

Vergangenheit und Zukunft:

# 30 Jahre BMW Museum

Als das BMW Museum 1973 eröffnet wurde, war sein Konzept einzigartig. Großartige Architektur verband sich mit einem völlig neuartigen Konzept der Wissensvermittlung und machte das BMW Museum über die Jahre zu einem Publikumsmagneten im Münchner Norden – und zum Vorbild für unzählige Museumskonzepte weltweit.

Von Oliver La Bonté und Dr. Andreas Braun

Am Anfang stand eine Vision: die Fortsetzung von Straßen und Plätzen im umbauten Raum. Das BMW Museum, nicht gedacht als Musentempel, ebenso wenig als Depot und Garagenhalle, stattdessen eine faszinierend eigenwillige Architektur, die modern und zugleich zeitlos erscheint. Sie grenzt die Außenwelt, den an ihr vorbeirauschenden Verkehr nicht aus, sondern führt ihn im Inneren symbolisch weiter. In spiralförmig geschwungenen Bögen führt der Besucherweg wie in einem Schneckenhaus vom Erdgeschoss bis in das weite obere Rund der „Schüssel“ – vorbei an Fahrzeugen, Aufstellern und Plakaten, Geschichten und Geschichte.

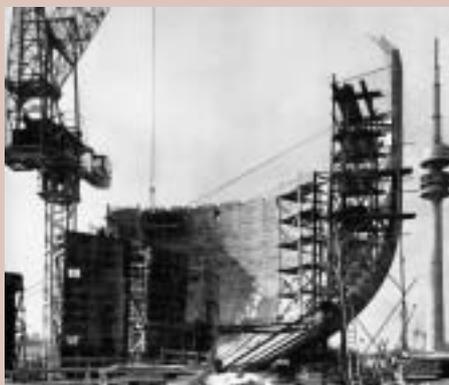
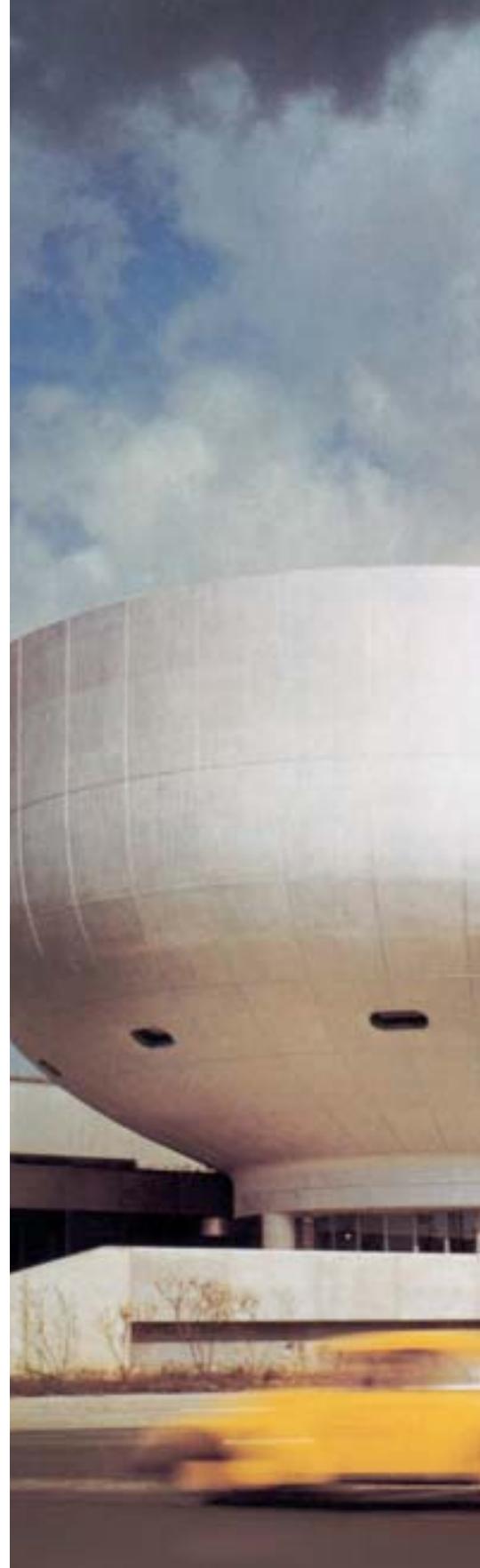
## Eine zeitlos moderne Baukunst

Das BMW Museum entstand zeitgleich mit dem benachbarten BMW Hochhaus, dem so genannten Vierzylinder, und dessen angrenzenden Flachbauten. Im Mai 1973 – also vor 30 Jahren – war das BMW Ensemble feierlich eröffnet worden. Die drei Baukörper am Petuelring bilden

heute wie damals einen harmonisch abgestimmten Gleichklang, eine Gruppe unterschiedlicher Baukörper, die sich durch Klarheit und Kühnheit auszeichnen und im Münchner Norden einen städtebaulichen Akzent gesetzt haben.

Zeitgleich mit dem BMW Museum liefen die Vorbereitungen der Olympischen Sommerspiele 1972 in München. Das Olympiastadion mit seiner leicht und luftig wirkenden Zeltdachkonstruktion lud zu heiteren Spielen ein. Es war die junge Bundesrepublik Deutschland, die sich hier auf sympathische Weise der Welt präsentierte. Auch das BMW Museum war Bestandteil dieser neuen, zukunftsweisenden und weltoffenen Geisteshaltung. Zwar gab sich seine äußere, silbern schimmernde Form kompakt und geschlossen, sein Inneres aber war für die breite Öffentlichkeit bestimmt. Im Gegensatz zum Verwaltungsgebäude, der Schaltzentrale des BMW Konzerns, waren und sind hier die Pforten an 363 Tagen im Jahr geöffnet.

Der Schöpfer des BMW Museums, der Wiener Architekturprofessor Karl



Bau des BMW Museums: Schon die unfertige „Schüssel“ wirkt aufregend.



BMW Zentrale: Gleichzeitig zum Museumsbau entstand nebenan der „Vierzylinder“.

Schwanzler, entwarf im Inneren ein Gerüst aus Rundpfeilern, raumgreifenden Rampen und schwebenden Plattformen. Alle Bauglieder scheinen in Bewegung geraten. Selbst die ausgestellten Automobile und Motorräder erwecken den Eindruck, als würden sie sich fortbewegen. Kunstvoll greifen die verschiedenen Ebenen ineinander, immer wieder reizvoll sind die Durchblicke, die sich im Museumsrund



öffentlichen Einrichtung, in der jedem Besucher historisches Wissen und augenblickliches Erlebnis geboten werden.

Zunächst präsentierte sich das BMW Museum als eine angenehm schlichte Raumfolge in Blau und Silber. Die wenigen ausgestellten Fahrzeuge sprachen für sich. Den Terminus „besucherfreundliche Sonderflächen“ – etwa Museumshop oder Museumscafé – kannte man noch nicht. Der Platz von gerade einmal 700 Quadratmetern schien ausreichend.

In den vergangenen 30 Jahren erlebte das BMW Museum sechs Dauerausstellungen. Die spektakulärste unter ihnen war zweifellos „Zeitsignale“, ein an Szenarien kaum zu überbietendes Ausstellungsereignis, das von 1980 bis 1984 hunderttausende von Besuchern anlockte. Erstmals wurde hier in einem Spaziergang durch das 20. Jahrhundert die kulturelle und politische Entwicklung Deutschlands aufgezeigt – verwoben mit der Geschichte der Verkehrsmittel, dargestellt mithilfe von BMW Fahrzeugen. Automobil und Motorrad als Spiegelbild der Gesellschaft – das war völlig neu! Schweinwerfer wurden auf Figuren, Fahrzeuge und andere Exponate gerichtet und brachten wichtige Ereignisse aus dem Dunkel der Geschichte ans Licht der Gegenwart.

### **Der Countdown beginnt**

Spätestens mit den „Zeitsignalen“ ist das BMW Museum fester Bestandteil des reichhaltigen kulturellen Angebots der Stadt München. Unter anderem stellt das BMW Museum heute sein großes Kino für das alle zwei Jahre stattfindende Münchner Filmfestival zur Verfügung.

Doch 30 erfolgreiche Jahre haben unübersehbar ihre Spuren hinterlassen: Trotz vieler Verbesserungen ist es jetzt an der Zeit, das BMW Museum grundlegend zu erneuern und zu erweitern. Denn nicht nur die Geschichte von BMW und damit die Vielzahl der Fahrzeuge ist gewachsen. Auch die Museumswelt ist nicht stehen geblieben. Längst sind pädagogische Besucherprogramme und ansprechende Informationsquellen im Bereich Neue Medien eine Selbstverständlichkeit. Der heutige Besucher erwartet zudem ein Mehr an Service und anderen Annehmlichkeiten.

Das Museum der weiß-blauen Marke wird gemeinsam mit dem gleichaltrigen

Rundpfeilern, die unterschiedlich weit in den Raum der Schüssel hinauffragen.

Das BMW Museum steht am Anfang einer kulturellen Entwicklung, die sich ab etwa Mitte der 70er Jahre durch publikumswirksame Ausstellungen und Museumsbauten abzeichnete und noch heute ungebrochen Anklang findet: Das Museum wird zum Bildungsort, zur zeitgemäßen

bieten. Was der Besucher kaum wahrnimmt, ist die Welt der Statik und der Haustechnik. Dabei sei vor allem auf die eigentliche Konstruktion des BMW Museums hingewiesen: Die äußere Hülle, eine relativ dünne Betonschale, wurde nach dem Prinzip einer selbsttragenden Karosserie errichtet. Auf ihr lastet das Dach mit mehr als 40 Metern Durchmesser. Die Struktur im Inneren ruht dagegen auf sechs massiven



Eine Gesamtanmutung im Jahre 2006.

Hochhaus im Laufe der kommenden Jahre grundlegend saniert. „Gedächtnis“ und „Herz“ von BMW werden voraussichtlich im Frühjahr 2004 geschlossen. Besucher aus dem In- und Ausland werden aber nicht enttäuscht vor verschlossenen Türen stehen, denn bis zur Wiedereröffnung im Sommer 2007 wird man voraussichtlich in einer Ausstellungshalle im Olympiagelände die schönsten BMW Fahrzeuge bewundern können.

#### Mit klarem Auftrag

Anders als das Deutsche Museum, Europas größtes Technikmuseum, ist das BMW Museum in seinem Selbstverständnis ein Firmen- und Markenmuseum. Eine zeitlos moderne Baukunst ist klar und lässt keinen Zweifel offen: Hier geht es weder um die Erfindung der Dampfmaschine, um Fahrradgeschichte oder Mobilität im Weltraum, sondern um Fahrzeuge, Leistungen und Rekorde der Marke BMW. Das in aller Welt bekannte BMW Zeichen, das sich über das gesamte Museumsdach ausbreitet und das

man vom Flugzeug sowie vom Olympiaturm aus betrachten kann, ist Versprechen und Programm zugleich: Was den Namen BMW trägt, muss die Qualität von BMW besitzen. Wer sich für die beiden anderen berühmten Marken der BMW Group, Rolls-Royce und MINI, interessiert, sei auf deren Markenmuseen verwiesen, die in naher Zukunft in England entstehen könnten.

Das BMW Museum ist fest eingebunden in das Unternehmen. Es hat die Aufgabe, die Geschichte von BMW auszustellen, vom Erfolg seiner Flugmotoren, Cabrios, Luxuslimousinen, Rennwagen und Motorräder zu erzählen und den Wert der Marke BMW, die im höchsten Premiumbereich der internationalen Automobilbranche angesiedelt ist, so authentisch wie möglich wiederzugeben. Im Mittelpunkt aller Anstrengungen steht zukünftig der Dialog mit dem Besucher. Das Museumsflair wird noch individueller, die Betreuung noch persönlicher, die Atmosphäre noch ansprechender sein als bisher. Ästhetischen Genuss werden

nicht nur die BMW Fahrzeuge bieten, sondern auch Designentwürfe und kreative Raumgestaltung.

#### Breite und aktuelle Themen

Jahr für Jahr kommen rund 200.000 Besucher aus aller Herren Länder, um die stattliche Sammlung historischer BMW Fahrzeuge zu sehen. Auch das zukünftige BMW Museum wird seine Informationen und Führungen in mehreren Sprachen anbieten. Mit besonderem Engagement sollen vor allem auch diejenigen angesprochen werden, die nicht so technik-affin sind.

Die Ergebnisse zahlreicher in Auftrag gegebener Besucherstudien ergaben, dass bestimmte Zielgruppen nur mit besonderen Ausstellungsthemen, etwa Design oder Sicherheit, angesprochen werden. Die Struktur des Besucherpublikums ist in den letzten Jahren so heterogen geworden, dass Ausstellungsmacher nurmehr mit universal und aktuell angelegten Themen Erfolg haben – vor- ausgesetzt, diese sind didaktisch aufbe-



Höhepunkt des Jahres 2002: Sonderausstellung „The Year 02“ im BMW Museum.



reitet und glaubwürdig. Strategien und Sprachen des Marketing, wie sie in der klassischen Werbung angewandt werden, haben im Museum keinen Platz.

Bei aller Vielfalt an Themen, die ab 2007 im BMW Museum rund um Zwei- und Vierräder geboten werden: Der Hauptauftrag ist und bleibt die Darstellung der reichen, fast 90-jährigen BMW Historie. Erstmals soll sie lückenlos geschildert werden, wobei vor allem der Motorsport, ein Garant für den Erfolg und die Zuverlässigkeit von BMW Motoren, breiten Raum erhält. Auch sollen die Menschen zu Wort kommen, die sich mit besonderer Leidenschaft um die Marke BMW verdient gemacht haben: namhafte Designer, Ingenieure und Rennfahrer, ebenso Entwickler in Fachabteilungen oder Monteure am Band.

Die Geschichte von BMW zeichnet sich durch Höhen und Tiefen aus. Immer wieder waren es Visionen, die formschöne und PS-starke Fahrzeuge entstehen ließen. Die BMW Markenwerte „herausfordernd“ und „sportlich“ sind von Beginn an prägend für alles, was am Petuelring, später auch in Niederbayern, Berlin, Spartanburg und Rosslyn produziert wurde.

Mit dem Bau von Flugmotoren fing 1916 alles an. 1923 entschloss sich die BMW Führung zum Bau von Motorrädern, 1928 folgten die ersten BMW Automobile. Es waren vor allem die Zuverlässigkeit der Motoren und die beachtlichen Rennerfolge, die BMW zu einer weltweit bekannten und angesehenen Marke machten. Nebenbei bemerkt:

BMW ist heute der einzige europäische Automobilhersteller, der zugleich Motorräder produziert.

Tradition und Moderne, Vergangenes und Zukünftiges schließen sich nicht aus: „ohne Herkunft keine Zukunft“. Auch das Neue BMW Museum wird modernste Technologien einsetzen, um Inhalte anschaulich zu vermitteln. Das Spektrum der Neuen Medien ist faszinierend und erscheint schier unendlich.

Dennoch dürfen Touch Screens und andere Applikationen nicht den Blick auf das Wirkliche verstellen. Im Vordergrund steht weiterhin die Präsenz alter, wertvoller Fahrzeuge. Ihretwegen geht der Besucher ins Museum. Um den Reiz der virtuellen Künste zu erleben, kann er sich daheim bequem im Internet umschauen.

Alles Digitalisierte wird physisch erfassbare Wirklichkeit nie ersetzen können, sondern diese nur integrativ ergänzen und illustrierend veranschaulichen. Es sind die tatsächlich vorhandenen, behutsam restaurierten Automobile und Motorräder, die im Museum zu Akteuren werden. Sie allesamt sind sprechende Zeitzeugen und rufen Erinnerungen an frühere Zeiten wach.

### Den Blick in die Zukunft gerichtet

Die Zeiten, als Museumsmacher interessante und rare Objekte sammeln und diese in Vitrinen stellten, um sie langsam verstauben zu lassen, sind längst passé. Der Besucher will persönlich angesprochen werden und den Museumsbesuch interaktiv mitgestalten.

Er will keine ellenlangen Texte lesen oder die ausschweifenden Betrachtungen eines Museumsführers ertragen, sondern experimentell oder im Dialog Informationen und Erfahrungen sammeln. Was immer ein Museum zu vermitteln vermag: Der Besucher will es ganzheitlich erfassen. Denn was bleibt nachdrücklicher in Erinnerung als das, was man selbst angefasst, gesehen, gerochen, geschmeckt oder gehört hat?

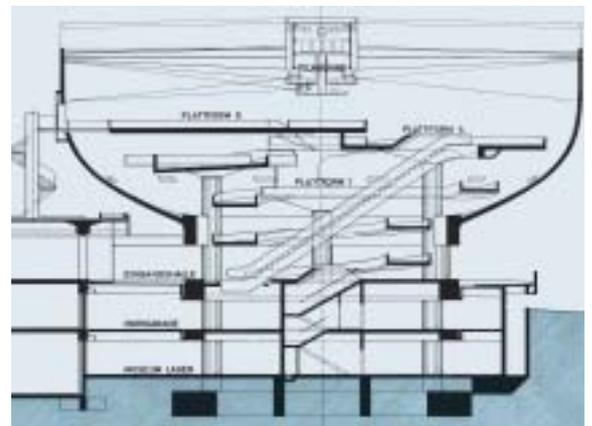
Seit einigen Monaten ist es offiziell: Gegenüber dem Museum, auf der anderen Seite der Lerchenauer Straße, wird ein großartiges Bauwerk entstehen: Die von Glas und Wind geformte Architektur des Aus-

lieferungszentrums von BMW, entworfen vom renommierten Architekturbüro COOP Himmelblau, setzt die innovative Baukunst von BMW, die 1973 begann, suggestiv fort.

Hier werden neue Kunden, aber auch interessierte Besucher die aktuelle Modellpalette erleben und sich über zukünftige Technologien informieren können. Das benachbarte Produktionswerk bietet geführte Rundgänge, die es ermöglichen, den Herstellungsprozess eines 3er BMW live mitzuverfolgen. Das BMW Museum wird dieses Angebot komplettieren und die große Tradition der Marke schildern. Damit wird es am Petuelring in ein paar Jahren ein großes Ausstellungs- und Veranstaltungszentrum geben, mit Highlights für jeden Geschmack.

Ähnlich große, in Architektur gegossene Markenpräsentationen gibt es bereits in Wolfsburg und Ingolstadt, eine weitere soll in Stuttgart entstehen. Doch sieht BMW diesem Wettbewerb gelassen entgegen, vor allem deshalb, weil die urbane Situation von Museum, Werk und Auslieferung keine künstliche, sondern eine gewachsene ist. Das historische Zentrum von BMW liegt nicht bei München, sondern mittlerweile im Zentrum dieser leuchtenden Kultur- und Medienmetropole.

Dies stimmt unter anderem die Planer bei BMW sehr optimistisch. Die Museumsbesucher von morgen dürfen schon jetzt, dreieinhalb Jahre vor Öffnung der neuen Ausstellungsarchitektur, auf eine innovative und atemberaubende Gestaltung gespannt sein. Am Eingang werden sie das Markenzeichen von BMW entdecken. Und das Versprechen gilt auch für die kommenden 30 Jahre: Was den Namen BMW trägt, muss die Qualität von BMW besitzen.



Architektonischer Querschnitt des BMW Museums.