

40 Jahre BMW Hochhaus und Museum. Inhaltsverzeichnis.



1. Einführung	2
2. BMW Hochhaus: Der Vierzylinder	4
3. BMW Museum	13
4. Dossier: Daten und Fakten	18

40 Jahre BMW Hochhaus und Museum. 1. Einführung.



„Der größte Vierzylinder der Welt: ein Wahrzeichen der Stadt München neben dem Olympia-Park setzt Akzente. Ein Haus der kurzen Wege (drinnen) und der klaren Linien (draußen), ein kühl kalkuliertes Experiment und ein Meilenstein der Architektur. BMW schuf sich Raum für wachsende Aufgaben mit einem Bürohaus der Neuen Klasse“. (Innerbetriebliche Information, 1973)

Die am 18. Mai 1973 offiziell eingeweihte BMW Konzernzentrale ist in den vergangenen Jahrzehnten unbestreitbar zu einer architekturhistorischen Ikone geworden, die weder aus dem Stadtbild Münchens noch aus dem Selbstverständnis des Unternehmens wegzudenken ist. Vierzig Jahre nach Fertigstellung des Baus wurde im Frühjahr 2013 das vom Architekten Professor Karl Schwanzner entworfene Gebäudeensemble von einer Expertenkommission in die Riege der fünfzehn spektakulärsten Firmenzentralen aufgenommen. Zusammen mit dem "Vierzylinder" genannten Bürobau schaffte es aus Deutschland nur noch eine weitere Konzernzentrale auf die Liste des Architekturportals Emporis.

Das BMW Hochhaus und der angrenzende Museumskomplex markieren nicht nur den Höhepunkt in Karl Schwanzners architektonischem Lebenswerk, sondern setzten in den frühen 1970er Jahren auch bislang unerreichte Maßstäbe im Bereich der modernen Büroarchitektur. Der Wiener Architekt vereinte in seinem Entwurf eine eindrucksvolle Fassadengestaltung mit einem innovativen, flexiblen Raumkonzept und legte damit den Grundstein für eine neuartige und noch immer bestehende Architektur-Philosophie bei BMW. Dem Konzept der „gebauten Kommunikation“ folgend, verbindet der Münchener „Vierzylinder“ den pragmatischen Nutzen seines administrativen Zwecks auf einzigartige Weise mit der Ästhetik architektonischer Kunst.

Darüber hinaus steht der Hochhausbau Schwanzners exemplarisch für die Baukunst der Bundesrepublik in den 1970er Jahren, deren innovative Ingenieursbauten stilprägend sind. Mit seiner Identität als Ingenieursbau reiht sich das Hochhaus in die herausragenden Architekturen dieser Zeit ein und übt bis zum heutigen Tag eine Faszination auf seine Betrachter aus.

Seit 1999 stehen Konzernzentrale und Museum unter Denkmalschutz und gelten längst als eines der Wahrzeichen der Stadt München. Mit der BMW Welt, entworfen von dem international renommierten Architekten Prof. Wolf D. Prix, gestaltete die BMW Group im Jahr 2007 einen weiteren städtebaulichen Fixpunkt für alle an Architektur, Technik, Design und Innovation interessierten Besucher der bayerischen Landeshauptstadt.

40 Jahre BMW Hochhaus und Museum.

2. BMW Hochhaus: Der Vierzylinder.



Hintergrund

In den 1960er Jahren befand sich BMW in einem Stadium außergewöhnlicher Expansion. Die ständig steigenden Produktionszahlen brachten – neben der notwendigen Erweiterung von Fertigungsstätten – auch einen erhöhten Platzbedarf im Verwaltungsbereich mit sich. Während die Produktionsstätten durch die Übernahme der Glas Automobilwerke in Dingolfing und Landshut im Jahr 1966 ausgebaut wurden, fehlten ausreichende Verwaltungsräume für die Angestellten in München. Trotz Aufstockung bereits bestehender Bürogebäude im Werk 1 in München/Milbertshofen und in direkter Nachbarschaft des Werkes reichten die Flächen nicht aus, weshalb viele Verwaltungsabteilungen aus dem Werk ausgelagert werden mussten. Zu diesem Zweck wurden in und um München Bürogebäude angemietet, was zu einer räumlichen Zerstreuung des Verwaltungssektors führte. Dieser Umstand machte es schließlich notwendig, den Neubau eines eigenen zentralen Bürogebäudes zur organisatorischen Rezentralisierung und Erweiterung des Verwaltungsbereiches zu planen und zu realisieren.

Wettbewerb und Entscheidungsprozess

In einer Vorstandssitzung am 14. Juni 1966 legte Wilhelm Hermann Gieschen – Produktionsvorstand von 1961 bis 1971 – erstmals Planungen für ein neues Verwaltungsgebäude an der Dostlerstraße vor. Gieschen war somit der Initiator des Baus und fortan der verantwortliche Vorstand für alle Belange, die mit dem neuen Gebäude in Verbindung standen.

Als Ort für das neue Verwaltungshaus wurde der Platz südlich des BMW Werks mit einer Grundfläche von 28.210 m² ausgewählt, der direkt an die Dostlerstraße und somit an den Haupteingang des BMW Werks anschließt. Das Gelände des neuen Verwaltungsgebäudes war zum Zeitpunkt der Planungen unbebaut und diente bis 1970 als Parkplatz für die Mitarbeiter des BMW Werks.

Für die Gestaltung der neuen Konzernzentrale schrieb die BMW Unternehmensführung einen Wettbewerb aus und lud dazu acht Architekten

ein, die sich in der Vergangenheit bereits mit ähnlichen Bauaufgaben befasst hatten. Laut Inhalt des Ausschreibungstextes von April 1968 sollte der neue Gebäudekomplex neben dem Verwaltungsgebäude einen gesondert zu errichtenden Pavillon für ein elektronisches Rechenzentrum sowie eine Parkgarage enthalten. Bürohaus, Rechenzentrum und Parkgebäude sollten untereinander ebenso architektonisch in engem Zusammenhang stehen sowie mit den am Rande beziehungsweise außerhalb des Werksgeländes bestehenden Verwaltungsgebäuden 71 und 80 eine architektonische und organisatorische Einheit bilden.

Bei der Raumplanung für das neue Bürogebäude sollte berücksichtigt werden, dass die fortschreitende Technisierung in Verwaltungs- und Produktionsbereichen ständig Änderungen in den Arbeitsabläufen hervorrief. Laut der Ausschreibung sollten daher die Wettbewerbsentwürfe darauf ausgelegt sein, ein Bürohaus zu konzipieren, das in seiner Raumaufteilung variabel war und jederzeit an die aktuellen Gegebenheiten angepasst werden konnte. Neben den Bedingungen, die das Raumkonzept des neuen BMW Verwaltungsgebäudes betrafen, war für die Unternehmensführung die Architektur des Gebäudes von ebenso großer Bedeutung. Aus Gründen der Werbewirksamkeit war auf eine großzügige, optisch eindrucksvolle Fassadengestaltung besonders zu achten. Eine repräsentative Anordnung der Zufahrt zum Verwaltungsgebäude mit Vorplatz wurde ebenfalls ausdrücklich gewünscht. Das Preisgericht war sich darüber einig, dass an der Stelle des neuen Verwaltungskomplexes ein Gebäude mit einer Größe und einer Form gewählt werden sollte, das nicht nur der Bedeutung des Unternehmens Rechnung trug, sondern auch zur baulichen Umgebung passte, die sich aus Wohngebieten, BMW Werk, wichtigen Verkehrsknotenpunkten und zukünftigen Olympiabauten zusammensetzte.

Auf die Präsentation der eingereichten Entwürfe am 10. Oktober 1968 folgend, gelangten schließlich das eher konventionell gestaltete „Scheibenhochhaus“ der Aktiengesellschaft für Industrieplanung und die fast 100 Meter hohe, futuristische „Hängekonstruktion“ mit vier zylinderförmigen Hauptelementen des Wiener Architekten Professor Karl Schwanzer in die engere Wahl des Wettbewerbs. Beide Entwürfe bargen aus Sicht der Jury Vor- und Nachteile, doch BMW Vertriebschef Paul Hahnemann erkannte im technisch gewagten Entwurf von Karl Schwanzer das Potential, ein

architektonisches Wahrzeichen für BMW sowie den Standort München zu werden und setzte sich intern für dessen Umsetzung ein. Um den BMW Vorstand, Aufsichtsrat und die Großaktionäre zu überzeugen, ließ Hahnemann ein 1:1 Modell einer kompletten kleeblattförmigen Etage auf dem Bavaria Filmgelände errichten und hatte Erfolg: Im Dezember 1968 erteilte die BMW Unternehmensführung den Auftrag zum Bau einer neuen Konzernzentrale an den Wiener Architekten Professor Karl Schwanzer.

BMW Hochhaus: Architektur und Konzept

In seinen Entwürfen für die BMW Konzernzentrale zeigt sich deutlich, dass Karl Schwanzer ein Schüler des Architekten Oscar Niemeyer war, der in den 1950er Jahren die neue brasilianische Hauptstadt Brasília konzipierte. Das BMW Hochhausareal hat von dieser Architekturlandschaft profitiert und zeigt die Annäherung Schwanzers an das Architekturkonzept seines Mentors – das Skulpturale von BMW Turm und Museumsschüssel wäre ohne das spektakuläre Ensemble in Südamerika nicht denkbar gewesen.

Als Teil des Neubauensembles bildet das im Grundriss kleeblattförmige Hochhaus den Höhepunkt und das Zentrum. Es erreicht eine Höhe von 99,50 m und somit die 1968 vorgegebene maximale Gebäudehöhe in der Münchener Innenstadt, die sich an der Höhe der Türme der Münchener Frauenkirche von 98,60 m orientierte und 100 m nicht überschreiten durfte. Die Einteilung der 22 Geschosse setzt sich aus 18 Bürogeschossen mit zwei Vorstandsetagen, vier Technikgeschossen, dem Erdgeschoss und einem Kellergeschoss zusammen.

Die vier Zylinder des BMW Hochhauses sollten nicht auf einem Fundament stehen, sondern an einer kreuzförmigen Stahlkonstruktion auf dem Dach hängen. Weltweit gab es nur wenige Beispiele für die Konstruktion eines „Hängehauses“, keines erreichte die Höhe des Entwurfs von Professor Schwanzer für BMW. Für die Errichtung des Baus hatte dies zur Folge, dass das fast 100 Meter hohe Gebäude nicht wie allgemein üblich von unten nach oben wuchs, sondern die oberen Etagen zuerst gefertigt wurden. Die vier zylinderförmigen Teile entstanden am Boden, wurden hydraulisch nach oben bewegt und in mehreren Segmenten vervollständigt. Am zentralen Kern, dem „Hochhausschaft“ aus Stahlbeton auf einem massiven Fundament, sollten die vier Zylinder mit jeweils 19 Stockwerken – darunter ein Technikgeschoss

(= optische Einkerbung) – an vier riesigen „Kragarmen“, die kreuzweise oben auf dem Schaft ruhen, hängen. Gewaltige Zug- und Druckkräfte wurden über Fachwerkträger aus Stahlbeton in einem Zwischengeschoss im oberen Drittel des Hauses und über vertikale Druck- und Zugstützen entlang der äußeren Fassaden abgeleitet – wodurch die Gesamtkonstruktion in sich Stabilität erhielt. Diese Konstruktions- und Bauart verlieh dem BMW Hochhaus, trotz der beeindruckenden Größe des Gebäudes und des Gewichts der Hängekonstruktion von 16.800 Tonnen, eine leichte und unverwechselbare Silhouette.

Außerdem fügte sich die Kleeblattform des Hochhauses in städtebaulicher Hinsicht in ein harmonisches Bild und erzielte eine optimale Werbewirksamkeit für das Unternehmen. Schwanzers Hochhausbau sollte sich durch die besonders typische Gebäudeform zu einem einprägsamen Erkennungszeichen und wichtigen Zentrum von BMW entwickeln. Laut Schwanzer handelte es sich um ein modernes und einmaliges Verwaltungshochhaus mit charakteristischer Zufahrt und durchfahrtsfreiem Vorplatz, bei dessen Gestaltung klar ablesbare Formen gewählt wurden, die Präzision, technische Vollkommenheit und Formschönheit vermittelten. So repräsentierte es optimal das erfolgreiche Image und die hohen Ziele des Automobilunternehmens BMW.

Doch neben dem spektakulären Äußeren stand das Thema Funktionalität insbesondere bei der Raumkonzeption des Architekten im Vordergrund. Was die Vorstände zunächst als zu futuristisch, praxisfern und experimentell angesehen hatten, wurde schließlich als optimale Lösung gepriesen: der kreisförmige Grundriss der vier Bürosegmente auf jeder Etage, die durch die einzelnen Hängesäulen des Turms entstehen. Diese vier Kreissegmentbögen bilden die kleeblattförmige äußere Grundrissform des Verwaltungsgebäudes. Der Architekt selbst begründete dabei die Form des Gebäudes ausschließlich aus der zwingend logischen Rationalität und Funktionalität des runden Grundrisses für die moderne Organisation der Büroarbeit heraus. Bestimmender Gedanke von Karl Schwanzer war dabei die bestmögliche Kommunikation im Team. Seiner Ansicht nach brachte der kleeblattförmige Grundriss folgende Eigenschaften der modernen Verwaltungsarchitektur mit sich: kurze Arbeitswege zur bestmöglichen Kommunikation und Büroorganisation zwischen den einzelnen Abteilungen und optimale

Variabilität der Raumeinteilung. In den vier Kreissegmenten einer kleeblattförmigen Etage sind bis heute überwiegend Großraumbüros angeordnet. Zwei Gänge führen kreuzförmig durch den Stockwerkskern und verbinden die einzelnen Teambüros miteinander. Diese Architektur fördert durch kurze Wege die enge Zusammenarbeit. Diese Struktur der Bürolandschaft im Hochhaus entspricht damit dem Prinzip der flachen Hierarchien bei BMW. Vom Praktikanten bis zum Abteilungsleiter sitzen nahezu alle Mitarbeiter einer Abteilung in einem Teambüro – Einzelbüros sind selten.

BMW Hochhaus: Bauablauf

Die Bauzeit für die Konzernzentrale und Außenflächen wurde auf 26 Monate geplant. Da 70 Prozent des Baugrundstücks bebaut wurden, war die Ausführung der Bauarbeiten in Teilschritten erforderlich. Am 16. Juli 1970 starteten die Aushubarbeiten auf dem ehemaligen Parkplatz des BMW Werks; der offizielle Spatenstich fand am 28. Juli 1970 statt. Zweieinhalb Monate nach Baubeginn waren das Hochhausfundament und zwei Etagen des darüber liegenden Kellers errichtet. Vier Monate nach Baubeginn war der Hochhauskern mit dem so genannten Gleitschalungsverfahren „Simcrete“ auf die volle Höhe von knapp 100 m hochgezogen. Als nächstes folgte das mächtige Trägerkreuz auf der Turmspitze. Noch während der Ausführung wurden parallel dazu die oberen sieben Geschosse mit dem unten anschließenden Technikgeschoß am Boden fertiggestellt. Danach hängte man die Geschosse mit gebündelten Spannstäben an das Trägerkreuz und hob sie jede Woche mittels hydraulischer Presse um knapp 4 Meter. In dem nun frei werdenden Raum unter den Hängegeschossen wurde jede Woche ein weiteres Geschoss hergestellt und an die fertigen, darüber hängenden Geschosse angeschlossen. Zwei Hubtakte höher konnten dann bereits Fassade und Verglasung montiert werden. Auf diese Art wuchsen die vier zylinderförmigen Segmente des Gebäudes nach und nach gleichsam aus dem Boden.

Ohne Wartezeit konnte so in den bereits gegen Witterungseinflüsse abgeschlossenen Geschossen sofort mit den Arbeiten zum Innenausbau begonnen werden. Im exakt vorgeplanten Rhythmus erfolgten Installationen und die Boden-, Wand- und Deckenverkleidungen, unbehindert durch den Rohbau in Bodennähe. Dank Präfabrikation konnte so die Architektur des

Hochhauses mit einer enormen Geschwindigkeit errichtet werden – diese Bauweise war elegant, effizient und schnell. Nach 16 Monaten war der Hubvorgang der Stockwerkssegmente beendet. Das Verwaltungshochhaus war im Rohbau mit vollständiger Fassade und Verglasung abgeschlossen und auch der Innenausbau war bereits weit fortgeschritten.

Am 7. Dezember 1971 wurde das Richtfest gefeiert. Im Juli 1972, zwei Jahre nach Baubeginn, waren schließlich das äußere Erscheinungsbild des gesamten Gebäudekomplexes, die Außenanlage und die Bepflanzungen fertiggestellt. Als die Welt im August 1972 zu den Olympischen Sommerspielen in München zu Gast war, hatte das BMW Hochhaus somit bereits seine fertige Gestalt und erstrahlte erstmals in seinem vollen Glanz. Das Ende der vertraglichen Bauzeit war der 30. September 1972. Bis zum Beginn des Gebäudebezuges am 22. Januar 1973 wurden jedoch weitere Zusatz- und Ergänzungsleistungen ausgeführt und die Inneneinrichtung vorgenommen. Um den Mitarbeitern ihre zukünftigen Arbeitsplätze vorzustellen, fand Mitte Dezember 1972 ein Tag der offenen Tür für das Personal statt. Offiziell eingeweiht wurde der insgesamt 109 Millionen DM teure neue Gebäudekomplex am 18. Mai 1973.

Der lange Weg des Logos auf das Hochhausdach

Das Konzept Schwanzers sah für das Dach des Hochhauses die Montage von Firmenelementen am Trägerkreuz vor. Nach Ansicht der Stadt München wurde dies in seiner Wirkung jedoch als zu plakativ angesehen, weshalb sich die Stadt generell mit der Anbringung eines Firmenlogos nicht einverstanden erklärte und ein Rechtsstreit ins Rollen kam. Der damalige Vorstandsvorsitzende Eberhard von Kuenheim ließ zu Beginn der Olympischen Spiele jedoch dennoch aus „Versuchszwecken“ an der Ost- und Westseite der Gebäudeattika in knapp 100 m Höhe BMW Embleme aus Leinwandstoff befestigen. Die Anbringung an der Westseite war aus Gründen der Werbewirksamkeit besonders wichtig, da sie vom Olympiastadion aus zu sehen war und somit die Aufmerksamkeit der Besucher der Sommerspiele erregen sollte. Die Befestigung des Firmenlogos entgegen der Vorschriften der Stadt brachte BMW einen Bußgeldbescheid von über 110.000 DM ein. Nach längeren Verhandlungen mit der Stadt München wurde der Konzernleitung dann letztendlich im Herbst 1973 die Genehmigung erteilt, die BMW Logos dauerhaft an allen vier Seiten der Attika anzubringen.

BMW Hochhaus: Sanierung und Modernisierung 2004-2006

Nach über dreißig Jahren musste das BMW Hochhaus am Anfang des neuen Jahrtausends von Grund auf saniert und modernisiert werden. Nachdem der Hamburger Architekt Peter P. Schweger für den Auftrag gewonnen werden konnte, starteten 2004 die Arbeiten an der baulichen Substanz und der Technik des Gebäudes. Das äußere Erscheinungsbild blieb bei den Sanierungsarbeiten allerdings unangetastet – erst auf den zweiten Blick erkannte man, dass alle Fassadenelemente gereinigt, neu gedämmt und isoliert sowie 2.304 Fensterscheiben ersetzt wurden. Die mächtige Tragwerkskonstruktion auf dem Dach erhielt ein komplett belüftetes Gehäuse zur Abwendung von Feuchtigkeit. Ebenso wurde das Dach mit verschweißten Edelstahlplatten abgedichtet. Höchste Aufmerksamkeit erhielt der modernisierte Brandschutz, unter anderem durch Druckbelüftung der Treppenhäuser mit Schleusensituation vor den Eingängen und den Einbau eines speziellen Feuerwehraufzugs.

Des Weiteren wurden die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter im BMW Hochhaus verbessert. Die Frischluftversorgung wurde optimiert und durch eine gesteuerte Fensteröffnung ergänzt. Eine bessere Lichtversorgung der Arbeitsplätze wurde durch ein neu konzipiertes Lamellensystem und tageslichtgesteuerte Rundleuchten erzielt. Nach dem Wegfall der Hochhauskantine im angrenzenden westlichen Flachbau wurde im östlich angrenzenden Gebäude ein Ersatz mit großer Cafeteria in hochwertigem, zeitgemäßen Design geschaffen. Komplett erneuert wurde das gesamte Aufzugsystem des „Vierzylinders“. Statt ursprünglich acht Aufzügen in acht Schächten verkehren nun je zwei Aufzüge übereinander in vier Schächten und in zwei weiteren Schächten je ein Aufzug, sowie der Feuerwehraufzug.

BMW Hochhaus heute

Das BMW Hochhaus war 1973 Stand der Technik, Symbol modernster Architektur und Experimentierfeld neuartiger, wegweisender Ideen der innerbetrieblichen Zusammenarbeit. Dreißig Jahre später musste das Gebäude an die technisch und gestalterisch gewachsenen Ansprüche eines mittlerweile global agierenden Konzerns angepasst werden. Wie vor vierzig Jahren präsentiert sich der äußerlich praktisch unveränderte „Vierzylinder“ heute nach wie vor spektakulär und im Inneren hochmodern. Sein Charakter als technisch zukunftsorientiertes, innovatives Gebäude wurde beibehalten.

Das von Beginn an angestrebte Grundprinzip der Transparenz wurde weiterentwickelt und verfeinert. Nicht zuletzt wurde durch die Entwicklung eines energie- und ressourcensparenden Gesamtkonzepts eine Betriebskostensparnis von 50 Prozent erreicht. Rund 1.500 Mitarbeitern der BMW Group bietet das BMW Hochhaus 2013 einen einzigartigen Arbeitsplatz.

BMW Architektur-Philosophie: „Gebaute Kommunikation“ bei BMW

Mit diesem innovativen Fassaden- und Innenraumkonzept für den „Vierzylinder“ schuf Professor Karl Schwanzer bereits Ende der 1960er Jahre die Grundlage für eine Architektur-Philosophie bei BMW, die bis heute häufig Anwendung findet. Sie folgt dem Konzept der „gebauten Kommunikation“, wirkt auf die Arbeitsabläufe nach innen und repräsentiert das Unternehmen nach außen.

Seither ist herausragende Architektur mit hohem funktionalem Anspruch ein Markenzeichen des Unternehmens. Zwischen 1984 und 1990 entstand mit dem Forschungs- und Innovationszentrum (FIZ) eine weiträumige Denkfabrik, deren architektonisch verbindende Segmentierung den Leitgedanken des team- und kommunikationsorientierten Arbeitens konsequent umsetzt. Alle an der Entwicklung und Produktionsvorbereitung eines Fahrzeugs beteiligten Fachstellen sind hier zusammengefasst. Daran angrenzend integriert sich das von HENN Architekten in München entwickelte Projekthaus in die Abläufe der Fahrzeugentwicklung. Auch hier steht seit 2004 die Kommunikation der Projektmitarbeiter und des Teams im Vordergrund.

Zaha Hadid Architects aus London entwarfen das 2005 eröffnete Zentralgebäude des BMW Werks Leipzig. Das Bauwerk ist ein einzigartiges offenes Raumkonzept, das Kommunikation und Begegnung unterstützt. Auf kürzesten Wegen verbindet es die wichtigsten Fertigungsbereiche. Unter anderem wurde es 2005 mit dem Deutschen Architekturpreis ausgezeichnet.

Die spektakuläre, preisgekrönte Architektur der BMW Welt, konzipiert vom Wiener Architektenteam Coop Himmelb(l)au und eröffnet 2007, zieht jährlich ein Millionenpublikum an und ist mittlerweile die meistbesuchte Sehenswürdigkeit Bayerns. Sie verkörpert das „Schaufenster“ der Marke und überrascht außen wie innen mit unkonventioneller gestalterischer Ästhetik und Funktionalität.

40 Jahre BMW Hochhaus und Museum.

3. BMW Museum.



Hintergrund

Mitte der 1920er Jahre entstand im BMW Werk München die erste museumsadäquate Ausstellungsfläche für historische BMW Produkte. In einem eigens dafür geschaffenen Raum innerhalb des Werks inszenierte BMW bereits 1925 Produkte. Im Mittelpunkt standen dabei historische Exponate, ausgestellt wurden jedoch zudem vereinzelt aktuelle Produkte. Anlässlich des 50-jährigen Geburtstags des Unternehmens erfuhr dieser erste Ausstellungsraum 1966 dann als BMW Werksmuseum eine enorme Aufwertung – eröffnet wurde das erweiterte Werksmuseum offiziell am 20. Januar 1967. Zu diesem Anlass wurde das Museum erstmals öffentlich beworben und stand für jeden an der BMW Geschichte interessierten Besucher offen. Doch waren das Platzangebot wie auch die Zahl der historischen Exponate noch sehr bescheiden und der Standort innerhalb des Werksgeländes hielt zahlreiche potenzielle Besucher ab.

Breite öffentliche Wahrnehmung durch eine eigenständige, repräsentative Architektur außerhalb des Werksgeländes erhielt das Museum jedoch erst Anfang der 1970er Jahre mit dem Bau der neuen BMW Konzernzentrale. Obwohl von dem Preisgericht des Architekturwettbewerbs im Jahr 1968 der Entwurf eines Automobilmuseums nicht gefordert wurde, konstruierte der Wiener Architekt Professor Karl Schwanzer ein externes und eigenständiges Gebäude für eine Fahrzeugausstellung, mit ebenfalls runder Grundform. Nach Ansicht der Jury war der Vorschlag für ein BMW Museum an der Kreuzung Petuelring und Lerchenauer Straße in seiner eigenwilligen Form ein glücklicher Gedanke, da sich die Kreissegmentsform gut in das Ensemble einfügte. Die „Museumsschüssel“ stehe in einer harmonischen Verbindung zu weiteren zylindrischen oder kreisförmigen Bauwerken – wie Fernsehturm, mehreren Gasometern und einer Verkehrsinsel in der näheren Umgebung. Am 2. Dezember 1968 wurde deshalb auf einer Aufsichtsratssitzung in Bad Homburg der Architekt Schwanzer nicht nur mit dem Bau des BMW Hochhauses beauftragt, sondern ebenfalls die Idee eines eigenständigen Museums noch nachträglich in den Bauauftrag einbezogen.

Das BMW Museum und die Olympischen Sommerspiele

Neun Monate nach Baubeginn des BMW Hochhauses setzten im Frühjahr 1971 die Arbeiten zum BMW Museum ein. In direkter Nachbarschaft zum Olympiastadion mit seiner leicht und luftig wirkenden Zeltdachkonstruktion sollte das BMW Museum während der Olympischen Sommerspiele zu einem Publikumsmagnet und Aushängeschild der Marke BMW werden. Es war die junge Bundesrepublik Deutschland, die sich im Sommer 1972 auf sympathische Weise der Welt präsentierte – und 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. Zur gleichen Zeit wie das Münchener Olympiastadion, konnte auch das BMW Museum pünktlich zu Beginn der Sommerspiele 1972 in seiner äußeren Gestalt vollendet werden.

BMW Museum: Architektur und Konzept

Neben dem Hochhaus ist das Museum in Form einer Schale ein zweites architektonisches Highlight des von Professor Karl Schwanzer für BMW entwickelten Gebäudeensembles. Der Architekt entwarf im Inneren ein Gerüst aus Rundpfeilern, raumgreifenden Rampen und optisch schwebenden Plattformen. Die äußere Hülle, eine relativ dünne Betonschale, wurde nach dem Prinzip einer selbsttragenden Karosserie errichtet. Auf ihr lastet das Dach mit mehr als 40 m Durchmesser. Die Struktur im Inneren ruht dagegen auf sechs massiven Rundpfeilern, die unterschiedlich weit in den Raum der Schüssel hinauf ragen.

Mit dem Museumsbau gelang es Schwanzer die „Lebensräume“ des Autos, Straßen, Brücken und Parkflächen, in einen aus Platzgründen relativ beschränkten Raum zu integrieren. Leitgedanke war hierbei die Fortsetzung der Straße im umbauten Raum. Keinesfalls sollte BMW ein konventionelles, statisches Museum in Form eines Abstellplatzes für Exponate erhalten. Räumliche Weite, Dynamik und Bewegung als gestaltetes Pendant zur tatsächlichen Lage des Bauwerks an einem Verkehrsknotenpunkt war das Ziel.

Zugleich sollte das Museum in Verbindung mit dem im angrenzenden Flachbau untergebrachten Bildungszentrum zu einem Schwerpunkt des Public-Relation-Programms von BMW werden. Schon die Abkapselung nach

außen durch die geschlossene Schalenform provoziert Neugier, allein der verglaste Sockel im Eingangsbereich gewährt kurze Einblicke.

Das Museum sollte die geistige Klammer zwischen Werk, Produkt und Öffentlichkeit bilden und sich durch ausgewählte Veranstaltungen zu einer ständigen Einrichtung des Münchener Kulturlebens entwickeln.

Im Inneren durchlief der Besucher den Museumsparcour von oben nach unten. Schon vor dem Erreichen der obersten Plattform auf einer ungewöhnlich langen, gelben Rolltreppe, erhielt der Betrachter überraschende Durchblicke auf Elemente der Ausstellung. Durch Projektionen auf das Innere der Schalenwand wurde im oberen Bereich des Museums bereits die Illusion von Bewegung geschaffen. Anschließend wurde der Besucher von Plattform zu Plattform über eine spiralförmige Rampe abwärts geleitet, vorbei an Automobilen, Motorrädern, Rennfahrzeugen und Motoren, repräsentativ für die Vielfalt der Produkte der BMW Geschichte. Technische Detailexponate wurden in damals hochmoderner Form in gleichsam schwebenden, runden Plexiglasbehältern präsentiert, die es ermöglichten, z. B. einen Motor im Laufe des Vorbeigehens von allen Seiten zu betrachten. Begleittexte erläuterten historische Zusammenhänge und technische Details. Automobile und Motorräder wurden nicht nur auf den insgesamt fünf runden Plattformen, sondern auch in Schräglage an der nach oben hin immer steiler werdenden Schalenwand gleichsam beim Durchfahren einer Kurve dargestellt. Im unteren Bereich der Außenwand gewährten schmale Fensterschlitze einen Bezug zur Außenwelt.

Die farbliche Gestaltung des Museums in den Farben Silber, Weiß und Tiefblau strahlte nicht nur edle Wertigkeit aus, sondern repräsentierte auch auf subtile Weise die weltbekannten Farben des BMW Logos, das zudem als monumentale Grafik von oben betrachtet auf dem Museumsdach mit über 40 m Durchmesser erschien.

BMW Museum: Ausstellungskonzept

Als das BMW Museum 1973 offiziell eröffnet wurde, war sein Konzept einzigartig. Großartige Architektur verband sich mit einem völlig neuartigen Konzept der Wissensvermittlung und machte das BMW Museum zum Vorbild für unzählige Museumskonzepte weltweit. Seit seiner Eröffnung versteht sich das BMW Museum als ein Ort, der nicht nur die Geschichte der Marke BMW

reflektiert, sondern die Historie gleichzeitig in Bezug zu Gegenwart und Zukunft setzt. Dem Besucher nicht durch die Anhäufung einer Fülle historischer Exponate zu imponieren, sondern ihn durch lebendige Konfrontation mit Themen zu faszinieren, die Mobilität, Kommunikation und gesellschaftlichen Strukturwandel zum Inhalt haben – das war das Anliegen des 1973 eröffneten BMW Museums.

Neugestaltung und Erweiterung des Museums

Zu Beginn des neuen Jahrtausends wurden auch die Technik und Konzeption des BMW Museums – gemeinsam mit der Sanierung des angrenzenden Verwaltungsbaus am Petuelring – grundlegend erneuert. Durch die Verlagerung der Hochhauskantine und der Veranstaltungsräume des westlichen Flachbaus in andere Bereiche bot sich die Möglichkeit, das mittlerweile deutlich zu klein gewordene BMW Museum großzügig zu erweitern. Zusammen mit den verantwortlichen BMW Fachstellen entstand ab 2002 unter der Federführung der Architekten und Ausstellungsgestalter des Stuttgarter Atelier Brückner und der Berliner Medienagentur ART & COM ein neues Ausstellungskonzept, das sich an den ursprünglichen Leitgedanken orientierte und diese weiterentwickelte.

Die Fläche des BMW Museums wurde durch den angrenzenden Flachbau auf das Fünffache (5.000 m²) erweitert. Das Gebäude, das zu zwei Dritteln unterirdisch besteht, wurde komplett entkernt. Im Inneren entstanden sieben teils transparente „Häuser“ über drei Stockwerke, verbunden durch Brücken, Straßen und Plätze. Jedes dieser Gebäude ist einem wichtigen Thema der BMW Unternehmens- und Produktgeschichte gewidmet, ein großer zentraler Platz ist als exklusiver Veranstaltungsort vielseitig nutzbar. Der hinzugewonnene Flachbau beheimatet in den unterschiedlichen Häusern und Räumen auf 4.000 m² die Dauerausstellung des BMW Museums, während im Inneren der „Museumsschüssel“ die Wechsellausstellungen zu bestimmten Themen gezeigt werden.

Auch mit der Wiedereröffnung am 21. Juni 2008 steht weiterhin die Faszination der Marke BMW im Mittelpunkt des Museumskonzeptes. Dabei versteht sich das neue Museum als authentisches Spiegelbild der Marke und vermittelt den Besuchern auf unterschiedliche Arten den Charakter von Innovation, Kraft und Dynamik. Besonderes Augenmerk liegt auf den neuen

Präsentationstechniken. Sie rücken die rund 130 Originalexponate ins Rampenlicht und unterstreichen gleichzeitig die neue Architektur des Gebäudes. Ein zentraler Parcours in Straßenform schafft eine großstädtische Situation, führt inhaltlich durch Zeit und Raum und bietet ein breites Spektrum an Ausstellungen, Themenpräsentationen und Einzelaspekten der Marke BMW.

Mit über 500.000 Besuchern pro Jahr ist das neue BMW Museum das zweit meist besuchte Museum der Kulturstadt München und gehört damit zu den meistbesuchten Museen in Deutschland.

40 Jahre BMW Hochhaus und Museum.

4. Dossier: Daten und Fakten.

Daten

14.06.1966	Vorlage von Planungen für den Neubau eines neuen Verwaltungsgebäudes in der Vorstandssitzung
14.05.1968 bis 11.1968	Ausschreibung und Wettbewerb
12.1968	Erteilung des Auftrags an Prof. Karl Schwanzer
12.1968 bis 07.1970	Anpassung des Entwurfs und Detailplanungen
16.07.1970	Grundsteinlegung und Beginn der Aushubarbeiten an der Dostlerstraße
28.07.1970	Offizieller Spatenstich
04.1971	Baubeginn des Museums
07.12.1971	Richtfest
07.1972	Fertigstellung des Außenbaus und der Grünanlagen
08.1972	Anlässlich der Olympischen Spiele: Leinwandlogo an der Ost- und Westfassade
30.09.1972	Ende der vertraglichen Bauzeit
10.1972 bis 01.1973	Innenausstattung
12.1972	Tag der offenen Tür für Mitarbeiter
22.01.1973	Beginn mit dem Bezug des Gebäudes
18.05.1973	Offizielle Einweihungsfeier Hochhaus und Museum
11.1973	Anbringung des Logos
Seit 29.10.1999	Hochhaus steht unter Denkmalschutz
04.2004	Beginn mit der Sanierung von BMW Museum und Hochhaus
08.2006	Wiederbezug des Hochhauses nach der Sanierung
21.06.2008	Eröffnung des neuen BMW Museums nach der Sanierung und Erweiterung
04.2013	Wahl der BMW Konzernzentrale zu einer der eindrucksvollsten Firmensitze weltweit



Fakten

BMW Hochhaus

Baujahr (äußere Fertigstellung):	1970 - 1972
Richtfest:	07.12.1971
Einweihung:	18.05.1973
Architekt:	Prof. Karl Schwanzer
Architekt Modernisierung:	Peter P. Schweger
Baukosten:	ca. 100 Mio. DM
Höhe:	99,5 m = ca. Höhe der Münchener Frauenkirche
Etagen:	22 (18 Bürogeschosse im Turm)
Fensterelemente Alu-Fassade:	2.304
Gewicht (Turm):	16.800 t
Bebaute Fläche:	14.730 m ²
Nutzfläche:	ca. 53.000 m ²
Arbeitsplätze:	ca. 1.500

BMW Museum

Baujahr (äußere Fertigstellung):	1971/1972
Einweihung:	18.05.1973
Architekt:	Prof. Karl Schwanzer
Architekt Modernisierung:	Atelier Brückner
Ausstellungsgestalter	
Erweiterung:	ART & COM
Durchmesser Museumsschüssel:	40 m
Fläche Museumsschüssel:	1.000 m ²
Fläche Flachbau:	4.000 m ²
Ausstellungsfläche gesamt:	5.000 m ²
Nettogesamtfläche	10.000 m ²
Bruttogeschosfläche	12.200 m ²
Anzahl Ebenen:	3 im Dauerausstellungsbereich, 5 in der „Museumsschüssel“
Anzahl Räume gesamt:	25
Länge Rundgang:	ca. 1 km
Exponate:	ca. 130
Besucher jährlich:	über 500.000