



Rekordsommer für die BMW Welt.

Rekordsommer für die BMW Welt. München. Der Rekordsommer bescherte nicht nur ganz Deutschland überdurchschnittlich warme Temperaturen, sondern der BMW Welt in München auch einen neuen Besucherrekord. Von Juni bis August strömten 900.000 Gäste - 200.000 mehr als im Vorjahr - aus dem In- und Ausland in die BMW Welt. Der August ist mit über 350.000 Gästen zum besucherstärksten Monat aller Zeiten in der BMW Welt geworden. Die Gesamtbesucherzahl seit der Eröffnung im Oktober 2007 beläuft sich auf über 13 Millionen. Dabei darf sich die BMW Welt über zahlreiche internationale Gäste freuen: 40 Prozent aller Besucher reisen aus dem Ausland an, davon rund ein Fünftel aus den USA. In den Sommermonaten liegt der Anteil an internationalen Besuchern noch höher. Auch der Anteil an Mehrfachbesuchern steigt weiter an. Stärkstes Wochenende mit über 35.000 Besuchern waren die Zweiradtage im Juli, bei denen die Besucher Stunt-Shows, die Kinderverkehrsschule und andere Bike-Aktivitäten erleben konnten. Ebenfalls im Juli konnte die BMW Welt den 100.000sten Automobilabholer begrüßen. "Die BMW Welt ist für viele Gäste aus Deutschland und der ganzen Welt mittlerweile ein fester Bestandteil ihres München-Besuchs. Die Architektur, unsere Erlebniswelten mit den ausgestellten Fahrzeugen sowie die Automobilauslieferung sind besondere Highlights. Besucher aus München und dem Umland schätzen unser abwechslungsreiches Programm und die gehobene Gastronomie. Diese Erlebnisvielfalt macht die BMW Welt zum Anziehungspunkt für unsere Gäste", beschreibt Thomas Muderlak, Leiter der BMW Welt, das Erfolgskonzept. In der zweiten Jahreshälfte erwarten die Besucher der BMW Welt spannende Events. Am 19. und 26. Oktober 2013 steht die Veranstaltungsreihe "BMW Welt Klassik Lounge" mit international renommierten Gegenwartskünstlern und aufstrebenden Musikern auf dem Programm. Mitte November präsentiert der norwegische Bestseller-Autor Jo Nesbø im Rahmen des Münchner Krimifestivals seinen neuen Roman. Abschließender Höhepunkt ist die Silvestergala mit Party und Live Club, bei der unter dem Motto "Die Nacht der Farben" ins neue Jahr getanzt wird. Weitere Informationen unter: www.bmw-welt.com Bildunterschrift: Tägliche Live-Acts wie hier der BMW Motorrad Fahrer unterhalten die Besucher in der BMW Welt während der Zweiradtage BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt. Mit rund 2,5 Millionen Besuchern jährlich ist die BMW Welt in München die beliebteste Sehenswürdigkeit Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten etabliert. Die BMW Welt mit ihrer wegweisenden Architektur ist das Herz aller Marken der BMW Group - BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung des Neufahrzeugs sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie Gaumenfreuden in mehreren Restaurants. Egal ob Jazz-Konzert, Poetry Slam, Clubbing, Improtheater, Familiensonntag, Film Premiere, Gala-Event oder Podiumsdiskussion - die BMW Welt bietet innovativen Veranstaltungen für bis zu 2.500 Gäste eine ideale Plattform. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus der BMW Welt spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Mobilität und Nachhaltigkeit. 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 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indices. 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> Bitte wenden Sie sich für weiteres Informations- und Bildmaterial an: LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH Im Auftrag der BMW Welt Stefanie Jung Phone: +49-89-720187-10 Email: bmw-welt@lhk.de BMW Group Unternehmenskommunikation Daria Gotto-Nikitina Pressesprecherin BMW Welt Phone: +49-89-382-60340 Email: daria.gotto-nikitina@bmw.de Internet: www.press.bmw.de

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.