

Comunicat de presă

24 noiembrie 2020

**Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și
"Notproduktion" – cultura transformării**

Istoria uneia din cele mai mari crize din istoria companiei și cum oalele de bucătărie au jucat un rol important în depășirea ei. Supraviețuirea prin transformare și cultura transformării care a marcat destinul BMW și definește compania și astăzi.



București. BMW este o companie cu o istorie de peste 100 de ani și tradiții puternice, așa cum este distinctivul motor cu șase cilindri în linie - produs pentru prima dată acum 103 ani sub forma motorului de aviație BMW IIIa - sau grila dublă de radiator pentru automobile (folosită în premieră acum 97 de ani, la BMW 303). În același timp, "Transformarea" este unul dintre elementele constante de-a lungul acestui secol de istorie BMW. Transformarea este resursa puternică care a ajutat compania să depășească unele dintre cele mai dificile crize din istorie, după cele două Războaie Mondiale. Compania s-a reinventat de fiecare dată și a abordat cu curaj noi direcții de pentru a-și asigura supraviețuirea și pentru a evolua. Transformarea este și motorul inovației companiei, care a deschis segmente noi precum modelele sedan de înaltă performanță odată cu crearea BMW

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării

Pagina 2

Motorsport/BMW M și lansarea M535i și M5, modelele Sports Activity Vehicle (SAV) cu BMW X5, modelele Sports Activity Coupé (SAC) cu BMW X6, revoluționara gamă de modele electrice cu BMW i3. Și în ceea ce privește motocicletele, BMW a găsit forță inovatoare în transformare, gama GS (Gelände-Strasse) este unul dintre cele mai relevante exemple. Continuând tradiția, BMW iX a fost prezentat în luna noiembrie a acestui an și promite o revoluție în ceea ce privește interiorul automobilului, ergonomia și condusul automatizat, deschizând noi oportunități pentru companie. Încă o dată, BMW are transformarea în prim-plan.

O criză puternică acum 75 de ani

În 1945, BMW era o companie germană care avea deja o istorie de aproape 30 de ani și care se afirmase deja ca un producător excelent de motoare de avion, motocicletele și, din 1929, automobile. Însă, finalul celui de-al Doilea Război Mondial arunca BMW într-o criză majoră, compania se găsea într-o situație în care pierdea jumătate dintre cele șase fabrici pe care le deținea, iar cele trei centre pe care le păstra - München, Berlin-Spandau și Aalach - erau distruse și cu majoritatea utilajelor funcționale confiscate și distribuite în întreaga lume, ca reparație de război.

Fabricile din Dürerhof (inițial sub ocupație americană) și Basdorf-Zühlsdorf au intrat sub control sovietic și au fost dezasamblate, ca reparație de război. Însă cea mai importantă pierdere a companiei era fabrica din Eisenach, acum aflată în Germania de Est. Aici era concentrată producția mărcii pentru motocicletele și automobile. Odată ce controlul fabricii este preluat de URSS (inițial a fost sub ocupație americană), BMW nu rămâne doar fără centrul de producție pentru automobile (localizat aici încă de la începuturile automobilelor BMW, în 1928) și motocicletele (mutat aici de la München din 1941), dar și fără planurile și documentația tehnică pentru a putea fabrica aceste produse.

Fabrica din Eisenach este reorganizată ca parte a companiei est-germane Awtowelo AG și reia producția de automobile și motocicletele sub sigla BMW din 1945, pe baza planurilor BMW 321, respectiv BMW R 35. Când aceste modele au început însă să

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării

Pagina 3

fie comercializate în Europa de Vest, BMW AG a reușit să blocheze în instanță distribuția lor în Europa de Vest, pe baza unui proces deschis în 1949. Astfel, compania est-germană nu mai putea să folosească marca BMW decât în estul Cortinei de Fier. În cele din urmă, începând cu 1 ianuarie 1952, Awtowelo AG se redenumeste în EMW (Eisenacher Motoren Werke). Produsele sale primesc același nume și astfel accesul pe piețele din Vest. Din 1956, EMW începe să folosească denumirea Wartburg, după castelul care domină orașul Eisenach și destinele celor două companii se despărteau pentru totdeauna.

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării

Pagina 4

**"Notproduktion"**

După o interzicere totală, forțele de ocupație americane oferă, la 28 iulie 1945, permisiunea ca BMW să înceapă producția și distribuția de diverse bunuri de consum. La 29 august 1945, compania primește permisiunea de a produce biciclete, iar la 26 martie 1946 se obține autorizația de a fabrica motociclete. Astfel, BMW putea să reia încet producția cu obiectivul de a se reîntoarce în timp la motociclete și automobile BMW, deși drumul până acolo se anunța lung.

În fabrica din Allach și într-o parte din fabrica din München, compania face lucrări de întreținere și reparații pentru Armata Americană. La Allach se înființează Karlsfeld

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării

Pagina 5

Ordnance and Maintenance Depot - cel mai mare centru de reparații al Armatei Americane de pe continentul european. Mulțumită acestui contract, BMW poate să păstreze multe din utilajele din Allach și a asigurat accesul la resurse și materie primă.

Pe de altă parte, majoritatea utilajelor de la München și Berlin sunt confiscate și trimise peste tot în lume, ca reparație de război, alături de tehnologia de avangardă pe care BMW o dezvoltase. Un exemplu este stația de testare pentru motoarele de aviație cu simularea funcționării la mare altitudine, "Herbitus", care în final a fost relocată în SUA. În total, aproximativ o treime din reparațiile de război de acest fel din Bavaria provenea de la fabricile BMW.

Alături de pierderea de tehnologie și utilaje, este necesară și reconstrucția fabricilor mărcii, afectate de bombardamente. La München a fost finalizată la începutul anilor '50, în timp ce uzina din Berlin a fost finalizată la jumătatea anilor '60.

În acest context, cu resurse și oportunități limitate, BMW începe așa-numita "Notproduktion" - producție de criză - în München și Berlin, odată cu permisiunea inițială a forței de ocupație americane din iulie 1945. Compania a mai avut o experiență similară după Primul Război Mondial. Atunci, după Tratatul de la Versailles, Germania nu mai putea produce avioane și nici motoare de avion, așa că BMW a trebuit să se reorienteze. În acea perioadă, supraviețuirea a fost asigurată de producția de frâne de tren și, ulterior, mai ales după 1922, de motoare pentru diverse aplicații. (Cel mai probabil, o parte din autobuzele Astra Arad foloseau motoare BMW în anii '20.)

Fără resurse importante de producție și fără documentația tehnică pierdută odată cu fabrica de la Eisenach, primele motociclete și automobile BMW postbelice se lasă așteptate. BMW se orientează întâi către oale și produse casnice pentru bucătărie, utilaje agricole, utilaje comerciale de prelucrat coca, compresoare de frână, materiale de construcții, obiecte metalice turnate din metal ușor, biciclete și piese de schimb pentru diverse utilaje și automobile BMW. În această perioadă, criza a făcut ca

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării

Pagina 6

angajații să fie plătiți, în repetate rânduri, chiar cu produsele pe care le fabricau. O altă colaborare inedită a fost cu compania înființată și condusă de Hermann Raussendorf în micuța comună bavareză Singwitz-Bautzen pentru a produce combine agricole sub licență, într-un contract activ de la 1 iulie 1946 până la 30 iunie 1952.

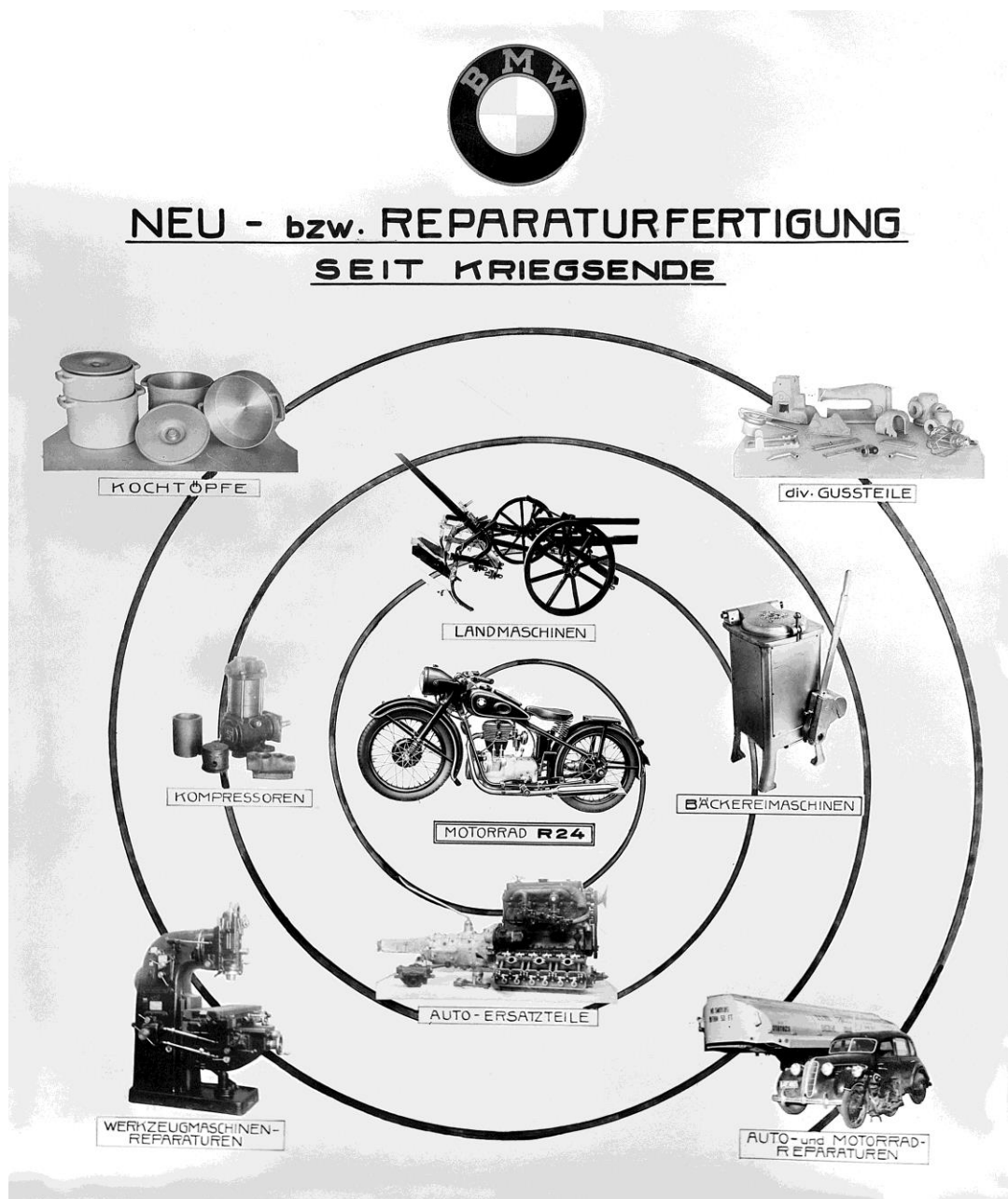
În acest context, primii ani de producție erau foarte diversificați, dar cu volume foarte mici. Între iunie 1945 și mai 1947, BMW a produs bunuri cu o cifră totală de afaceri de 1,7 milioane de mărci. Dintre acestea, cea mai importantă contribuție la cifra de afaceri o aveau 175 de tone de bunuri turnate din metal ușor care generau încasări de aproximativ 600.000 de mărci. Urmau 34.000 de oale care reprezentau aproape un sfert din cifra de afaceri (400.000 RM), mașini și agregate agricole (200 de unități în valoare de 200.000 RM) și piese de schimb pentru automobile BMW (190.000 RM).

"Producția de criză", chiar dacă stătea sub semnul unor provocări deosebite și nu genera rezultate financiare notabile, avea să ajute la punerea în funcțiune a fabricilor, la păstrarea forței de muncă și la pregătirea proceselor de producție pentru viitoarele motociclete și automobile BMW.

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării

Pagina 7

**Drumul spre relansare**

În 1948, Hanns Grewening este numit în poziția de director comercial și astfel această funcție executivă importantă este ocupată pentru prima dată după al Doilea Război Mondial. BMW începuse pregătirea unei motociclete din 1946, odată cu licența de producție acordată în martie 1946. Dezvoltarea merge întâi cu un model de 125 cmc, ca apoi să se ia decizia pentru o motocicletă mai puternică, de 250 cmc.

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării

Pagina 8

În paralel a fost reactivată rețeaua de distribuitori ai mărcii. Deja din 1947 au fost semnate deja 400 de contracte de dealeri și așteptările erau mari. O notă de management spunea că "numărul comenzilor a ajuns la un așa nivel, încât suntem capabili să luăm un start timpuriu în planurile de expansiune pentru 1950". În martie 1948 avea să fie prezentată prima motocicletă BMW postbelică la Salonul Auto de la Geneva - BMW R24. Limitările legate de materiile prime și furnizori, precum și toate resursele pierdute odată cu fabrica de la Eisenach fac ca primele motociclete de serie să iasă pe poarta fabricii abia în 1948.

Primul automobil, modelul de lux BMW 501, este produs în München începând cu 1951. Prezentarea noului model la Salonul Auto de la Frankfurt din toamna aceluiași an arăta intențiile serioase ale BMW privind relansarea. Compania începea un ritm de dezvoltare rapid, cu lansarea de mai multe modele de automobile și motociclete, dar se confruntă în continuare cu probleme financiare. Nici vânzarea fabricii Allach către MAN la jumătatea anilor '50 nu avea să asigure stabilitatea financiară, la fel cum nici succesul de vânzări al BMW Isetta în a doua jumătate a anilor '50, o nouă transformare a companiei în direcția de automobile foarte mici și accesibile, nu asigura profitabilitatea.

Bazele relansării vin după o infuzie nouă de capital, odată cu preluarea companiei de către familia Quandt, și succesul noului automobil BMW 700. Lansat în 1960, acesta este unul dintre puținele modele ale mărcii fără emblematica grilă dublă de radiator, având motorul amplasat în spate. Cu debutul în 1962, gama "Neue Klasse" avea să așeze BMW pe o direcție clară ca producător de automobile: compania avea să se redefiniească iar cu mașini agile, sportive. Legendarele BMW 1800 TI sau BMW 2002 (cu toate derivatele sale) primesc o recunoaștere specială pe piețele din întreaga lume și se afirmă în motorsport. Acestea făceau ca, în anii '60, BMW să definească astfel una din valorile de bază ale mărcii: "Plăcerea de a conduce".

"Această incursiune în istoria companiei, realizată cu sprijinul BMW Group Classic și a Arhivei BMW, a fost un exercițiu care a pornit de la o anecdotă - BMW ca producător

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării

Pagina 9

de produse neașteptate, «oalele BMW». Am vrut să clarificăm acest capitol BMW surprinzător, aflat la o distanță de trei sferturi de secol. Prin redescoperirea de detalii apăsătoare, care au format o imagine tot mai concretă, a devenit evidentă dimensiunea crizei de acum 75 de ani și, odată cu aceasta, forța extraordinară de supraviețuire și reinventare a BMW. Transformarea ca tradiție, oricât de surprinzătoare ar părea alăturarea, nu este un slogan de marketing, ci o valoare puternică a companiei noastre. Și în prezent, transformarea joacă un rol important - BMW i, ca sub-brand dedicat inovației și cu BMW iX ca cel mai nou produs, este efortul structurat al companiei de reinventare permanentă", explică Alex Șeremet, Corporate Communication Manager BMW Group România.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România**Alexandru Șeremet**

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com**BMW Group**

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. Rețeaua de producție a BMW Group cuprinde 31 de facilități de producție și asamblare în 15 țări; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

În 2019, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2,5 milioane de automobile și peste 175.000 de motociclete. În anul fiscal 2019, profitul brut a fost de 7,118 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 104,210 miliarde de euro. La 31 decembrie 2019, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 126.016 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan

Comunicat de presă

Titlu Acum trei sferturi de secol: oalele BMW și "Notproduktion" – cultura transformării
Pagina 10

ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

Twitter: <http://twitter.com/bmwromania>

YouTube: <http://www.youtube.com/bmwgroupromania>

Instagram: <http://www.instagram.com/bmwromania>

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

Site-uri de presă:

press.bmwgroup.com/romania