Einweihung der neuen BMW Niederlassung Berlin am Dienstag, 08. April 2014 mit Berlins Regierendem Bürgermeister Klaus Wowereit

Einweihung der neuen BMW Niederlassung Berlin am Dienstag, 08. April 2014 mit Berlins Regierendem Bürgermeister Klaus Wowereit

Berlin. Zur Einweihung der neuen BMW Niederlassung Berlin durchschnitt der Regierende Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit, das symbolische Band und eröffnete damit offiziell die neue BMW Niederlassung Berlin zusammen mit Reinhard Naumann, Bezirksbürgermeister von Charlottenburg-Wilmersdorf, Roland Krüger, Leiter Vertrieb BMW Group Deutschland, Wolfgang Büchel, Leiter der BMW Niederlassung Berlin sowie dem Architekt Peter Lanz von Lanz Architekten. Die Einweihung erfolgte am Tag nach der reibungslosen Inbetriebnahme der neuen Niederlassung mit seinen über 300 Mitarbeitern.
Bei den Eröffnungsansprachen wurde besonders hervorgehoben, dass die neue Niederlassung pünktlich, termingerecht und innerhalb des geplanten Kostenrahmens fertiggestellt wurde.
Klaus Wowereit, regierender Bürgermeister Berlin: "Mit dem Motorradwerk in Spandau gehört BMW seit Jahrzehnten zu den wichtigen Industrieunternehmen unserer Stadt. Die neue BMW Niederlassung stellt erneut das starke Berlin-Engagement des bayerischen Unternehmens unter Beweis. Das Gebäude der neuen Repräsentanz von Architekt Peter Lanz setzt einen neuen Akzent im Berliner Westen. Ich wünsche BMW sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern am neuen Standort viel Erfolg und gutes Gelingen."
Mit der Eröffnung wird die neue Niederlassung zu einem attraktiven Anziehungspunkt am Verkehrsknoten zwischen Kaiserdamm und Messedamm und lädt alle Berliner ab sofort zu einem Besuch ein.
"Die neue BMW Niederlassung am Kaiserdamm Ecke Messedamm ist ein weiterer Beweis für die hohe Attraktivität Charlottenburg-Wilmersdorfs für Investoren. Mit ihrer direkten Anbindung an den Stadtring und an die große Hauptstadtmagistrale in unmittelbarer Nachbarschaft zum Messegelände hat BMW einen idealen repräsentativen Standort gefunden und mit seinem architektonisch eindrucksvollen neuen Hauptbetrieb in Berlin eine große Baulücke in glanzvoller Weise geschlossen", so der Bezirksbürgermeister von Charlottenburg-Wilmersdorf Reinhard Naumann.
Mit der Realisierung des 65 Mio. Euro teuren Bauprojekts setzt die BMW Group ein deutliches Signal für die Zukunft des Unternehmens in der deutschen Hauptstadt.
Roland Krüger, Leiter Vertrieb Deutschland, bekräftigt das Engagement der BMW Group: "Berlin ist für die BMW Group ein strategisch wichtiger Standort. Mit dem Neubau unserer Niederlassung wollen wir unseren Marken BMW, MINI und BMW Motorrad einen noch stärkeren Auftritt in der Hauptstadt geben."
Auf dem 16.500 Quadratmeter großen Grundstück befindet sich das zukunftsweisende Ensemble von BMW, MINI und BMW Motorrad. Die Nutzfläche der neuen BMW Niederlassung in Berlin beträgt 46.000 Quadratmeter, die sich auf sechs Geschosse verteilt.
Insgesamt besteht der von Architekt Peter Lanz entworfene Komplex in Berlin-Charlottenburg aus drei unterschiedlichen Baukörpern: BMW formiert sich als Interpretation des Berliner Blocks mit einer eloxierten Aluminiumfassade an der Ecke Kaiserdamm und Messedamm, während sich MINI als schwarzer, kubischer Solitär auf der Nordseite zum Kaiserdamm befindet. Das BMW Motorrad-Zentrum gliedert sich südlich an die BMW Niederlassung in verlängerter Achse Richtung Funkturm an.
Peter Lanz, Architekt der BMW Niederlassung: "Als gebürtiger Berliner habe ich mich sehr gefreut, die neue Hauptstadtrepräsentanz von BMW planen zu dürfen. Den Neubau städtebaulich in die bestehenden historischen Strukturen einzufügen und gleichzeitig die Anforderungen von BMW an ein zeitgemäßes und wirtschaftlich funktionierendes Gebäude umzusetzen, stellten eine besondere Herausforderung für mein Team und mich dar. Die einzelnen Marken der BMW Group, BMW, MINI und BMW Motorrad, werden individuell repräsentiert. Das Herz der Niederlassung, die große Werkstatt, verbindet im Verborgenen alle Bereiche. Ein Bistro mit großer Terrasse zum Kaiserdamm lädt auch Berliner, die - noch - keinen Kunden von BMW sind, ein, das Gelände zu betreten und als offenen Stadtraum am Kaiserdamm zu nutzen."
Am neuen Standort findet sich nicht nur Raum für ein deutlich vergrößertes Produktportfolio, sondern auch für innovative Technologien und gebrauchte Fahrzeuge. Die Kunden finden in der Fahrzeugausstellung über 50 Neue Automobile und 200 Gebrauchte Automobile vor sowie 200 BMW Motorräder und 15 Maxi-Scooter. Auch BMW i findet in der Niederlassung ein neues Zuhause. Mit BMW i präsentiert die neue BMW Niederlassung eindrucksvoll und mit einem eigenen Showbereich wie BMW urbane Mobilität neu definiert - elektrisch und elektrisierend.
Wolfgang Büchel, Leiter BMW Niederlassung Berlin: "Der heutige Tag ist ein Tag der Freude - der Freude über ein neues Zuhause in dem wir unsere Vision von BMW, MINI und BMW Motorrad mit Leben füllen können."
Konsequente Kundenorientierung mit BMW Future Retail: Der Kunde steht im Mittelpunkt aller Bestrebungen: Das Erlebnis des Kunden im Kontakt mit den Marken und Produkten der BMW Group wir durch verschiedene Initiativen im Rahmen des Programmes Future Retail?auch in der neuen Niederlassung Berlin konsequent verbessert. Eine wichtige Rolle spielt hierbei das helle und freundliche Ambiente, das den Kunden den Premium Anspruch der BMW Group unmittelbar erleben lässt.
Mit dem Product Genius hält ein neues Berufsbild Einzug in der BMW Group Handelsorganisation. ?Der Product Genius ist ein Experte, der den Kunden eingehend bei der Konfiguration und Visualisierung seines individuellen Automobils unterstützt - ganz ohne Zeit- und Kaufdruck. Für die Visualisierung des so entstandenen Fahrzeuges steht in der neuen BMW Niederlassung Berlin modernste Technik zur Verfügung.
Das Programm Future Retail insgesamt steht dafür, der Handelsorganisation der BMW Group - wie ihren Marken und Produkten - eine Spitzenposition im Wettbewerbsumfeld auch in der Zukunft zu sichern.
Vier Wochen nach der Einweihung wird BMW Berlin beim offiziellen Eröffnungswochenende am 10. und 11. Mai 2014 dazu auch noch ein vielfältiges Programm für Kunden und Interessierte bieten - darunter Probefahrten mit dem BMW i3 über den Dächern der Stadt, MINI-Gewinnspiel, Erlebnisstationen für Kinder und viele weitere Highlights.
Die BMW Group.
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. ?, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. ?. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.
 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

Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Bernhard Ederer
Tel.: +49-89-382-28556
Fax: +49-89-382-20626
E-Mail Adresse: bernhard.ederer@bmwgroup.com
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=562092" width="1" height="1">

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je.Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher.Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden.Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.