
BMW feiert 25 Jahre in Silicon Valley

Von Jens Meiners

Die Kraft der Innovation, die Magie eines Standorts: Schon 1998, vor genau 25 Jahren, hat BMW erkannt, wie wichtig Impulse von außen sind, um die Innovationsführerschaft zu sichern. Damals wurde im Silicon Valley das Technology Center eröffnet, ein paar Jahre nachdem man das Studio Designworks in Santa Monica nahe Los Angeles übernommen hatte.

Bislang nirgendwo treffen Kreativität, Lifestyle und Intelligenz auf derart kongeniale Weise zusammen wie im Landstreifen am San Francisco Bay, am Fuß der Santa Cruz Mountains. Hier sitzt die Universität von Stanford, zahlreiche Start-Ups und Technologiekonzerne haben hier ihre Firmenzentralen. Für BMW geht es darum, die Kreativitätsströme anzuzapfen, Mitarbeiter unter den Besten zu rekrutieren. Dabei zehren die Bayern von ihrem unerreichten Image: Für BMW zu arbeiten gilt auch im schnelllebigen Kalifornien als Auszeichnung.

Zur Feier des 25jährigen Jubiläums hat Entwicklungsvorstand Frank Weber das Konzeptfahrzeug der Neuen Klasse mitgebracht, einen Ausblick auf eine komplett neue elektrische Baureihe, die 2025 auf den Markt kommt und für BMW einen ebenso großen Sprung bedeuten soll wie vor einem halben Jahrhundert die ursprüngliche Neue Klasse. Diese kam als 1500 auf den Markt, es gab sie mit bis zu zwei Litern Hubraum, der legendäre 02er war ebenso von ihr abgeleitet wie die ikonischen Coupés, die in die Baureihe E9 mündeten.

Die Einblicke, die BMW in seine Entwicklung gewährt, sind vielversprechend. So arbeitet man unter der Bezeichnung One Gemini an einer neuen Batteriegeneration, die zwei verschiedene Akku-Architekturen vereint: Eine davon ist für hohe Leistung auf Kurzstrecken verantwortlich, die andere soll gleichsam als „Range Extender“ hohe Reichweiten erlauben. Im Test wurden bereits knapp 1000 Kilometer erreicht.

Verschiedene Prototypen zeigen das Potential der augmentierten und virtuellen Realität auf, mit der in Zukunft dem Fahrer Informationen eingespielt werden können, aber auch Mitfahrer in entspannende Welten versetzt werden können.

Der „Intelligente Persönliche Assistent“, der im neuen Mini in seine nächste Evolutionsstufe geht, soll die Interaktion mit dem Auto sowohl vereinfachen als auch nach Bedarf unterhaltsamer gestalten. Dabei kommt in Zukunft auch Künstliche Intelligenz zum Einsatz, wobei die Kunst darin besteht, autospezifische „Leitplanken“ einzuziehen: Verspieltheiten und Ablenkung gehören nicht ins Auto.

Auch Themen wie die Interieur-Beduftung werden aktuell im Silicon Valley wieder aufgegriffen. Die gab es zwar schon im Vorgänger-Siebener, aber der jetzt vorgeführte Prototyp verbindet eine größere Palette von Düften mit entsprechenden Klang- und Video-Welten.

Die Kunst wird für BMW in Zukunft darin bestehen, die Innovationen aus dem Silicon Valley mit entsprechenden Forschungen aus anderen Teilen der Welt zu verbinden. Nicht nur in China entstehen ähnlich kompetente Zentren; BMW selbst greift darauf bereits in wachsendem Ausmaß zurück. Doch der Appeal Kaliforniens dürfte auch in Zukunft unschlagbar bleiben – und damit bleibt der Standort unverzichtbar. (aum/jm)

Bilder zum Artikel



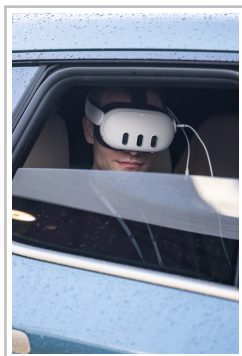
25 Jahre BMW Technology Center in Silicon Valley.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BMW



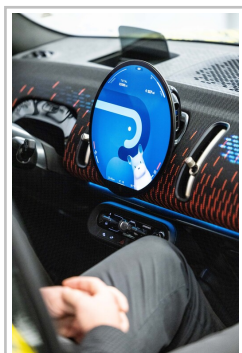
25 Jahre BMW Technology Center in Silicon Valley.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BMW



25 Jahre BMW Technology Center in Silicon Valley.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BMW



25 Jahre BMW Technology Center in Silicon Valley.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BMW



25 Jahre BMW Technology Center in Silicon Valley.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BMW



25 Jahre BMW Technology Center in Silicon Valley.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BMW
