




## BMW Group schickt renommierte Stadtplaner ins Rennen

BMW Group schickt renommierte Stadtplaner ins Rennen  
Wettbewerb zum Ausbau des Forschungs- und Innovationszentrums hat begonnen  
München. Mit einem internationalen städtebaulichen Gestaltungswettbewerb startet die BMW Group in die nächste Phase des Ausbaus ihres Forschungs- und Innovationszentrums (FIZ) im Münchner Norden. Das Unternehmen gab heute die nominierten Architekturbüros bekannt, die einen städtebaulichen Ordnungsrahmen - eine Art "Masterplan" - für das Projekt FIZ Future erarbeiten sollen. Der Ausbau des nach Fläche und Arbeitsplätzen größten Unternehmensstandorts soll die Kapazitäten für Forschung und Entwicklung langfristig um ca. 500.000 bis 800.000 qm Geschossfläche erweitern.  
Aus über 100 Bewerbungen wurden zwölf Architekturbüros ausgewählt:  
agps architecture (Schweiz)  
AllesWirdGut Architektur ZT (Österreich)  
AS - Albert Speer - Partner (Deutschland)  
BIG - Bjarke Ingels Group (Dänemark)  
Clive Wilkinson Architects (USA)  
DP architects (Singapur)  
ernst niklaus fausch architekten (Schweiz)  
gmp International (Deutschland)  
HENN (Deutschland)  
KAAN Architekten (Niederlande)  
West 8 urban design - landscape architecture (Niederlande)  
White arkitekter AB (Schweden)  
"Wir freuen uns über das breite internationale Spektrum an Teilnehmern mit hohen städtebaulichen und landschaftsgestalterischen Kompetenzen", erklärt Herbert Grebenc, Bereichsleiter Immobilien, Facility Management und Konzernsicherheit der BMW Group. "Als erfolgreichster Anbieter von Premium-Mobilität ist es uns wichtig, auch baulich die optimalen Rahmenbedingungen zu schaffen, um Design und Technologien für die Produkte der Zukunft zu entwickeln."  
Aus den eingereichten Entwürfen wird die Jury am 9. Mai 2014 sechs Finalisten auswählen, die an der zweiten Stufe des Wettbewerbs teilnehmen. Durch die Unterteilung in zwei Stufen können die Interessen der Bürger im Münchner Norden in die Planung mit einfließen. Die prämierten Entwürfe sollen gemeinsam mit den Anwohnern diskutiert und bewertet werden. Anregungen aus diesem Nachbarschaftsdialog fließen dann in die zweite Stufe des Wettbewerbs mit der konkreten Ausplanung ein. "Unser Ziel ist es, sowohl eine nachhaltige städtebauliche als auch verkehrsplanerische Entwicklung des Münchner Nordens zu fördern", so Grebenc. "Mit dem Ausbau sollen zukunftsfähige Strukturen, eine leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur und eine hohe Lebensqualität für die Bürgerinnen und Bürger einher gehen. Wir wollen in einem transparenten Verfahren die Voraussetzungen für den nachhaltigen Unternehmenserfolg schaffen, Wachstum an unserem Heimatstandort absichern und gemeinsam mit Nachbarn und mit der Stadt München den Münchner Norden lebendig und lebenswert weiterentwickeln."  
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:  
Unternehmenskommunikation  
Jochen Frey, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Personal  
Telefon: +49 (0)89 382-41125, Fax: +49 (0)89-382-24418  
Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation  
Telefon: +49 (0)89 382-24544, Fax: +49 (0)89 382-24418  
E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)  
Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)  
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 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.  
[www.bmwgroup.com](http://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>  


### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

[presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

[presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

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.