

**MACHBARKEITSSTUDIE
BMW WELT, MÜNCHEN**



Quelle: www.coop-himmelblau.at

Auftraggeber:	Bayerische Motorenwerke Aktiengesellschaft (BMW), München
Jahr:	2000/2002
Standort:	München (Bayern)

Kurzbeschreibung:

In direkter Anbindung an das Gebäude der Konzernzentrale und an das Museum in München plante die BMW AG die Errichtung eines „Erlebnis- und Auslieferungszentrums“ als Anlage der Unternehmenskommunikation.

Ziel ist die authentische Darstellung von BMW am Standort sowie das Erlebbar machen des Mythos BMW. Das Konzept richtet sich in seiner Ausprägung vor allem an das potenzielle und bestehende Klientel von BMW. Im Verbund von Markenwelt, Automobilauslieferung, multifunktionalem Veranstaltungsforum, Restaurants und Shops sowie neu konzipierten Werksführungen realisiert BMW mit der Attraktion eine neue Dimension der Kundenbindung. Das Investitionsvolumen für die ab Sommer 2008 komplettierten drei Erlebniswelten (Museum, Erlebnis- und Auslieferungszentrum sowie Werksführungen) beträgt 500 Mio. Euro.



Die feierliche Eröffnung des Erlebnis- und Auslieferungszentrums BMW Welt erfolgte am 17. Oktober 2007, seit dem 20. Oktober 2007 ist die Anlage öffentlich zugänglich.

Leistungen:

- Zielgruppenanalyse
- Markt- und Bedarfsanalyse
- Wettbewerbsanalyse
- Darstellung von Referenzanlagen
- Potenzialberechnung
- Besuchsprognose
- Ermittlung Flächenkapazitäten und Investitionsvolumen
- Wirtschaftlichkeitsanalyse
- Frequenzanalysen

Weiterführende Informationen finden Sie unter: www.bmw-welt.com