



URL: http://www.welt.de/wams_print/article2105448/Im_Tempel_der_Muenchner_Legenden.html

Im Tempel der Münchner Legenden

Von Marco Dalan 15. Juni 2008, 04:00 Uhr

BMW hat sein Museum renoviert und legt in einer neuen Ausstellung die Seele seiner Autos frei

Wenn es Nacht wird auf der Baustelle und die Handwerker gehen, kommen die Musiker. Die beiden Schweizer bauen Computer auf und speisen sphärische Klänge in die gewaltige Musikanlage des neuen BMW-Museums. Farben, Bildfolgen und Melodien werden aufeinander abgestimmt, damit sie auf den gläsernen und von innen beleuchteten Innenfassaden des Museums später harmonieren. Für Ablenkungen bleibt wenig Zeit, schon gar nicht für Popmusik. Da hilft auch die Bitte eines Managers nicht, der nachts die Baustelle neben der BMW-Konzernzentrale besucht. "Wir sind ein Orchester, keine Jukebox", sagt ein Musiker. Vor allem sind sie unter Zeitdruck.

Am Donnerstag wird das BMW-Museum in München eröffnet. "Wir sind glücklich, dass uns nach der Eröffnung 1973 erneut ein innovatives und modernes Museumskonzept gelungen ist und dass wir mit der Verbindung von BMW-Hochhaus, BMW-Werk, BMW-Welt und BMW-Museum ein weltweit einzigartiges Markenerlebnis am Stammsitz geschaffen haben", sagt Vorstandschef Norbert Reithofer. 80 Millionen Euro kostet BMW sein Tempel der Mobilität.

Damit ist der Münchner Autobauer noch bescheiden. Der VW-Konzern ließ sich seine im Jahr 2000 eröffnete Autostadt in Wolfsburg 400 Millionen Euro kosten. Das Mercedes-Benz-Museum in Stuttgart, das als weltweit größte "Garage" für historische Automobile gilt, kostete 150 Millionen Euro. Auch Porsche und Opel arbeiten an Museen, die zweistellige Millionensummen verschlingen werden.

Um Geld geht es aber weder in Wolfsburg noch in Stuttgart oder nun in München. "Es ist ein Imagefaktor, dem Kunden zu zeigen, woher BMW kommt und was in dem Auto steckt", sagt Museumschef Ralf Rodepeter. Und die erneuerte "Museumsschüssel", die 1973 vom Architekten Karl Schwanzer entworfen wurde, ist ein gelungenes Beispiel dafür.

Das auf 5000 Quadratmeter ausgebaute und ganz in Schwarz, Weiß und Grau gehaltene Museum zeigt 125 Exponate aus allen Epochen der BMW-Geschichte - angefangen beim ersten Flugzeugmotor von 1917 über den BMW Roadster 3/15 PS Wartburg oder den Roadster 507 und die Isetta 250 Standard bis hin zu zahlreichen Konzeptautos wie dem BMW 531 Prototyp oder dem BMW Mille Miglia Concept Car 2006 und zahlreichen Motorrad-Generationen. "BMW betont in diesem Museum weniger seine Historie, sondern eher Entwicklungslinien", sagt Rodepeter.

Das Museum, das vom Architekturbüro Brückner & Brückner geplant wurde, grenzt an die Konzernzentrale, den

"Vierzylinder", sowie das als "Doppelkegel mit Wolkendach" bezeichnete Auslieferungszentrum BMW-Welt. Die städtische Landschaft wird im Inneren des Museums fortgeführt. Es ist, als bewege sich der Besucher durch Straßen, über Brücken und Plätze in einem umbauten Raum. 1000 Meter lang ist das scheinbar schwerelose Rampensystem, das an den sieben Themenhäusern mit den auf mehreren Ebenen verteilten 25 Ausstellungsräumen vorbeiführt. Dabei wandelt der Besucher auf einer Straße aus Teer, wie er auch auf der Autobahn liegt - nur wesentlich feiner geschliffen.

Der Parcours beginnt am "Café M1". Von dort haben die Besucher einen großartigen Blick auf die 13 Meter hohe, von innen beleuchtete Glasfassade. Zunächst kommt nun das "Haus der Gestaltung", in dem es um Inspiration geht. Weiter führt der Weg zum "Haus des Unternehmens", das Einblicke in die BMW-Kultur gibt. Daran schließen sich das "Haus des Motorrads" an, das "Haus der Technik", das "Haus des Motorsports", das "Haus der Baureihen", bis es schließlich im "Haus der Marke" um BMW-Werbung geht. Damit sind die Museumsmacher wenigstens ehrlich geblieben.
