdeczne gratulacje z okazji dziesięciolecia!”

Projekt spektakularnego budynku centrali BMW był reprezentowany już w roku 2002 na weneckim biennale architektury. Wielką radość przysporzyło przedsiębiorstwu zdobycie w roku 2004 przez Zahę Hadid Nagrody Architektonicznej Pritzkera.

Wewnątrz budynku centrali decydującym parametrem była całkowita transparencja i najwyższa możliwa wydajność pracy. Samochody wędrujące z działu produkcji karoserii

do lakierni na 600-metrowym, otwartym trakcie transportowym są bezpośrednio widoczne dla tysięcy pracowników i odwiedzających. Przemieszczające się niemal bezgłośnie samochody można obserwować również ze stołówki. W ten sposób temat skomunikowania i ruchu staje się tematem przewodnim całego budynku – zgodnie z zamysłem architektki, która mówi z zaangażowaniem: „Panta rhei, tu energia płynie ze wszystkich stron.”

Budynek ten łączy technikę i strukturę z nowatorską funkcjonalnością: przejrzyste procesy robocze i kroki produkcyjne stanowią fundament jednego z najnowocześniejszych i najbardziej ekologicznych zakładów na świecie. Wraz z rozpoczęciem produkcji w roku 2005 z taśmy produkcyjnej zakładów BMW Group w Lipsku zjechało w sumie ponad 16 milionów nowych samochodów, m.in. oba innowacyjne samochody seryjne marki BMW i: BMW i3 z napędem czysto elektrycznym oraz BMW i8 z napędem hybrydowym plug-in.

Od ponad 40 lat BMW Group angażuje się w setki inicjatyw kulturalnych na całym świecie – w dziedzinie sztuki, jazzu, muzyki klasycznej oraz projektowania i architektury. W Lipsku BMW wspiera Muzeum Sztuk Plastycznych, Dni Jazzu, program Leipzig International Artist oraz takie imprezy jak Kunstareal Baumwollspinnerei, festiwal a cappella i Festiwal Bacha.

**Więcej informacji:**

dr Thomas Girst

BMW Group Konzernkommunikation und Politik, Dyrektor ds. Kultury

telefon: +49 89 382 24753

Jochen Müller

Dyrektor ds. Komunikacji Zakładów BMW Group w Lipsku, Berlinie i Eisenach telefon: +49 341 445 38000

Aby uzyskać więcej informacji, prosimy skontaktować się z Działem Kultury BMW Group: telefon: +49 151-601-51468

internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com/) e-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

**Zaangażowanie BMW Group w kulturę**

Od ponad 40 lat międzynarodowe promowanie kultury przez BMW Group, które zaowocowało udziałem koncernu w ponad 100 projektach na całym świecie, jest niezwykle ważnym elementem komunikacji korporacyjnej. W ramach owego długoterminowego zaangażowania BMW Group koncentruje się przede wszystkim na sztuce współczesnej i nowoczesnej, muzyce klasycznej, jazzowej, architekturze i wzornictwie. W roku 1972 artysta Gerhard Richter namalował trzy wielkoformatowe obrazy, wiszące w foyer monachijskiej centrali koncernu. Od tego czasu z BMW współpracowało wielu artystów, chociażby takie osobistości jak Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim i Anna Netrebko. Ponadto firma angażowała znanych architektów, takich jak Karl Schwanzer, Zaha Hadid oraz Coop Himmelb(l)au, do zaprojektowania ważnych budynków architektury koncernu. W roku 2011 BMW

Guggenheim Lab, międzynarodowa inicjatywa Solomon R. Guggenheim Foundation, muzeum Guggenheim oraz BMW Group, święciła swoją światową premierę w Nowym Jorku. We wszystkich inicjatywach kulturalnych BMW Group hołduje całkowitej swobodzie kreatywnego potencjału – wszakże, podobnie jak w przypadku innowacji w życiu gospodarczym firmy, jest ona w sztuce gwarantem przełomowych dzieł.

Więcej informacji na stronach: [www.bmwgroup.com/kultur](http://mossweb/arbeit/bmwkultur/Projekte/2012/09_PNG_Shortlist/PM/PM_Shortlist/www.bmwgroup.com/kultur) oraz [www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick](http://www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick)

**BMW Group**

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI i Rolls-Royce, jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Ten międzynarodowy koncern obejmuje 30 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 krajach oraz międzynarodową sieć dystrybutorów z przedstawicielstwami w ponad 140 krajach.

W roku 2014 firma BMW Group sprzedała około 2,118 mln samochodów oraz 123 000 motocykli na całym świecie. Zysk brutto wyniósł 8,71 mld EUR, a obroty 80,40 mld EUR. Na dzień 31 grudnia 2014 r. globalne zatrudnienie w przedsiębiorstwie wynosiło 116 324 pracowników.

Sukces BMW Group od samego początku wynika z myślenia długofalowego oraz podejmowania odpowiedzialnych działań. Dlatego też przedsiębiorstwo stworzyło politykę równowagi ekologicznej i społecznej w całym łańcuchu dostaw, pełnej odpowiedzialności za produkt i jasnych zobowiązań do oszczędzania zasobów, która to stanowi integralną część jego strategii rozwoju.

[www.bmwgroup.com](http://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](http://googleplus.bmwgroup.com/)