



**Sammlerobjekte und Accessoires.
Automobile und Motorräder.**
Lifestyle Articles and Collectors' Items.
Cars and Motorcycles.



2007

BMW Mobile Tradition



- 4 **90 Jahre Marke BMW –**
90 Jahre Werbung im Wandel.
90 years of the BMW brand –
90 years of changing adverts.

- 6 **BMW Miniaturen Automobile.**
BMW Scale Models Cars.

- 68 **BMW Miniaturen Motorräder.**
BMW Scale Models Motorcycles.

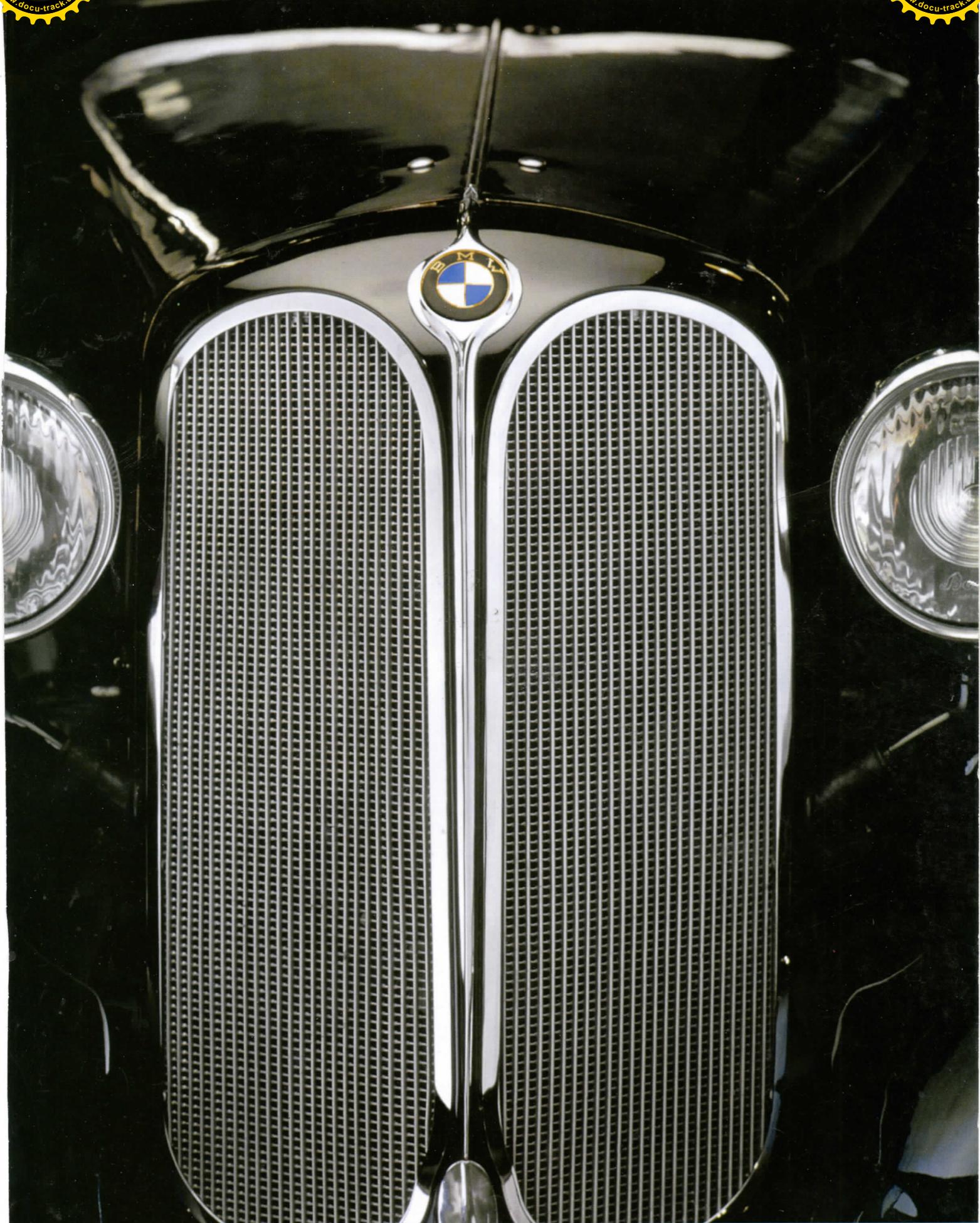
- 78 **BMW Accessoires.**
BMW Accessories.

- 82 **BMW Motorrad Accessoires.**
BMW Motorcycle Accessories.

- 84 **BMW Bücher/CDs/DVDs/Drucke.**
BMW Books/CDs/DVDs/Prints.

- 102 **BMW Mobile Tradition Pflegeserie.**
BMW Mobile Tradition Care Series.

- 112 **Produktübersicht.**
Product List.





90 Jahre Marke BMW.

Werbung im Wandel der Zeit.

BMW – was mitten im ersten Weltkrieg als Flugmotorenproduzent begann, ist heute ein weltweit agierendes Mobilitätsunternehmen mit mehr als 105.000 Mitarbeitern. Dazwischen liegt eine bewegte Unternehmensgeschichte mit vielen Höhen und so manchen Tiefen. Ein Spiegel vieler prägender Entwicklungen im Unternehmen war von Anfang an auch die BMW Werbung. Sie ist weit mehr als eine bunte Revue durch die Vergangenheit: Die Anzeigen und Plakate sind Zeugen der Entwicklung des Unternehmens seit 1916 und geben Einblicke in das Selbstverständnis von BMW. Sie zeichnen ein Bild der Produktvielfalt und erzählen vom Wandel der Kundengewinnung und Kaufanbahnung. Die Kommunikation mit den potenziellen Kunden war natürlich auch immer geprägt vom Wandel der Inhalte und von der Einführung neuer Formen der Werbung.

Dieser Katalog der Sammlerobjekte und Accessoires rund um BMW Automobile und Motorräder greift das Thema BMW Werbung auf. Er gibt Einblick hinter die Kulissen der Werbeabteilung im Laufe der Jahrzehnte. Was verbirgt sich zum Beispiel hinter diesem weltbekannten Firmenlogo, das aus dem Markenzeichen einer der Vorgängerfirmen und den bayerischen Landesfarben zusammengestellt und bis heute nahezu unverändert ist? Warum warb man in den 1950er Jahren mit völlig unterschiedlichen Kampagnen? Wann wurde zum ersten Mal der weltbekannte Slogan „Freude am Fahren“ verwendet? Und wie entstand mit den BMW Art Cars eines der außergewöhnlichsten Kunstprojekte weltweit?

Diese und viele weitere interessante Hintergründe aus der spannenden Geschichte der BMW Werbung vermittelt Ihnen dieser Katalog. In diesem Jahr gibt es zu dem Jubiläum „90 Jahre Marke BMW“ und zu anderen Themen wieder schöne und interessante Accessoires. Machen Sie sich ein Bild von der BMW Geschichte aus einem ganz besonderen Blickwinkel.

Viel Vergnügen mit den Sammelobjekten wünscht Ihnen

Ihre BMW Mobile Tradition.

Advertising through the ages.

BMW – born in the midst of the First World War as a producer of aircraft engines, today a global mobility company employing more than 105,000 people. In between times we have seen the growth of an eventful history with many highs – and the odd low thrown in for good measure. And all the while, BMW advertising has provided a record of one defining moment after another within the company. However, these promotional materials represent far more than just a colourful review of the past. The adverts and posters are witnesses to the development of the company since 1916 and offer insights into how BMW sees itself. They paint a picture of the brand's vast array of products and document the changing nature of customer marketing and sales techniques. Communications with potential customers have always been defined by the products and services they illustrate, of course, and by the changing face of advertising itself.

This catalogue of collectors' items and accessories inspired by various aspects of BMW cars and motorcycles takes as its theme the evolution of BMW advertising. It offers a glimpse behind the scenes of the promotions department over the decades. It details the history of the world-famous logo, which combines the trademark of one of the company's precursors and the Bavarian state colours (the logo remains virtually unaltered to this day). It examines why the ad campaigns of the 1950s differed so vastly from car to car and reveals when the world-famous slogan "Freude am Fahren" ("Sheer Driving Pleasure") was first used. And it tells the story behind the creation of the BMW Art Cars, one of the world's most unusual art projects.

This catalogue showcases these and a whole host of other intriguing snippets from the fascinating history of BMW advertising. The "90 years of the BMW brand" anniversary and other themes have inspired another wave of accessories this year, all laced with interest and aesthetic appeal. It is a great opportunity to see the history of BMW from a rather different perspective.

We hope you enjoy our showcase of collectors' items.

BMW Mobile Tradition.

Kommunikation zur
Markteinführung des
BMW 3/20 PS AM 1
1932 bis 1934.

Advert accompanying
the launch of the
BMW 3/20 PS AM 1,
1932–1934.





19 - 2007

BMW Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Präzision aus Passion.

Mit Einrichtung der sogenannten „Werbezentrale“ im Jahr 1928 erhält die Werbung von BMW eine neue Qualität. Der anerkannte Münchener Gebrauchsgrafiker Henry Ehlers wird mit der Gestaltung der Kommunikationsmittel beauftragt. Besonders in Erinnerung bleibt sein Motiv „Präzision“, das sowohl als Plakat wie auch als Anzeige erscheint. Es zeigt ein BMW Logo, das in ein Mikrometer eingespannt ist. Seine Wirkung reicht bis in die 1950er Jahre hinein, als das Werbemotiv in veränderter Form erneut genutzt wurde.

Passion breeds precision.

The establishment of its “advertising agency” in 1928 saw BMW advertising take on a whole new quality. The celebrated Munich-based commercial artist Henry Ehlers was handed the task of putting together promotional materials. One of his most memorable creations was “Precision”, brought out both as a poster and as an ad. It shows a BMW logo inserted into a micrometer. Its influence lasted well into the 1950s, when the ad was dusted off and used once again in modified form.



1

Anzeige und Plakat, 1929.

Advertisement and poster, 1929.





2

1 Emailleschild Motorrad
Motorcycle Enamel Placard

BMW Emailleschild, gewölbt mit abgerundeten Ecken, beidseitig emailliert. Maße: 40 x 60 cm.
BMW enamel placard, curved with rounded edges, enamelled on both sides. Dimensions: 40 x 60 cm.

No. 80 23 0 422 751

2 Cap „90 Jahre BMW“

Cap "90 Years of BMW"

Klassisches Cap mit verstellbarem Lederschließband und Metallschließe, in die der Schriftzug „BMW Mobile Tradition“ eingraviert ist. Vorne aufgestickt ergänzt das traditionelle Vorkriegs-BMW Logo die klassische Anmutung. Material: reine Baumwolle.

Classic cap with adjustable leather fastening band and metal fastener, engraved with "BMW Mobile Tradition" lettering. The traditional pre-war BMW logo is embroidered onto the front of the cap and complements its classical appearance. Material: pure cotton.

No. 80 16 0 422 755

91 2007

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Wortlose Werbung.

1921 darf BMW gemäß den Bestimmungen des Versailler Vertrags nur Stationärmotoren für den zivilen Bedarf produzieren. Aber auch diese werden mit der bereits bekannten Qualität angefertigt. Prägend für die Werbemotive ist die Zeichnung des Flugmotors BMW IIIa. Ohne Produktvorzüge oder Verkaufsargumente zu nennen, ist nur eine Szene mit Flugzeugen und Booten zu sehen. Unten in den Kreisen der „Bayern-Flugmotor“ BMW IIIa (links) und der „Bayern-Bootsmotor“ M4A12 (rechts).

Advertising without words.

In 1921 the terms of the Treaty of Versailles still dictated that BMW was only permitted to produce stationary engines for civilian use. But these too were produced in the now familiar quality. A striking feature of the advert is the drawing of the BMW IIIa aero engine. There is no mention of the product's virtues or selling points, just a scene depicting aircraft and boats. Circled at the foot of the ad are the BMW IIIa "Bavaria aero engine" (left) and M4A12 "Bavaria marine engine" (right).

Prospekt für die Motoren von BMW, 1921.

Brochure for BMW engines, 1921.



1 Brieftasche „90 Jahre Marke BMW“ (ohne Inhalt)

Wallet "90 years of the BMW brand"
(without contents)

Exklusive Brieftasche aus hochwertigem braunen Vollrindleder. Verziert mit einem Emaille-Logo verfügt sie über zahlreiche Fächer für Ausweis und Kreditkarten sowie über ein mit Druckknopf zu schließendes Fach. Maße: 10,3 x 15 x 19,5 cm.

Exclusive wallet in top-quality brown full-grain leather, embellished with an enamel logo. Features numerous compartments for ID and credit cards and a compartment with press-stud closure.
Dimensions: 10.3 x 15 x 19.5 cm.

No. 80 21 0 422 753



2

**2 Schreibtischunterlage, Stiftebox „90 Jahre Marke BMW“
(ohne Inhalt)**

Desk Pad, Pen Box "90 years of the BMW brand"
(without contents)

90 Jahre Marke BMW als beste Basis für Ihren Schriftverkehr. Diese Schreibtischunterlage aus braunem Leder im Format 40 x 60 cm verfügt über jeweils eine Lasche rechts und links zum Einsticken von Papieren. Das klassische farbig emaillierte Logo zierte die Unterlage ebenso wie den Schreibgerätebehälter im Format DIN A6.

Now you can have 90 years of the BMW brand behind all your best writing. This 40 x 60 cm desk pad in brown leather has a flap on the left and right to slide in papers. The pad is embellished with the classic logo in coloured enamel and complemented by a DIN A6 container for writing implements.

No. 80 210 422 752

19.9.2004

Start

1:87

1:64

1:43

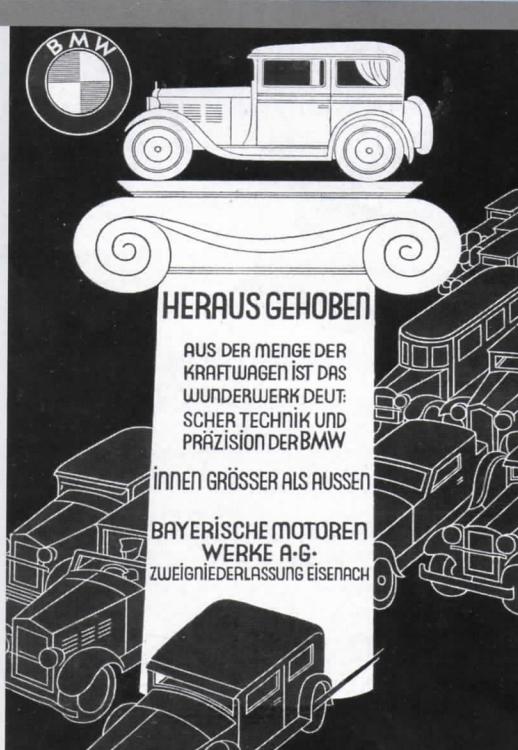
BMW Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

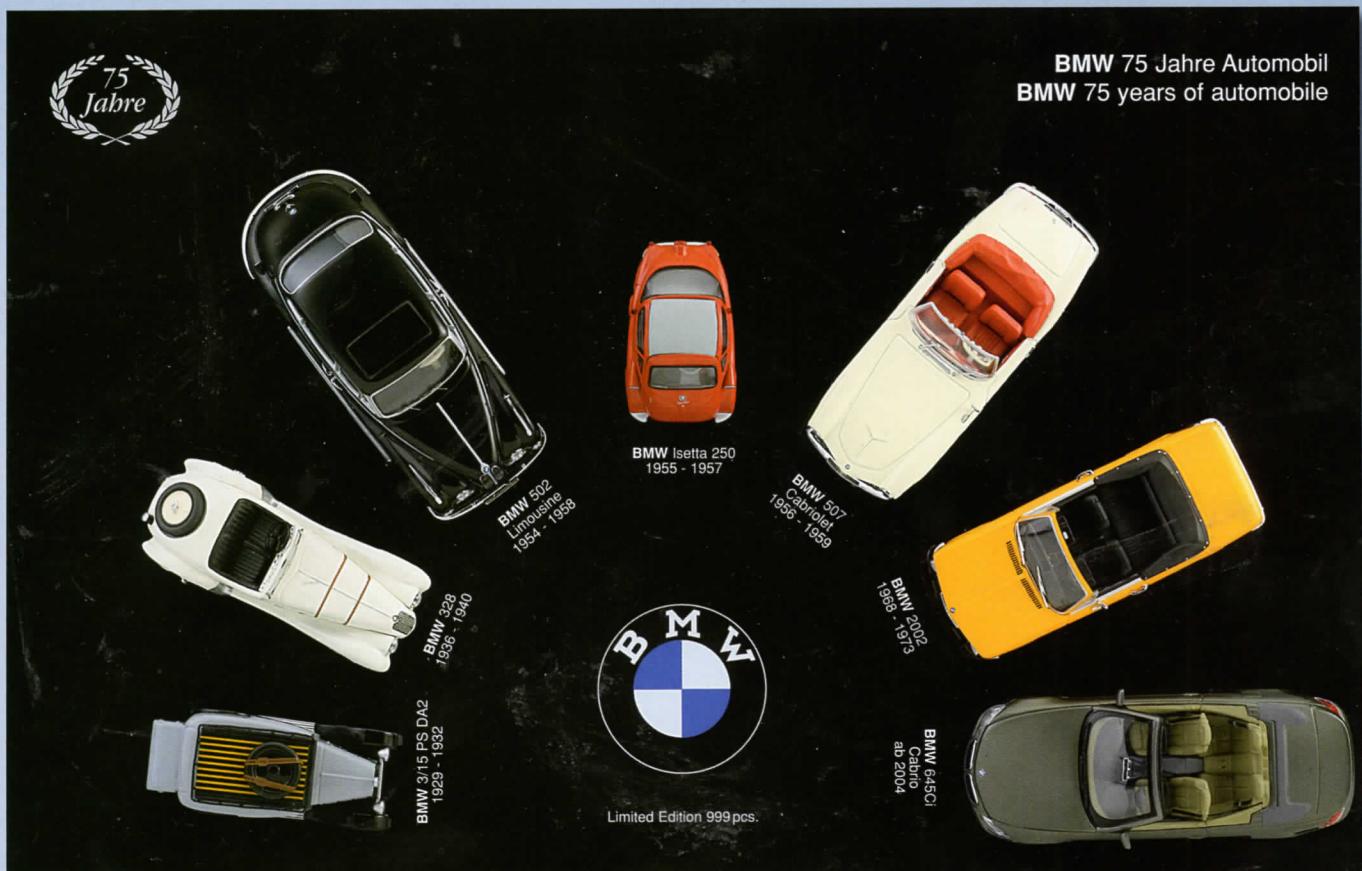
Effizienz von Anfang an.

Mit dem Kauf der Fahrzeugfabrik Eisenach 1928 beginnt BMW mit der Automobilproduktion. Zunächst baut man weiterhin nach der Lizenz des Austin Seven, aber der BMW 3/15 PS entwickelt sich schnell zum beliebten Kleinwagen, der durch moderne Technik und Effizienz überzeugt. Und auch in der Kommunikation positioniert sich BMW als Marke der „Wunderwerke deutscher Technik und Präzision, die innen größer sind als außen“.

Efficiency from day one.

The purchase of the vehicle factory in Eisenach in 1928 saw BMW embark on its journey into automotive production. Initially the factory continued with production of a car built under licence on the basis of the Austin Seven, but the BMW 3/15 PS soon developed into a popular small car with impressively advanced engineering and efficiency. In its marketing communications, BMW positioned itself as a purveyor of "wonders of German engineering and precision which are greater on the inside than on the outside".





1

1 BMW Diorama „75 Jahre Automobil“

BMW Diorama "75 years of automobile"

75 Jahre BMW Automobilgeschichte sind hier auf einzigartige Weise verewigt. Limitiert auf 999 Stück wurden sieben BMW Modelle aus allen Epochen im Verhältnis 1:43 auf einer hochwertigen schwarzen Acrylplatte angebracht. Dabei sind der BMW 3/15 PS DA 2, der BMW 328, die BMW 502 Limousine, die legendäre BMW Isetta 250, der BMW 507, das BMW 2002 Cabriolet und der neue BMW 645Ci. Ein unentbehrliches Schmuckstück für jeden BMW Fan.

75 years of BMW automotive history are immortalised here in unique fashion. Limited to 999 units, seven BMW 1:43 scale models dating back through the entire history of the brand are fixed to a high-quality black acrylic base. The models selected were the BMW 3/15 PS DA 2, BMW 328, BMW 502 Saloon, the legendary BMW Isetta 250, BMW 507, BMW 2002 Cabriolet and the new BMW 645Ci. An essential collectors' item for every BMW fan.

No. 80 42 0 393 305

19.9.-1931

Start

1:87

1:64

1:43

W Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Gut und günstig.

Das Werben mit Superlativen ist in den 1920er Jahren äußerst beliebt. Um die Effizienz der Automobile zu betonen, scheut sich auch BMW nicht, den BMW 3/15 PS als „wirtschaftlichsten Kleinwagen der Welt“ zu bezeichnen.

Quality economy.

Superlatives took BMW advertising by storm in the 1920s. The company was not shy in declaring the BMW 3/15 PS "the world's most economical small car".



1

Plakat „BMW – Der wirtschaftlichste Kleinwagen der Welt.“, 1929.

Poster "BMW – the world's most economical small car.", 1929.



BMW Der wirtschaftlichste
Kleinwagen der Welt.



2

1 **BMW 3/15 PS „Deutsche Reichspost“**
1:43
1930–1931
No. 80 42 0 396 037

2 **BMW 3/15 PS „Teile in Eile“**
1:18
1931
No. 80 43 0 393 476

Miniaturen Automobile.
1:18 Scale Models Cars.

Hommage an alte Zeiten.

Der BMW 328 prägte die Marke BMW in den 1930er Jahren. Mit dem Sieg in der Zweiliter-Klasse am 14. 6. 1936 auf dem Nürburgring legte BMW den Grundstein zu einer beispiellosen Erfolgsserie im Motorsport bis 1940. Die Motorleistung des BMW 328 und sein sportliches Fahrwerk machten ihn zur Rennsportlegende. Grund genug für das Unternehmen ARAL, Anfang der 1970er Jahre noch einmal mit einem Sammelbild im Stil der damaligen Zeit an die Erfolge zu erinnern.

Tribute to the old days.

The BMW 328 defined the BMW brand in the 1930s. Victory in the 2-litre class at the Nürburgring on 14th June 1936 laid the foundations for an unprecedented run of success for BMW on the race track in the years up to 1940. The engine output of the BMW 328 and its sporty chassis made it a motorsport legend. And that was a good enough reason for the ARAL company to hark back once again to those successful days by bringing out a collectors' edition poster in the early 1970s in the style of the time.



BMW
DEUTSCHLAND 1938 MÜNCHEN
brachten die Bayerische Motoren Werke AG
mit dem BMW 328 den siegreichsten Sportwagen bevor 1933 und 1935 gewann er
in der 2-l Sportwagenclassie mehr Preise als irgend ein anderer Sportwagenzyp.
Der BMW 328 hatte einen 197 ccm 8CV 6-Zylindermotor mit 80 PS
bei 4500 U/min und fuhr rund 150 km/h.



BMW 328 der erfolgreichste Sportwagen seiner Zeit

Plakat „BMW 328 – der erfolgreichste Sportwagen seiner Zeit“, aufgelegt im Jahr 1971.

Poster "BMW 328 – the most successful sports car of its time", printed in 1971.

1:18

1:12



1 BMW 328

1:12

1936-1940

Ein Highlight für alle Freunde des legendären BMW 328. Das Modell zum 70-jährigen Jubiläum des BMW 328 im Maßstab 1:12 überzeugt durch die feine Herausarbeitung kleinster Details wie zum Beispiel des leistungsstarken Zweiliter-Motors.

A highlight for all friends of the legendary BMW 328. The model for the 70th anniversary of the BMW 328 on a 1:12 scale bears impressive testimony to detailed craftsmanship, for example the powerful 2-litre engine.

No. 80 430 411 080

193 - 1940

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.



1



2

Siege in Serie.

Die Mille Miglia, das legendäre Autorennen in Norditalien, wird seit der Premiere 1927 fast ausschließlich von Italienern auf einheimischen Fabrikaten gewonnen. 1938 triumphiert BMW mit einem Vierfachsieg: Die vier BMW 328 belegen die Plätze 1 bis 4 in der Klasse bis 2.000 ccm und holen den Teampreis für Regelmäßigkeit.

Success x 4.

The Mille Miglia, the legendary car race in northern Italy, had been won almost exclusively by Italian drivers and manufacturers since its first running in 1927. That all changed in 1938, however, when the BMW 328 completed a clean sweep of the top four places in the 2,000 cc class, winning the team prize for consistency in the process.





1:18

1:12



3



4

1 **BMW 328 Le Mans No. 27**
Roesel/Heinemann
1:43
1939
No. 80 42 0 302 330

2 **BMW 328 Mille Miglia No. 108**
Schaumburg-Lippe/Lurani
1:43
1938
No. 80 42 0 302 329

3 **BMW 328 Le Mans No. 28**
Briem/Scholz
1:18
1939
No. 80 43 0 300 752

4 **BMW 328 Roadster**
1:18
1936-1940
No. 80 43 0 300 749

194 -2004

Start

1:87 1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Schnell und schön.

Huschke v. Hanstein und Walter Bäumer gewinnen auf einem optisch ansprechenden und aerodynamisch karossierten BMW 328 die Mille Miglia 1940. Auf dem Dreieckskurs zwischen Brescia, Cremona und Mantua erzielt er einen Geschwindigkeitsdurchschnitt von 166 km/h. Das offizielle Veranstaltungsplakat visualisiert den Dreiecks-kurs, der vom Team Huschke v. Hanstein und Walter Bäumer in sensationellen 8:54:46,3 Stunden zurückgelegt wird.

Fast and good-looking.

Huschke v. Hanstein and Walter Bäumer won the 1940 Mille Miglia in a visually alluring and aerodynamically bodied BMW 328, setting an average speed of 166 km/h over the triangular course between Brescia, Cremona and Mantua. The official event poster showed a map of the route, which v. Hanstein and Bäumer completed in a sensational time of 8 hrs 54:46.3 min.



Offizielles Veranstaltungs-plakat und Anzeige zum I. Gran Premio Brescia delle Mille Miglia, 1940.

Official event poster and advertisement for the 1st Gran Premio Brescia delle Mille Miglia in 1940.



1 **BMW 328 Mille Miglia**
Touring Coupé
Hanstein/Bäumer
1:43
1940
No. 80 42 0 300 740

2 **BMW 328 Mille Miglia Roadster**
Briem/Richter
1:18
1940
No. 80 43 0 300 743

3 **BMW 328 Mille Miglia 2004**
Touring Coupé
G. Cané/L. Galliani
1:18
2004
No. 80 43 0 300 746

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.



1

Das Leben ist (wieder) schön.

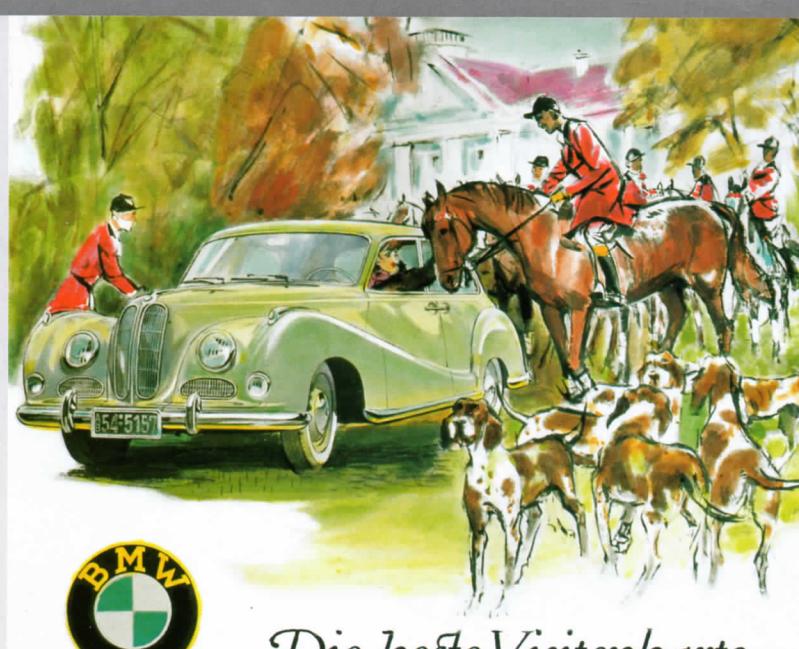
Die Werbeabteilung von BMW positioniert die Marke vorwiegend als Eintrittskarte in die bessere Gesellschaft der 1950er Jahre. In den Anzeigen werden die Fahrzeuge deshalb meist in einer Umgebung platziert, in der finanzielle Nöte keinen Platz haben. Sei es ein sonnendurchfluteter Mittelmeerort oder die Anreise zur Jagdgesellschaft.

Life is good (again).

The 1950s saw the BMW promotions department positioning the brand predominantly as a ticket to the higher echelons of society. In its advertisements the cars were therefore often depicted in surroundings dripping with the trappings of wealth, such as sun-drenched Mediterranean resorts and hunting parties.



2



Die beste Visitenkarte

1:18

1:12



1 **BMW 502 Limousine**
1:43
1954–1957
No. 80 42 0 301 384

3 **BMW 501 „Isar 12“**
1:18
1952–1958
No. 80 43 0 393 093

2 **BMW 502 Cabriolet**
1:43
1954–1955
No. 80 42 0 306 575

4 **BMW 501**
1:18
1952–1958
No. 80 43 0 393 098

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Die Waffen der Weiblichkeit.

Neben dem Roadster BMW 507 begeistert auch der BMW 503. Die neuen Modelle werden allerdings kaum beworben. In den nur wenigen Anzeigenmotiven dreht sich alles um den sorgenfreien Luxus. Oft nutzen Männer dabei den Wagen zur inszenierten Selbstdarstellung. Und Frauen werden sowohl als Bewunderinnen wie auch als Fahrerinnen eingesetzt, um die Attraktivität der Fahrzeuge hervorzuheben.

BMW power meets girl power.

Like the 507 Roadster, the BMW 503 was the source of much excitement. However, there was very little in terms of promotion for the new models. The few advertisements that did appear focused squarely on carefree luxury. Men were often seen using the car for staged self-promotion; women were pictured both admiring and driving the car, with the aim of enhancing its appeal.



1

BMW 503 Cabriolet 1. Serie,
Verdeck offen, aus der
Broschüre „Die großen euro-
päischen Achtzylinder“,
1955 bis 1957.

First-series BMW 503 Cabriolet
with open roof from the brochure
"The large European 8-cylinder
models", 1955–1957.



1:18

1:12



2

1 **BMW 503 Cabriolet**
1:43
1955–1960
No. 80 42 0 396 035

2 **BMW 2,6 Luxus**
1:18
1958–1961
No. 80 43 0 393 095

1955–1962

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Humor kommt an.

Bildergeschichten und Reimverse sind das Markenzeichen der Isetta-Werbung. Aussagen wie „Bei schlechtem Wetter gut be-„dach“-t, doch offen, wenn die Sonne lacht!“ machen deutlich, dass ein Schmunzeln die potenziellen Kunden gewinnen soll. Fotowettbewerbe und publicity-trächtige Langstreckenfahrten ergänzen die Verkaufsmaßnahmen für das kleinste Gefährt mit der großen Ausstrahlung aus dem Hause BMW, das in seiner Zeit an Popularität kaum zu überbieten ist.

Reasons to smile.

Picture stories and rhyming verse were the hallmarks of Isetta advertising. With slogans like “Bei schlechtem Wetter gut be-„dach“-t, doch offen, wenn die Sonne lacht!” (“Well roofed in bad weather, but open when the sun shines!” – the rhyming couplet plays on “gut bedacht”, which means both “well roofed” and “well considered”.) BMW clearly felt that a spot of humour could win over new customers. Photo competitions and long-distance rallies were further elements of the marketing campaign for the tiny BMW with the big heart. In terms of popularity, nothing else at the time could touch it.



1



2



BMW Isetta Werbemotiv,
ca. 1957.

BMW Isetta advertisement,
ca. 1957.

1 BMW Isetta mit Campinganhänger

BMW Isetta with Camping Trailer

1:43

1955–1957

No. 80 42 0 146 653

2 Pin BMW Isetta

Nostalgie pur für alle Isetta-Fans. In hochwertig gefertigter Emailausführung.

Pure nostalgia for all Isetta fans, in a high-quality finish.

No. 80 55 0 396 690

1:18

1:12



3



4



4

3 Skyline BMW Isetta 50 Jahre

Skyline BMW Isetta 50 Years

1:18

50 Jahre Isetta in einer ungewöhnlichen und attraktiven Form. BMW Isetta Modell, Dach und obere Türhälfte in Sandbeige, Unterseite Königsblau mit der Skyline von München als Aufdruck. Bodensockel mit Holzmaserung. In limitierter Auflage von 1.955 Stück.

50 Years of Isetta in an unusual and attractive design. BMW Isetta Model, roof and upper half of the door in sandy beige, underside royal blue with the skyline of Munich printed on the side. Base plinth with wood grain. Produced in a limited edition of 1,955 models.

No. 80 43 0 398 138

4 Fun Car BMW Isetta

1:64

Jetzt kommt was ganz Neues ins Spiel – Isetta-Spielzeugauto mit Pullback-Funktion im Maßstab 1: 64. Kunststoffausführung in den Farben Rot/Weiß oder Hellblau/Beige.

Now for something quite new – Isetta Toy Car with pull-back operation on a scale of 1: 64. Plastic design in the colours red/white or light blue/beige.
No. 80 55 0 396 693

19.5.1962

Start

1:87

1:64

1:43

BMW Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Format ist keine Frage der Größe.

Die 50er Jahre sind die Blütezeit der Rollermobile und Kleinstwagen. Die sehr originelle und dabei praktische Isetta mit Fronttür der Mailänder Firma Iso fertigt BMW in Lizenz. Sie entpuppt sich als Volltreffer, vor allem für junge Leute und kleine Familien. BMW findet für das sogenannte Motocoupé und die neue Zielgruppe eine eigene Werbesprache. Man setzt auf Reime wie „Freude haben, Kosten sparen, BMW Isetta fahren“.

Stature is not a question of size.

The 1950s represented the heyday of micro or "bubble" cars. These highly original and extremely practical Isetta models of the Milan-based firm Iso were built under licence by BMW and featured a front-hinged door. The Isetta proved to be a huge success, above all among young people and small families. BMW coined a separate advertising tone for the "motocoupé" and this new target group, favouring rhyming slogans such as "Freude haben, Kosten sparen, BMW Isetta fahren" ("Enjoy, save, drive a BMW Isetta").



BMW Isetta Anzeige aus dem
Jahre 1959.

BMW Isetta advertisement, 1959.



**1 BMW Isetta Standard**

1:43

1955–1957

No. 80 42 0 026 609**3 BMW Isetta Export**

1:12

1956–1962

No. 80 43 0 308 709**2 BMW Isetta Pickup**

1:43

1955–1957

No. 80 42 9 423 106

1950-1962

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Viele Modelle, wenig Marke.

Bereits in den 1930er Jahren wird bei BMW für das gesamte Produktprogramm ein einheitliches werbliches Erscheinungsbild entworfen. In den 1950ern dagegen unterscheiden sich Vermittlungsformen und Inhalte für die einzelnen Fahrzeuge sehr voneinander. Aufgrund der unterschiedlichen Zielgruppen und Positionierungen werden beispielsweise für die Isetta und den BMW 600 komplett eigene Werbelinien gefahren. Die Folge ist, dass die gemeinsame Markenherkunft hinter den einzelnen Modellen und Baureihen zu verschwinden scheint.

Models obscure the brand.

The 1930s saw BMW develop a standard advertising front for the entire product range. Come the 1950s, however, the approach to promoting the various models and the content of the respective promotional materials were very different from one another. Indeed, totally separate angles of advertising were developed for the Isetta and the BMW 600 to appeal to the different target groups and achieve the positioning required. As a result, the common brand history behind the individual models and series seemed to be disappearing out of sight.

Anzeige für die BMW Isetta Export und den BMW 600 aus dem Jahr 1959.

Advertisement for the BMW Isetta Export and the BMW 600, 1959.





1 **BMW Isetta 250 Export**

1:12

1956–1962

No. 80 43 0 308 716

355 1959

Start

1:87

1:64

1:43

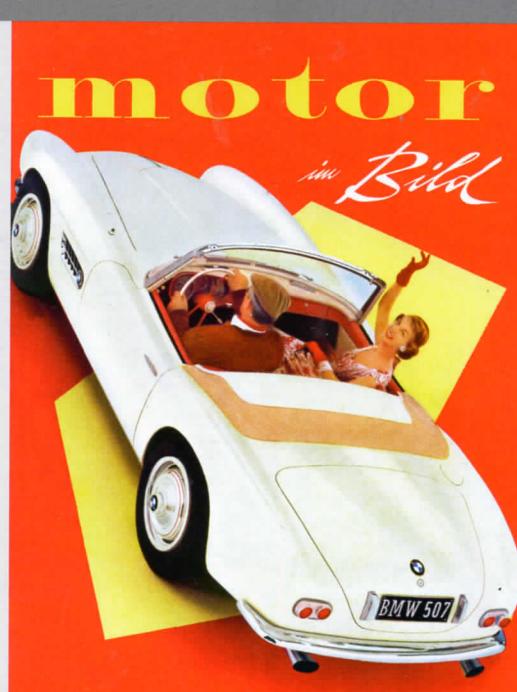
...miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Begeisternd in Linie und Leistung.

Mit dem Roadster BMW 507 entwickelt BMW für viele Autofahrer einen der schönsten Sportwagen aller Zeiten. Einen Wagen, der für das Image des Unternehmens unschätzbare Dienste leistet. Die Werbung appelliert dabei an soziales Prestige und zeitgemäßes Geschmacksempfinden.

Looks and power turn heads.

With the BMW 507 Roadster, BMW developed what according to many motoring enthusiasts was the most beautiful sports car of all time – and one that performed an inestimable service to the image of the company. The advertising campaign was centred around social prestige and contemporary tastes.



BMW 507 Touring Sport,
Titelblatt Zeitschrift
„Motor im Bild“, April 1956.

BMW 507 Touring Sport, cover page for magazine "Motor im Bild", April 1956.



1:18

1:12



2



2

1 BMW 507
1:43
1955–1959
No. 80 42 0 301 383

2 BMW 507 Graf Goertz

1:18
1955

**BMW 507 Jubiläumsmodell, 1955–2005, limitierte Auflage von 1.955 Stück.
Exterieur metallblau, Interieur sandgelb, Bodenbereich dunkelblau.**

**Bodenplatte in Holzauftretung mit Jahresangaben. Im Set enthalten ist der
Zentralverschluss des BMW 507 als Schlüsselanhänger.**

BMW 507 Anniversary Model, 1955–2005, limited edition of 1,955 models. Exterior metallic blue, interior sandy yellow, floor pan dark blue. On base with wood look and dates. The central locking for the BMW 507 is included in the set as a key ring.

No. 80 43 0 398 137

W Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Erste Klasse Mittelklasse.

Mit dem BMW 700 Coupé beginnt der Aufbruch in eine neue BMW Automobil-Ära. Erstmals nach 1945 wird ein Mittelklassewagen entwickelt, der vier Personen mit Gepäck Platz bietet und dabei wie ein „richtiges“ Auto aussieht. Das schnittige kleine 2 + 2 Coupé kommt gut an und wird wie auf dem Plakat unten ganz pragmatisch beworben: „Luftgekühlter 700 ccm Vierakt-Boxermotor – 30 PS, leistungsstark, formschön, raumgünstig. Vollsynchroneisiertes Vierganggetriebe. Großer Innenraum, viel Platz für Gepäck.“

First-class mid-range car.

The BMW 700 Coupé heralded the dawn of a new era for BMW cars. For the first time since 1945 the company had developed a mid-range car, one which could accommodate four people and their luggage and cut the mustard as a "proper" car. The stylish and compact 2 + 2 Coupé was warmly received and backed up by some to-the-point advertising. The poster below was a good example: "Air-cooled, 700 cc four-stroke boxer engine, powerful (with 30 hp), attractive design, spacious. Fully synchronised four-speed gearbox. Large interior, considerable room for luggage".



1



2

Plakat „BMW 700 Coupé“, 1959 bis 1964.

Poster "BMW 700 Coupé", 1959–1964.



BMW
700
Coupé



Luftgekühlter 700 ccm Vierakt-Boxermotor - 30 PS

leistungsstark, formschön, raumgünstig

Vollsynchroneisiertes Vierganggetriebe

Großer Innenraum, viel Platz für Gepäck



1:18

1:12



3



4

1 BMW 700 Cabriolet
1:43
1961–1964
No. 80 42 0 390 531

2 BMW 700 Coupé
1:43
1959–1964
No. 80 42 0 390 532

3 BMW 600
1:18
1957–1959
No. 80 43 0 300 720

4 BMW 600
1:18
1957–1959
No. 80 43 0 300 719

96 - 1972

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.



1



2

Zurück zur Sportlichkeit.

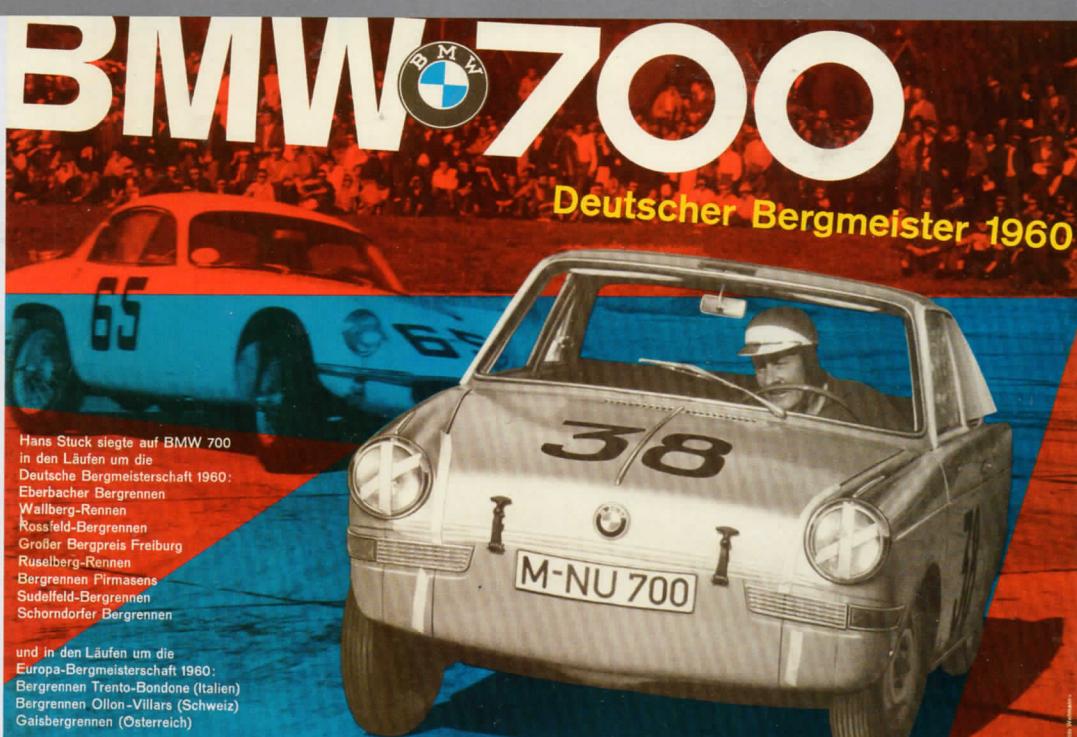
Mit dem BMW 700 steht ab 1959 wieder ein Automobil zur Verfügung, das im Motorsport konkurrenzfähig ist. Bereits 1960 wird Hans Stuck Deutscher Bergmeister. Und so kann auch in der Werbung der sportliche Charakter der Automobile wieder glaubhaft vermittelt werden. Vereinzelt taucht in dieser Zeit erstmals auch ein gemeinsamer Slogan für alle Automobile auf: „Mehr denn je ... BMW“.

Sporting comeback.

1959 saw the arrival of a car – the BMW 700 – which was to return the brand to the competitive summit in the world of motorsport. Hans Stuck was crowned German hill climb champion in 1960, and this allowed the sporting character of the brand's cars to play a credible role once again in advertising. It was during this period that the brand started to use a single slogan for all its models for the first time: "Mehr denn je ... BMW" ("More than ever ... BMW").

Plakat „BMW 700 – Deutscher Bergmeister 1960“.

Poster "BMW 700 – German hill climb champion 1960".





3

1 **BMW 2000 Limousine**
1:43
1966–1972
No. 80 42 0 396 036

2 **BMW 1600 Cabriolet**
1:43
1967–1971
No. 80 42 0 396 188

3 **BMW 700 Sport, Heinrich Epplein**
1:18
1961
No. 80 43 0 414 430

1965-1987

Start

1:87

1:64

1:43

V Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.



1

Klassenbester.

Mitte der 1960er Jahre werden in Deutschland Leser-Umfragen immer beliebter. Die Zeitschrift „Hobby“ vergibt den Auto-Oskar. Ein BMW wird zum zweiten Mal zur schönsten Limousine seiner Klasse gewählt – was schon mal ein Plakat wert ist. Ausgezeichnet werden der BMW 1600 mit 83 PS, der BMW 1800 mit 90 PS und der BMW 1800 TI mit 110 PS.



2

Top of the class.

Reader surveys gained increasingly in popularity in 1960s Germany. The magazine "Hobby", for example, handed out awards known as "auto Oscars". A BMW was voted the most beautiful saloon in its class for the second time – and that was certainly a feat worthy of a poster. The BMW 1600 with 83 hp, BMW 1800 with 90 hp and BMW 1800 TI with 110 hp were among the "Oscar winners".



Plakat „Zum zweiten Mal:
Auto-Oskar für BMW“, 1964.

Poster "Second auto Oscar for
BMW", 1964.

Zum zweiten Mal: Auto-Oskar für BMW

Auch 1964 wurde der BMW von den Hobby-Lesern
zur schönsten Limousine seiner Klasse gewählt.

Aus Freude am Fahren – BMW - BMW 1600 83 PS - BMW 1800 90 PS - BMW 1800 TI 110 PS

1:18

1:12



1 BMW 1600 touring
1:43
1971-1973
No. 80 42 0 145 821

2 BMW 1600
1:43
1966-1970
No. 80 42 0 146 514

3 BMW 2002 Cabriolet
1:18
1971
No. 80 43 0 145 820

Abbildung Originalfahrzeug.
Original vehicle shown.

4 BMW 635CSi
1:18
1978-1987
No. 80 43 0 145 827

Miniatuure Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Immer up to date.

Die Imageuntersuchung von 1964 ist auch Anfang der 1970er Jahre noch inhaltlich maßgebend für die Anzeigenwerbung von BMW. Darüber hinaus wird jedoch auch auf aktuelle Entwicklungen wie die zunehmende Verkehrsdichte, Sicherheitsaspekte oder wie hier auf die Emanzipation erfolgreicher Frauen im Rennsport eingegangen.



1

Always up to speed.

The image study of 1964 continued to dictate the content of BMW advertisements in the early 1970s. However, attention was also paid to current developments such as the increasing weight of traffic on the roads, safety or, as here, the emancipation of successful female racing drivers.



Anzeigenmotiv „Irren ist männlich“, 1971.

Advertisement "To err is male", 1971.

("Irren ist männlich" is a play on "Irren ist menschlich" – "To err is human".)

Irren ist männlich

Die Rallye Monte-Carlo 1971 war die härteste für Deutschland den Damen-Cup. Daß Frauen seit Jahren, 248 Teilnehmer starteten. 22 kommen zu solchen Leistungen fähig sind, glauben nur wenige. Am wenigsten die Männer. Fahrvermögen ist jedoch keine Frage des Geschlechts. Sondern eine Frage des Automobils.



Aus Freude am Fahren – BMW

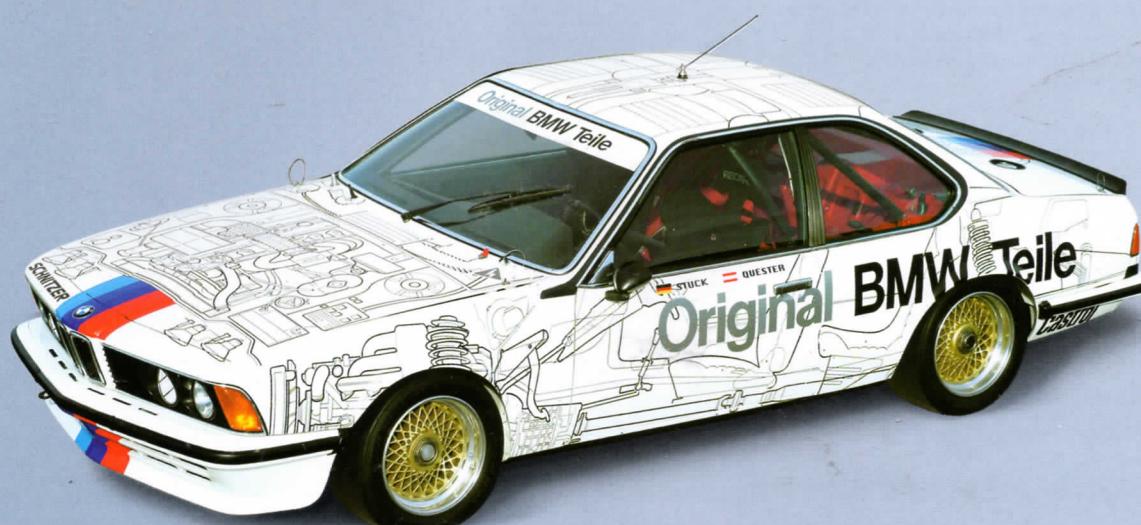


1:18

1:12



2



3

1 BMW 2002 turbo
1:43
1973-1975
No. 80 429 418 124

2 BMW 635CSi
Brun/Grohs
1:18
1984
No. 80 430 139 185

3 BMW 635CSi
Quester/Stuck
1:18
1984
No. 80 430 145 825

Abbildung Originalfahrzeug.
Original vehicle shown.

197 -1987

Start

1:87

1:64

1:43

Miniature Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Image(über)träger.

Sportlichkeit prägt in höchstem Maße das Image der Marke BMW. Der BMW 2002 gilt nach dem Gewinn des Europapokals in allen Hubraumklassen über 1.600 ccm als erfolgreichster Tourenwagen in Europa. Ein Erfolg, der sich in der Wahrnehmung der Kunden auf die Serienfahrzeuge überträgt.

Image ambassador.

Sportiness was a dominant force in shaping the image of the BMW brand. Winning the European title meant that the BMW 2002 was the most successful touring car in Europe in all displacement classes above 1,600 cc. Customers indicated that this competitive success had rubbed off positively on the brand's series-produced models.



1

Rennsaison 1968 – Offizielles Endergebnis

Erfolgreichster Tourenwagen aller Klassen in Europa BMW 2002



Dieter Quester: Gewinner des Tourenwagen-Europapokals Division 3 (alle Hubraumklassen über 1600 ccm)
Ernst Furtmayer: Gewinner der Europa-Bergmeisterschaft Sonderwertung Tourenwagen-Pokal*



Aus Freude am Fahren — BMW

*Vorbehaltlich der Bestätigung durch F.I.A.

BMW, Bosch, Gaggenau und Duravit – Partner im Rennsport

1:18

1:12



2



3

1 BMW M1

1:43
1978–1981

No. 80 42 0 153 661

3 BMW M635CSi

1:18
1984–1987

No. 80 43 0 145 830

2 BMW 3.0CSi

1:18
1971–1975

No. 80 43 0 404 077

1971-1981

Start

1:87

1:64

1:43

BMW Miniaturen Automobile.
1:43 Scale Models Cars.



1



2

Auge in Auge.

Auch zum Ende der 1970er Jahre steht die Sportlichkeit an erster Stelle der Kommunikationsbotschaften. Mit der direkten Gegenüberstellung der neuen großen Coupés der BMW 6er Reihe und der Motorvarianten in einem Anzeigenmotiv gelingt es, die Sportlichkeit des Rennsports auf Serienfahrzeuge zu übertragen.

Eye to eye.

Sporting performance continued to occupy pole position in BMW's marketing activities in the late 1970s. The company succeeded in translating the sporting allure of motor racing into series-produced cars by comparing the new large BMW 6 Series Coupé and engine variants with their racing brethren in adverts.

Anzeigenmotiv „Das neue BMW 3,5 i Triebwerk gibt es für zwei Automobil-Kategorien: Zum Siegen ... zum Gewinnen.“, 1978.

Das neue BMW 3,5 i Triebwerk gibt es für zwei Automobil-Kategorien:
Zum Siegen...

...zum Gewinnen.

Neuer BMW M 1. Der BMW M 1 ist ein Sportwagen, der als einer der ganz wenigen Ausnahmen auf dieser Welt den Sinn des Wortes wirklich erfüllt. Den M 1 wurde als rennreifer Rennwagen für den Einsatz im Produktionswagen-Sprintwettbewerb gebaut. Jede Detailkonstruktion unterliegt also - dem Bauprinzip eines hochtechnisierten Sportgerätes entsprechend - strengen - handfesten Zwängen.

Den besten Beweis für die Leistungsfähigkeit auf das Wesentliche ist das Triebwerk: ein extrem kurzhubiges 6-Zylinder-Triebwerk mit 24 Ventilen - die optimale Synthese höchster Leistungsfähigkeit, geringster Reibeverluste, günstigster Gewichtsverhältnisse, Abmessungen und Verbrauchsdaten.

Gemischdurchsatzvermögen ist dem eines 12-Zylinder-2-Liter-Motors nahezu ebenbürtig, das Gewicht, die Reibeverluste, die Abmessungen und die Verbrauchsdaten sind deutlich günstiger. Die Leistungsbereiche 204 DIN kW (277 PS) in der Normalversion und 227 DIN kW (306 PS) in der über 353 DIN kW (über 480 PS) in der Saugversion der Gruppe 4 (siehe Bild), über 588 DIN kW (über 800 PS) in der Turboverision der Gruppe 5.

Über die Leistungsfähigkeit entscheidet nicht die Anzahl der Zylinder, sondern das, was man daraus zu machen in der Lage ist. Um aber ein Automobil wie den M 1 zu bauen, braucht man noch etwas mehr als Kompetenz: Man muß den Willen haben zu siegen.

Neuer BMW 635 CSi. Das neue BMW Coupe 635 CSi hat zwar einen anderen Aufgabe als der M 1, aber auch dieser würde nicht weniger konsequent geflossen.

BMW hat die 3,5 i Transport-Triebwerk nicht nur um die Leistung des Motorvermögens des M 1 benutzt, sondern auch als Basis für das 160 DIN kW (218 PS) Triebwerk des neuen BMW 635 CSi. Für den ambitionierten Fahrer bietet BMW mit dem 635 CSi ein neues Konzept: die Mitten zwischen der komfortablen Praktik des 633 CSi und dem sportlichen Extrem des BMW M 1. In der zeitlos sportlichen Form des BMW Coupés gewinnt man durch das System von Leistungssteigerung, Drehmomentverbesserung, Fahrwerks-Modifi-

kationen und aerodynamischen Hilfen ein neues Fahrerlebnis, das eher an den Charakter von Wettbewerbs-Fahrzeugen als an Serien-Automobile erinnert.

Wenn Sie den BMW 635 CSi auf einer Probefahrt prüfen, werden Sie leicht feststellen, daß Sie mit etwas mehr Dynamik viel gewinnen können.

Die BMW Coupés:
BMW 633 CSi: 145 DIN kW (194 PS)
BMW 635 CSi: 145 DIN kW (197 PS)
BMW 635 CSi: 160 DIN kW (218 PS)
... oder Leistung für besondere Anlässe

BMW - Freude am Fahren



**1 BMW M1 Procar
Lauda**
1:43
1979
No. 80 42 0 309 421

**2 BMW M1 Procar
Andretti**
1:43
1979
No. 80 42 0 309 422

**3 BMW M1 Set
25 Jahre BMW M1**
BMW M1 Set
25 years of the BMW M1
1:43
1978–1981
No. 80 42 0 390 093

1 84-2006

Start

1:87

1:64

1:43

MW Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Straßentaugliche Sportskanone.

Unter der Regie der BMW Tochter BMW M GmbH wird auf der IAA 1985 das erste M Modell der BMW 3er Reihe vorgestellt. Es schlägt als Basisfahrzeug für den Rennsport gleichzeitig die Brücke zum sportlichen, alltagstauglichen Auto - und wird zum erfolgreichsten Tourenwagen im Motorsport. Mit seinem geringen Gewicht von nur 1.200 kg und angetrieben von einem Vierzylinder-Reihenmotor mit 2.302 ccm Hubraum, beschleunigt das Fahrzeug dank 143 kW/195 PS bis zu einer Höchstgeschwindigkeit von 235 km/h. Und auch in der Werbung präsentiert man sich selbstbewusst: Da gibt es nichts mehr zu tunen.

Race performance for the road.

The first M version of the BMW 3 Series was unveiled by BMW subsidiary BMW M GmbH at the 1985 International Motor Show in Frankfurt. As the basic model for the race track, it bridged the gap between racing cars and sporty models for everyday use – and became the most successful racing touring car in the business. Tipping the scales at just 1,200 kg and powered by a 2,302 cc 4-cylinder in-line engine developing 143 kW/195 hp, it accelerated to a top speed of 235 km/h. The advertising presented an equally confident front: there was "nothing left to tune".



1



Werbemotiv „M3. Da gibt es nichts mehr zu tunen.“, 1986.

Advertisement "M3. Nothing left to tune.", 1986.

Die Edelschmiede der BMW Motorsport GmbH hauchten ihm genügend Leben ein, um in 6,7 Sekunden auf 100 km/h zu beschleunigen. Sie schneiderten ihm Spoiler auf den Leib und verliehen ihm Heckflügel. Der neue BMW M3.

Ein Tourenwagen mit voller Straßenverträglichkeit, der von seinen Konstrukteuren bereits am Reißbrett für Hochleistung konzipiert wurde. Aufgelegt als kleine

Serie für technische Puristen, die nichts von oberflächlicher Spoilermaskerade und frisierten Motoren halten. Mit anderen Worten: für eine exklusive Fahrer-Elite, die von einem Sportwagen mehr als bloß Geschwindigkeit erwartet.

Eine bei der Metzeler Schaualte perfekt durchdachte Synthese aus Hochleistung und Sicherheit. Mit allen Reserven für hohe Geschwindigkeiten und extreme Fahrsituationen. Schon heute bewegt sich der M3 deshalb auf einem

tiefergelegter 300 PS-Fahrwerk. Und dem ganzen Fahrzeug wurde konkurrenzlos alles mitgegeben, was ihm in der späteren Karriere von Nutzen sein wird.

Vierzylinder 4-Ventil-Technik mit

200 PS/147 kW bei 6750 U/min. und ein Drehmoment von 240 Nm schon ab 4750 U/min.

Die Katalysator-Version leistet bei aller Naturliebe satte 195 PS/143 kW. Denn der M3 wurde für Fahrer mit höchsten Ansprüchen an Leistung,

Verarbeitung und Belastbarkeit gebaut. Wer ihn fährt, wird spüren, daß die Zeit der Ingenieure gut genutzt wurde. Da gibt es wirklich nichts mehr zu tunen. BMW M3. Kauf, Finanzierung oder Leasing – Ihr BMW-Händler ist der richtige Partner.


Freude am Fahren

Da gibt es nichts mehr zu tunen.



2

1 BMW M5
1:43
1984–1987
No. 80 42 0 411 043

2 BMW M3 Diorama
20 Jahre BMW M3
BMW M3 Diorama
20 years of the BMW M3
1:43
1986–2006
No. 80 42 0 411 042

1986–1990

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

M – eine Klasse für sich.

Die BMW Motorsport GmbH stellte 1978 den M1 als erstes Modell der BMW M Reihe vor. Er wurde als Rennwagen entwickelt, aber auch in Kleinserie als Straßenversion produziert. Die alltagstaugliche Version fand schnell Freunde. Kurze Zeit später folgten 1984 der BMW M5 und 1986 der BMW M3. Der BMW M3 wurde weltweit schnell zum erfolgreichsten Tourenwagen im Motorsport. In der Kommunikation setzt man auf die bewährte Gegenüberstellung von Renn- und Serienfahrzeug.

M – in a class of its own.

The M1 unveiled by BMW Motorsport GmbH in 1978 was the first ever model from the BMW M range. Developed as a racing car, it was also produced in small numbers for everyday use. The road-spec version soon gained an enthusiastic following, and was followed not long after by the arrival of the M5 in 1984 and M3 in 1986. The BMW M3 quickly became the most successful touring car on the track. Marketing activities centred on the tried and tested method of lining up the race and road-trim models side-by-side.



1

Für die Straße veredelt.



Der neue BMW M3.



2



3

1 BMW M3
1:43
1986–1990
No. 80 42 0 149 841

2 BMW M3 Schmickler
1:18
1990
No. 80 43 0 306 568

3 BMW M3
1:18
1986–1990
No. 80 43 0 148 538

1985-1992

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Erfolgsfaktoren Mensch und Maschine.

Inhaltlich vertraut BMW auch in den 1970er Jahren auf die sportliche Ausrichtung in der Kommunikation. Die technische Perfektion im Motorsport soll das Image des Unternehmens als qualitativ hochwertiger Autohersteller fördern. Mehr und mehr rückt in der Werbung jedoch auch wieder der Mensch in den Mittelpunkt. Denn um wirklich erfolgreich zu sein, reicht technische Perfektion nicht aus. In Anzeigen wird beispielsweise das Zusammenspiel von Fahrer und Fahrzeug im Motorsport thematisiert. „Es ist die Summe, die entscheidet. Mensch und Maschine.“

Man and machine join forces for success.

BMW continued to focus on its sporting credentials in its marketing communications in the 1970s. The idea was that technical flawlessness in motorsport would promote the company's image as a maker of top-quality cars. However, the human factor was making an ever greater impact in advertising. Indeed, achieving real success required more than just technical infallibility. Advertisements shone the spotlight on the interplay of driver and car in motorsport. "The key is to join forces. Man and machine."



Anzeigenmotiv „Die Summe“, 1973.

Advertisement "Joining forces", 1973.

Die Summe

Technische Perfektion im Automobilbau wird nur sinnvoll, wenn sie den Menschen einbezieht. Ein Rennfahrzeug, das sich mit seinem Fahrer in einem einzigen, im Grenzbereich der Belastbarkeit bewegt, kann nur mit einem entsprechenden Partner gewinnen: dem besseren Fahrer.

Monza, Spa, Le Mans, Nürburgring. Hinter diesen BMW-Erfolgen steht die gelegzte Verbindung einer außergewöhnlichen Konstruktion und eines ausdauernden Fahrerischen Könners.

Stehen die technische Perfektion

375 PS, über 270 km/h,

Und Namen: Chris Amon,

Tonie Hezemans, Niki Lauda,

Hans-Joachim Dieter Quester,

Hans Stück,

Es ist die Summe, die entscheidet.

Mensch und Maschine.

In diesem Sinne betreibt BMW

Motorsport.



BMW - Freude am Fahren



2



3

1 Arrows BMW A8 Turbo
Berger, Grand Prix Detroit
1:43
1985
No. 80 42 0 393 341

2 BMW M3 24 h Spa-Francorchamps
1:18
1992
No. 80 43 0 404 993

3 BMW M3 DTM Eric van de Poele
1:18
1987
No. 80 43 0 396 026

97 -1991

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Nichts zu verbergen.

Nach fünf Jahren Entwicklungszeit wird 1975 im Münchner Olympiastadion die BMW 3er Reihe vorgestellt, die als kleinere Modellreihe dem BMW 5er folgt. Mit größtem Erfolg: Der 3er wird zur weltweit erfolgreichsten BMW Reihe und bis zur Jahrtausendwende ca. 7 Mio. Mal verkauft. „Seine Stärken sind ein offenes Geheimnis“ titelt ein Plakat im Jahr 1991, und so greift man in der Werbeabteilung erneut auf den bewährten Röntgenblick zurück, der das Innenleben des neuen 325i mit Vierventil-Sechszylinder-Triebwerk offenbart.

Nothing to hide.

After five years in development, the BMW 3 Series was unveiled at Munich's Olympic Stadium in 1975. It followed the BMW 5 Series as a smaller model range, and it was a runaway success: the 3 Series was to become the most popular BMW series worldwide, selling approx. 7 million units up to the turn of the millennium. "Its strengths are an open secret" ran the slogan of a 1991 poster. The advertising department again turned to the tried and tested "X-ray view" that revealed the inner workings of the new 325i with its 6-cylinder, 24-valve powerplant.



1

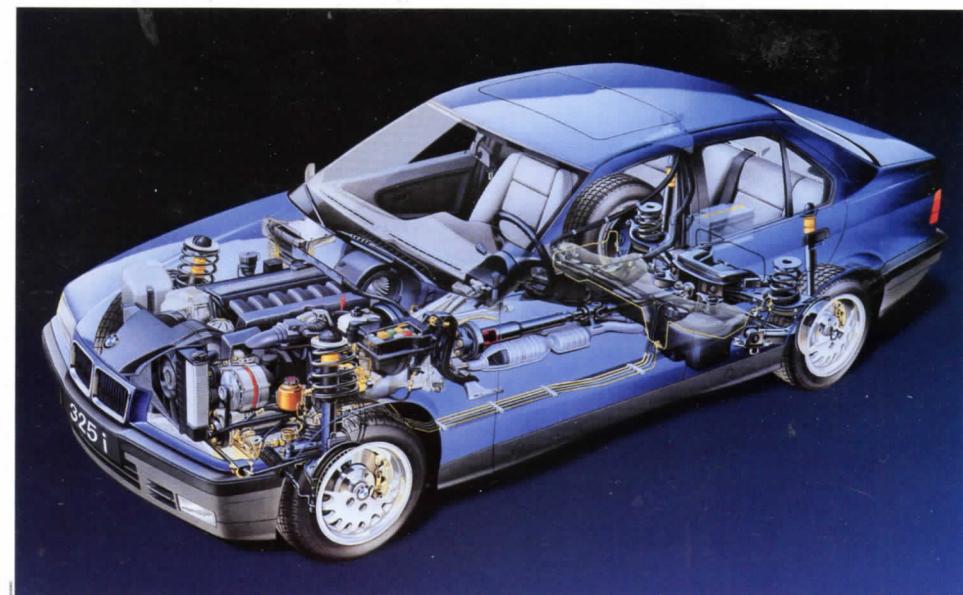


2

SEINE STÄRKEN SIND EIN OFFENES GEHEIMNIS.

Plakat „Seine Stärken sind ein offenes Geheimnis.“ BMW 325i Limousine, im Jahr 1991.

Poster "Its strengths are an open secret." BMW 325i Saloon, 1991.



Der neue BMW 325i mit 4-Ventil-6-Zylinder-Triebwerk (141 kW/192 PS).

1:18

1:12



3



4

1 BMW 323i
1:43
1978–1979
No. 80 42 0 029 561

2 BMW Z1
1:43
1988–1991
No. 80 42 0 152 797

3 BMW 728i
1:43
1977–1979
No. 80 42 0 390 514

4 BMW 520i
1:43
1972–1976
No. 80 42 0 390 515

19/5/1976

Start

1:87

1:64

1:43

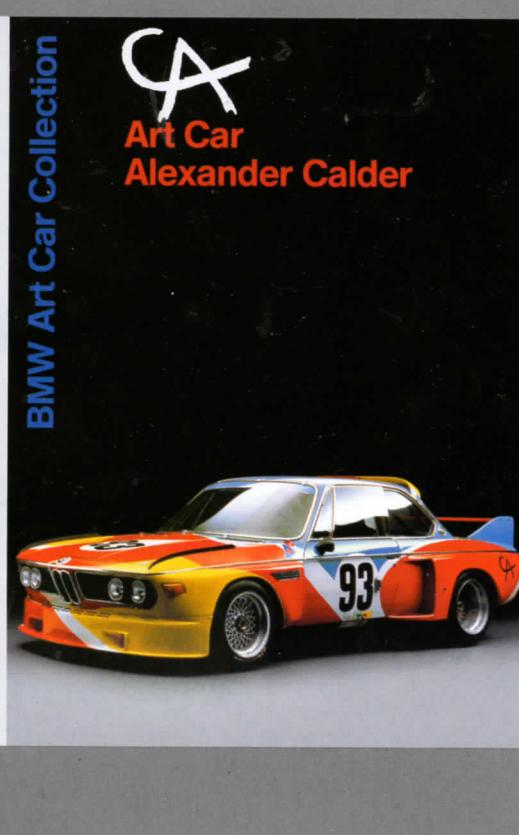
BMW Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Der Beginn einer Ära.

Alexander Calder bemalt 1975 den ersten Rennwagen BMW 3.0 CSL und legt damit den Grundstein der Art Car Collection. Er orientiert sich dabei nicht an den Stromlinien der Rennwagenkarosserie, sondern setzt bei der Bemalung auf kräftige Farben und anmutig geschwungene Flächen, die er großzügig über Kotflügel, Motorhaube und Autodach verteilt. Beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans 1975 präsentieren BMW und Alexander Calder das einzigartige Kunstwerk.

Dawning of an era.

In 1975 Alexander Calder painted the first BMW 3.0 CSL race car and laid the foundation stone of the Art Car Collection. Rather than being guided by the streamlined racing body, he opted for strong colours and elegantly sweeping surfaces generously applied to the wings, bonnet and roof. BMW and Alexander Calder presented this unique artwork to the public at the 1975 Le Mans 24-Hour Race.



Plakat aus der Serie BMW
Art Car Collection „Art Car
Alexander Calder“, 1991.

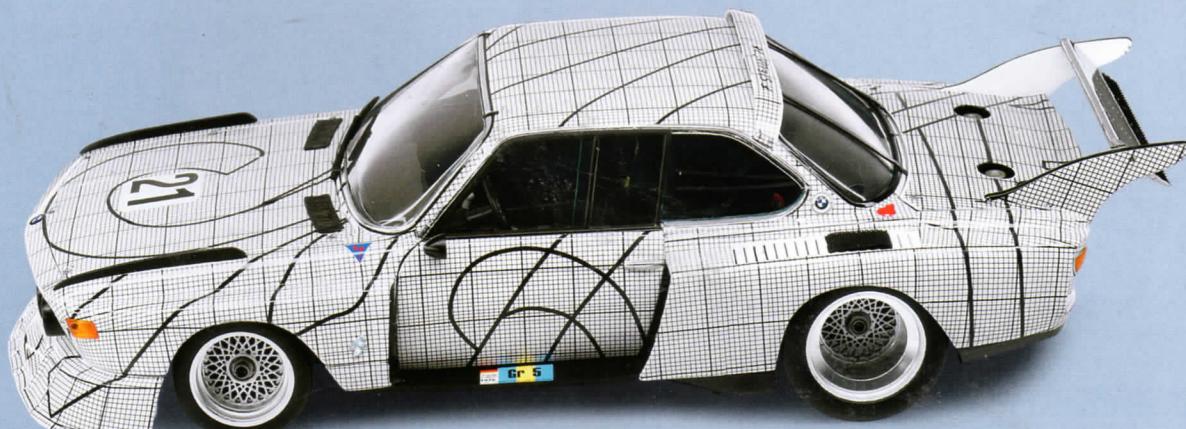
Poster "Art Car Alexander Calder"
from the BMW Art Car Collection
series, 1991.

1:18

1:12



1



2

1 Alexander Calder, Art Car
BMW 3.0 CSL
1:18
1975
No. 80 43 0 150 918

2 Frank Stella, Art Car
BMW 3.0 CSL
1:18
1976
No. 80 43 0 150 928

197 -1979

Start

1:87

1:64

1:43

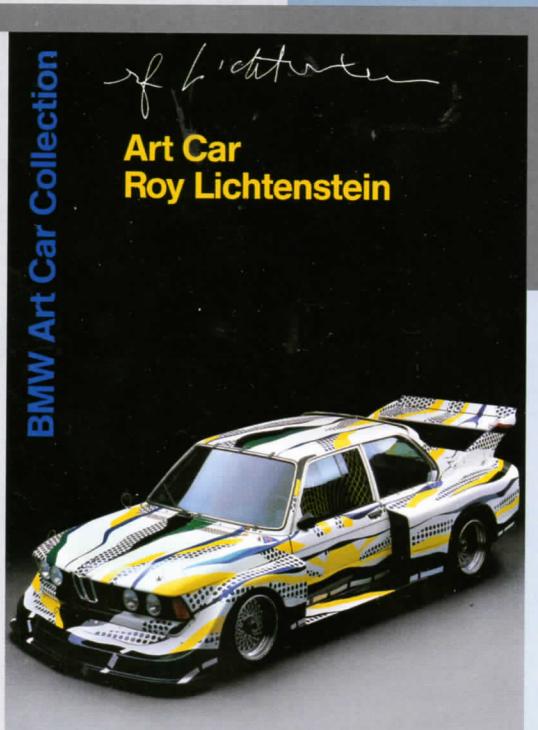
Miniatuure Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Kunst auf dem Punkt.

Der amerikanischen Maler Roy Lichtenstein gestaltet 1977 das dritte Art Car. Der BMW 320 Gruppe 5 im Comicstrip-Stil feiert im Pariser Centre Georges Pompidou Premiere. Seine lang gezogenen Farbflächen suggerieren Geschwindigkeit, und auch die überdimensionalen Rasterpunkte erinnern an Lichtensteins berühmte Comic-Gemälde. Das Art Car begeistert nicht nur die Ausstellungsbesucher, sondern auch die Zuschauer beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans, wo es 1977 den neunten Platz in der Gesamtwertung und den ersten in seiner Klasse belegt.

The point of art.

American artist Roy Lichtenstein created the third Art Car in 1977. The BMW 320 Group 5 decorated in comic-strip style celebrated its debut at the Centre Georges Pompidou in Paris. Its extended lines of colour suggested speed, while the outsized Benday dots recalled Lichtenstein's famous comic-strip paintings. This Art Car delighted not only exhibition visitors, but also the spectators at the 1977 Le Mans 24 Hours, where it finished ninth place overall and came first in its class.



Plakat BMW Art Car Collection
„Art Car Roy Lichtenstein“,
1977.

Poster BMW Art Car Collection
"Art Car Roy Lichtenstein", 1977.



1:18

1:12



1



2

1 **Andy Warhol, Art Car
BMW M1 Gruppe 4**
1:18
1979
No. 80 43 0 150 922

2 **Roy Lichtenstein, Art Car
BMW 320 Gruppe 5**
1:18
1977
No. 80 43 0 150 936

198 -1986

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Weltweit ein Ereignis.

Seit 1975 gestalten herausragende Künstler aus aller Welt BMW Automobile ihrer Zeit. Die Art Cars spiegeln die kulturhistorische Entwicklung von Kunst, Design und Technik wider. Sie werden weltweit in großen Museen wie dem Louvre, der Royal Academy in London, dem New Yorker Whitney Museum of Modern Art, Venedigs Palazzo Grassi, Sydneys Powerhouse Museum und in den Guggenheim Museen New York und Bilbao gezeigt. Vor allem in den 1980er Jahren sind die Plakate der fünf großen amerikanischen Künstler beliebte Werbemotive.

A global event.

Since 1975, outstanding artists from all over the world have been designing BMW cars of their day. These Art Cars reflect the cultural evolution of art, design and technology and are displayed worldwide in major museums such as the Louvre, London's Royal Academy, the Whitney Museum of Modern Art in New York, the Palazzo Grassi in Venice, Sydney's Powerhouse Museum and the Guggenheim Museums in New York and Bilbao. Particularly in the 1980s, the posters of the five major American artists were popular advertisements.



Plakat der BMW Gallery –
New York: „Art Car – BMW and
5 American Artists – Calder,
Stella, Lichtenstein, Warhol,
Rauschenberg“, 1986 bis 1987.

Poster from the BMW Gallery –
New York: "Art Car – BMW and
5 American Artists – Calder, Stella,
Lichtenstein, Warhol, Rauschen-
berg", 1986–1987.

1:18

1:12



1



2

1 **Robert Rauschenberg, Art Car**
BMW 635CSi
1:18
1986
No. 80 43 0 150 924

2 **Ernst Fuchs, Art Car**
BMW 635CSi
1:18
1982
No. 80 43 0 150 940

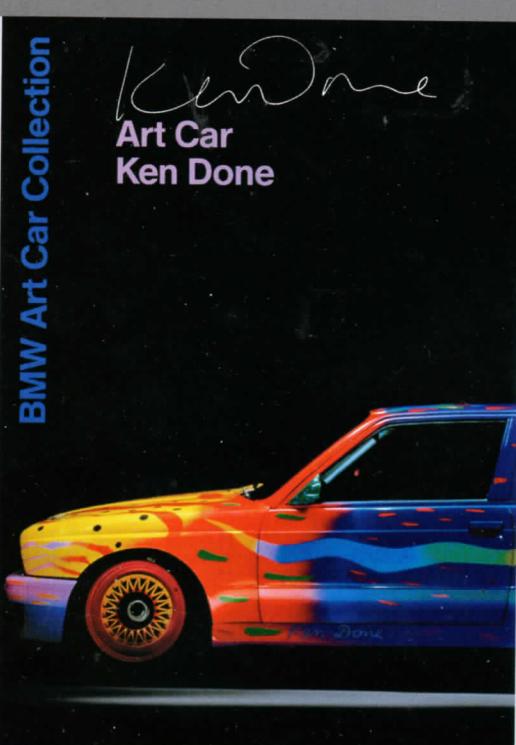
PlaV miniaturen Automobile.
1:12 Scale Models Cars.

Vogelwild und kunterbunt.

1989 gestaltete Ken Done, prominenter australischer Maler und Graphik-Designer, einen BMW M3, der bereits im australischen Motorsport erfolgreich war: 1987 gewann Jim Richards mit ihm die Fahrermeisterschaft in der australischen Gruppe A. Optimistisch und farbenfroh soll seine Bemalung einerseits etwas von der Faszination der Geschwindigkeit ausdrücken, andererseits soll sie typisch australisch wirken. Und so zieren abstrakte Papageien und Papageienfische das Rennsportfahrzeug: „Beide sind schön und bewegen sich mit phantastischer Geschwindigkeit. Ich wollte, dass mein Art Car dasselbe zum Ausdruck bringt.“

Flights of fancy.

In 1989 the renowned Australian artist and graphic designer Ken Done designed a BMW M3 that had already made its name in Australian motorsport. In 1987, Jim Richards had come first in Group A of the Australian Drivers' Championship in this car. With its upbeat and highly colourful bodywork, the idea was to express the fascination of speed on the one hand, and evoke a characteristically Australian impression on the other. And so the racing car came to be embellished with parrots and parrot fish: "Both are beautiful and move at fantastic speed. I wanted my Art Car to convey the same impression."



Plakat BMW Art Car Collection
„Art Car Ken Done“, 1991.

Poster BMW Art Car Collection
„Art Car Ken Done“, 1991.



1

1 Ken Done, Art Car
BMW M3 Gruppe A
1:18
1989
No. 80 43 0 150 942

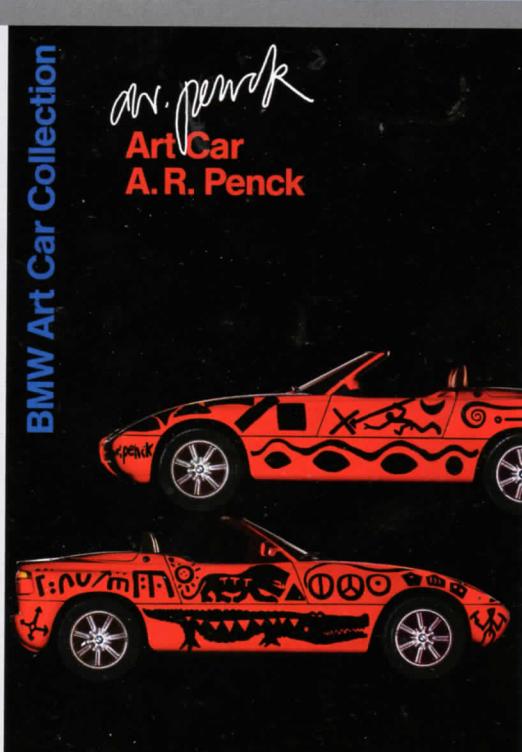
Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Fahrender Ethno-Look.

A. R. Penck gestaltete als erster deutscher Künstler ein BMW Art Car. Er bemalte 1991 einen BMW Z1 als 11. Fahrzeug der BMW Art Car Collection. Dabei nutzte er die für ihn typische, zeichenhafte Formensprache. Der Künstler: „Kunst auf Kunst, Kunst auf Technik – das hat mich interessiert – vor allem Kunst auf einem plastischen Objekt“. Für A. R. Penck war der BMW Z1 an sich bereits eine künstlerische Arbeit, in der sich die Kreativität und Fantasie der Ingenieure und Designer widerspiegeln.

Ethnic look on wheels.

A. R. Penck was the first German artist to design a BMW Art Car. In 1991 he painted a BMW Z1 which became the 11th model in the BMW Art Car Collection. He drew on the abstract formal language that characterised his work. In the artist's words: "Art on art, art on technology – that is what interested me, above all art on a sculptural object." For A. R. Penck, the BMW Z1 was in itself already a work of art that reflected the creativity and imagination of the engineers and designers.



Plakat BMW Art Car Collection
„Art Car A. R. Penck“, 1991.

Poster BMW Art Car Collection
"Art Car A. R. Penck", 1991.



1



2

1 Michael Jagamara Nelson, Art Car
BMW M3 Gruppe A
1:18
1989
No. 80 43 0 150 926

2 A. R. Penck, Art Car
BMW Z1
1:18
1991
No. 80 43 0 150 934

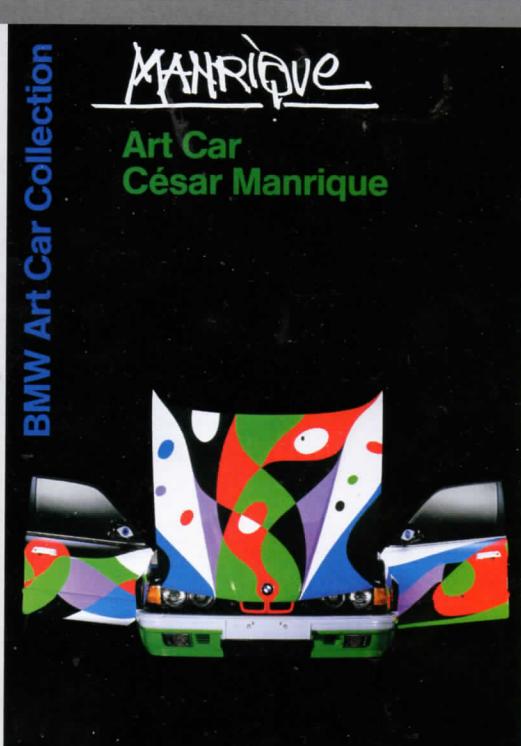
BMW Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Geschmeidige Bewegung in Farbe.

1991 gestaltet der spanische Maler und Designer, Bildhauer und Architekt César Manrique einen BMW 730i. Dabei thematisiert er seine Vorstellungen von Bewegung: „Meine Idee bestand darin, das Auto so zu gestalten, dass es den Eindruck vermittelt, ohne jeden Widerstand durch den Raum zu gleiten.“ Mit großzügig geschwungenen Linien – wie sie auch für seine Architektur typisch sind – und leuchtenden Farben ist ihm dies zweifellos gelungen.

Colour and movement.

In 1991, Spanish painter, designer, sculptor and architect César Manrique designed a BMW 730i. The theme was his visualisation of movement: "My idea was [to paint] the BMW car to appear as if it were gliding through space without encountering any form of resistance." His expansive, sweeping lines – also hallmarks of his architecture – coupled with glowing colours ensured that he achieved this aim.



Plakat BMW Art Car Collection
„Art Car César Manrique“,
1991.

Poster BMW Art Car Collection
"Art Car César Manrique", 1991.



1



2

1 **Matazo Kayama, Art Car**
BMW 535i
1:18
1990
No. 80 43 0 150 938

2 **César Manrique, Art Car**
BMW 730i
1:18
1992
No. 80 43 0 150 932

1990-1995

Start

1:87

1:64

1:43

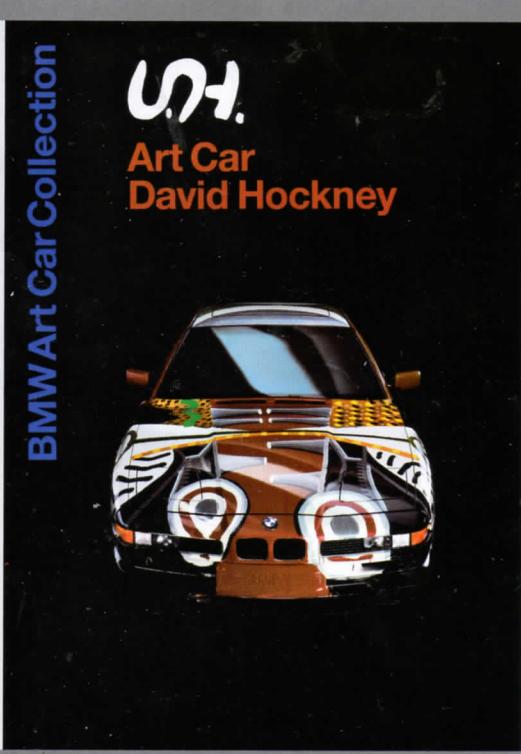
BMW Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Durchschaubare Kunst.

„BMW gab mir ein Modell des Autos, und ich dachte mir, es wäre vielleicht gut, das Auto so zu zeigen, als ob man hineinsehen könnte.“ So kommentierte David Hockney sein Art Car – einen BMW 850CSi – am 20.4.1995. Viele Monate befasste sich Hockney nicht nur mit der Oberfläche des Autos. Er kehrte das Innere nach außen und machte es somit „transparent“: Stilisierte Ansaugstutzen des Motors erscheinen auf der Motorhaube, der Fahrer ist durch die Tür zu sehen – und natürlich auch ein Hund!

See-through art.

“BMW gave me a model of the car ... and I thought, probably it would be good to show the car so you could be looking inside it.” That was how David Hockney summed up his Art Car – a BMW 850CSi – on 20th April 1995. Hockney spent many months occupied not just with the outer surface of the car. He turned it inside out to make it “transparent”: stylised intake manifolds are painted on the bonnet and the driver can be seen through the door – together with a dog, naturally.



Plakat BMW Art Car Collection
„Art Car David Hockney“,
1995.

Poster BMW Art Car Collection
“Art Car David Hockney”, 1995.

1:18

1:12



1



2

1 **Esther Mahlangu, Art Car**
BMW 525i
1:18
1992
No. 80 43 0 150 946

2 **David Hockney, Art Car**
BMW 850CSi
1:18
1995
No. 80 43 0 150 944

199 -1999

Start

1:87

1:64

1:43

Miniaturen Automobile.
BMW Scale Models Cars.

Spiegelbildlich.

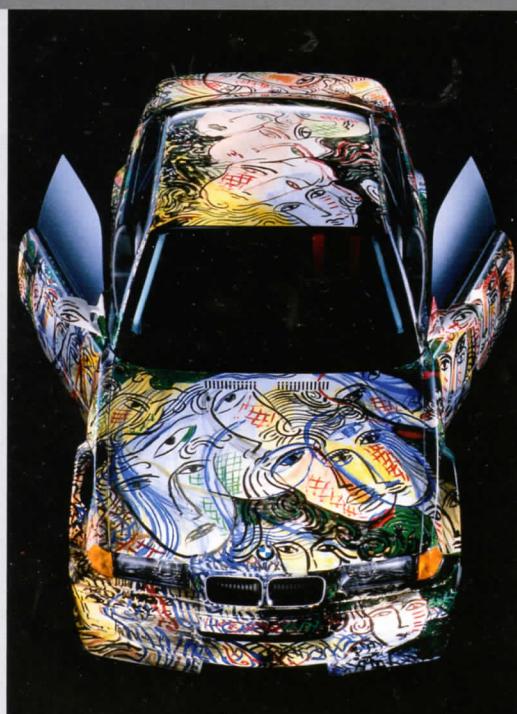
Die Malerei des italienischen Künstlers Sandro Chia auf einem Prototyp eines BMW Renntourenwagens reflektiert die Blicke des Betrachters. „Es begegnet den Menschen, die es betrachten, wie ein Spiegel“ kommentiert Chia sein Werk, nachdem er das BMW Art Car signiert, mit 9.10.1992 datiert und als Kunstwerk für vollendet erklärt hat. „Das Automobil ist ein begehrter Gegenstand in der Gesellschaft, und“, so fügt er hinzu, „viele Augen richten sich darauf. Die Leute blicken es an. Und genau das habe ich gemalt.“

Mirror image.

The paintwork applied by Italian artist Sandro Chia to a BMW prototype race car reflects the faces of its observers. "Like a mirror, it confronts people who look at it," said Chia of his work after signing the BMW Art Car, dating it 9.10.1992 and declaring his creation completed. "The automobile is a coveted social object," said Chia, "All eyes are upon it. People look closely at cars. This car reflects their gaze."

Plakat BMW Art Car M3 GTR
von Sandro Chia, 1992.

Poster BMW Art Car M3 GTR by
Sandro Chia, 1992.





1



2

1 **Sandro Chia, Art Car**
BMW M3 GTR
1:18
1992
No. 80 43 0 150 920

2 **Jenny Holzer, Art Car**
BMW V12 LMR
1:18
1999
No. 80 43 0 150 916



1924-1939

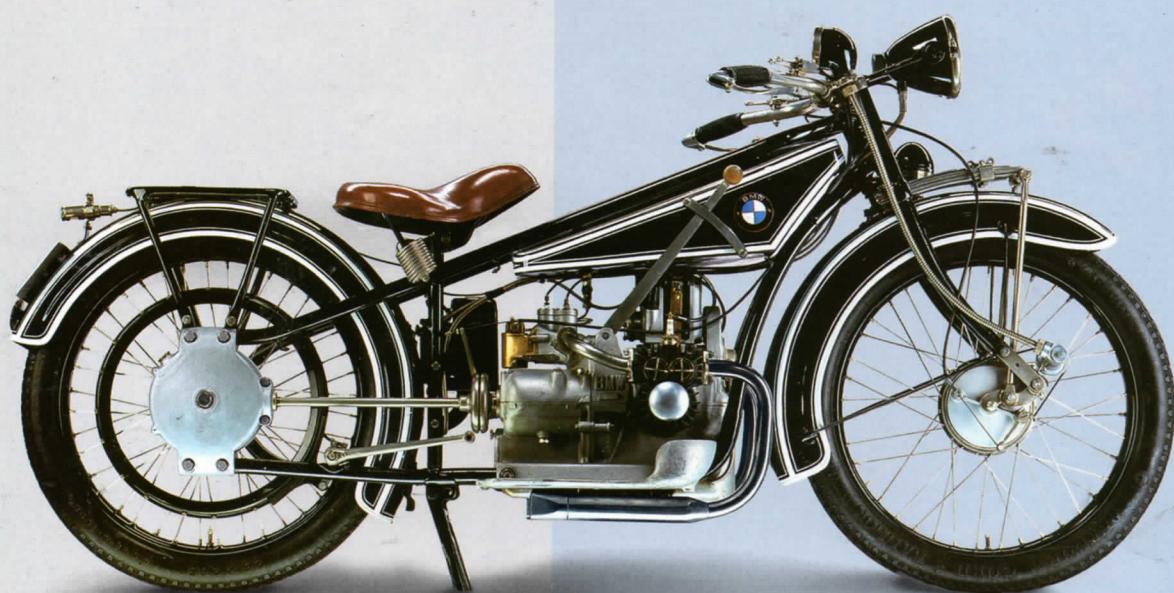
Miniaturen Motorräder.
BMW Scale Models Motorcycles.

Start

1:87

1:64

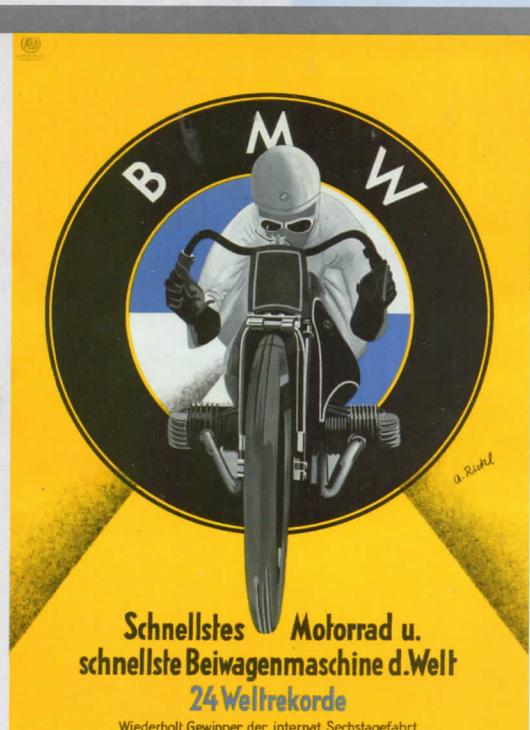
1:43

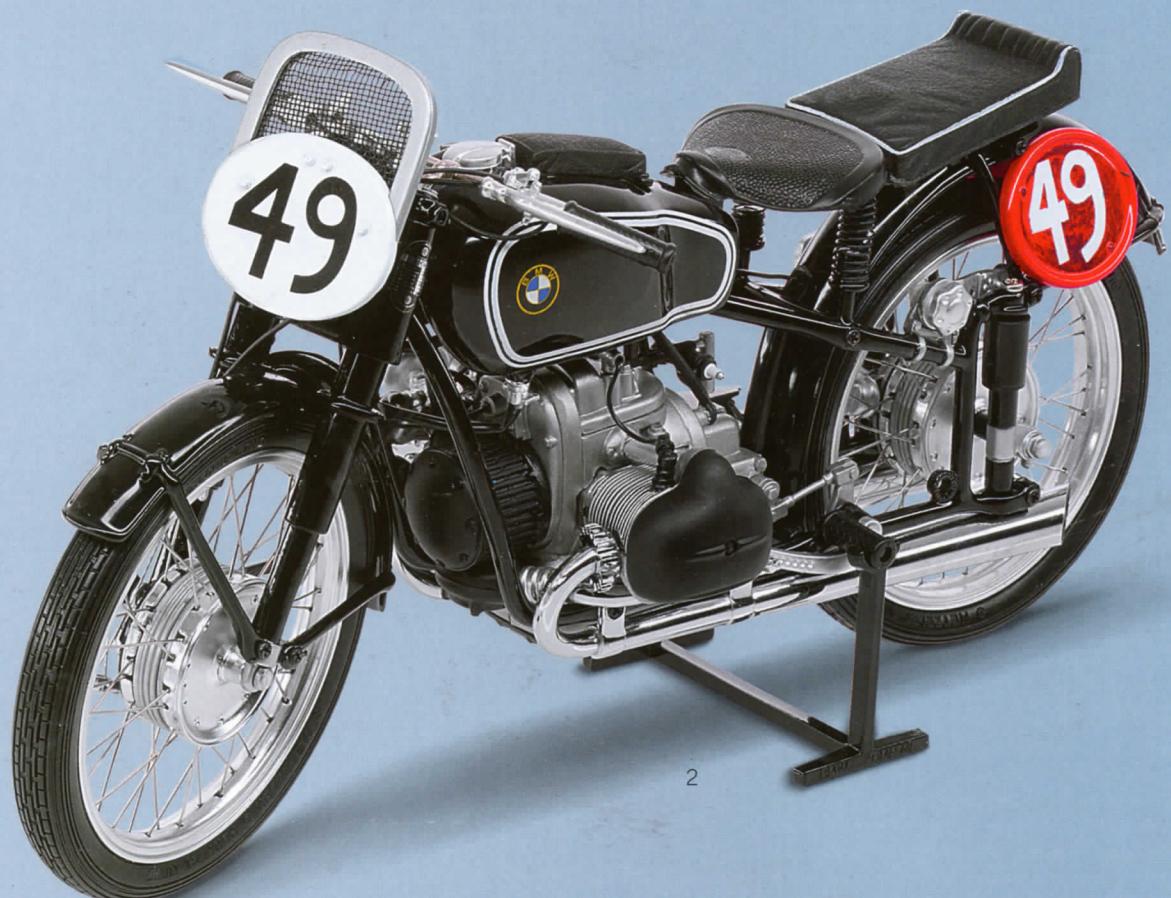


1

Plakat „Schnellstes Motorrad u. schnellste Beiwagenmaschine d. Welt – 24 Weltrekorde – Wiederhol Gewinner der internat. Sechstagefahrt, der Welt grössten Zuverlässigkeitstestsprüfung“, 1934.

Poster “Fastest motorcycle and fastest sidecar in the world, 24 world records, repeated winner of the Internat. Six Day Trial, the world's leading reliability trial”, 1934.





2

1 BMW Motorrad R 32
BMW Motorcycle R 32
1:18
1923–1926
No. 80 43 9 421 543

2 BMW 500-ccm-Kompressor-Rennmotorrad
BMW 500 cc Supercharged Racing Motorcycle
1:10
1939
No. 80 43 0 393 518

19.3.1956

Start

1:87

1:64

1:43

BMW Miniaturen Motorräder.
BMW Scale Models Motorcycles.

Eigenwerbung leicht gemacht.

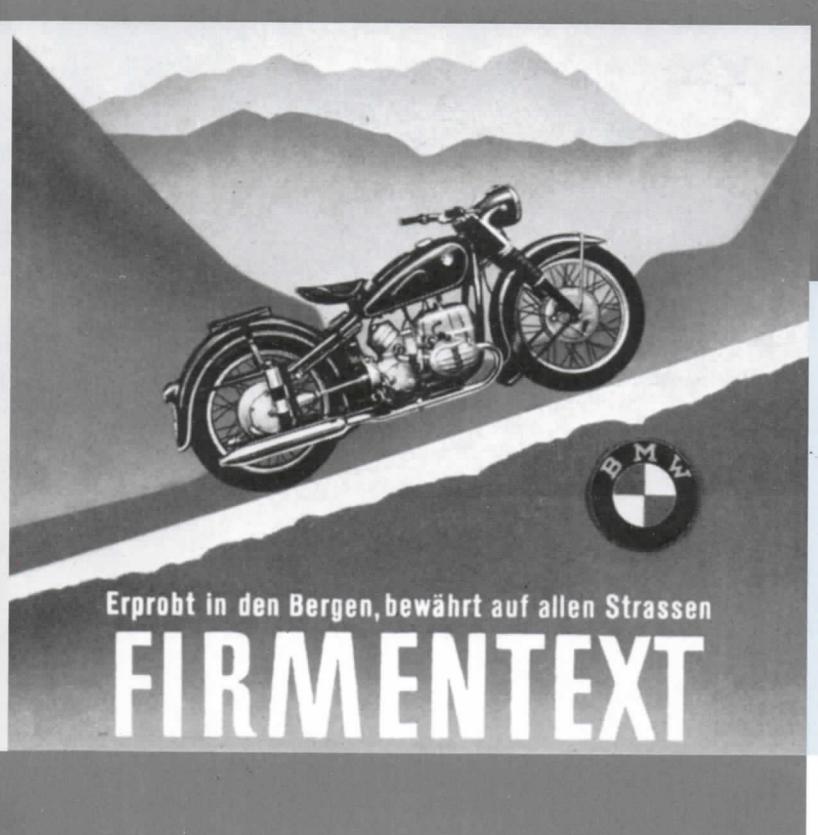
BMW Motorräder überzeugen bereits in den 1950er Jahren durch ihre Sportlichkeit und ihre Durchzugskraft – auch am Berg. Ein ansprechendes Steilhangmotiv stellt BMW 1954 seinen Händlern in Form eines Diapositivs zur Verfügung. Schon damals kann es vom Händler eigens mit der jeweiligen Händleradresse individualisiert werden. Zur Motivwahl stehen sowohl die BMW R 51/3 als auch die BMW R 25/3.

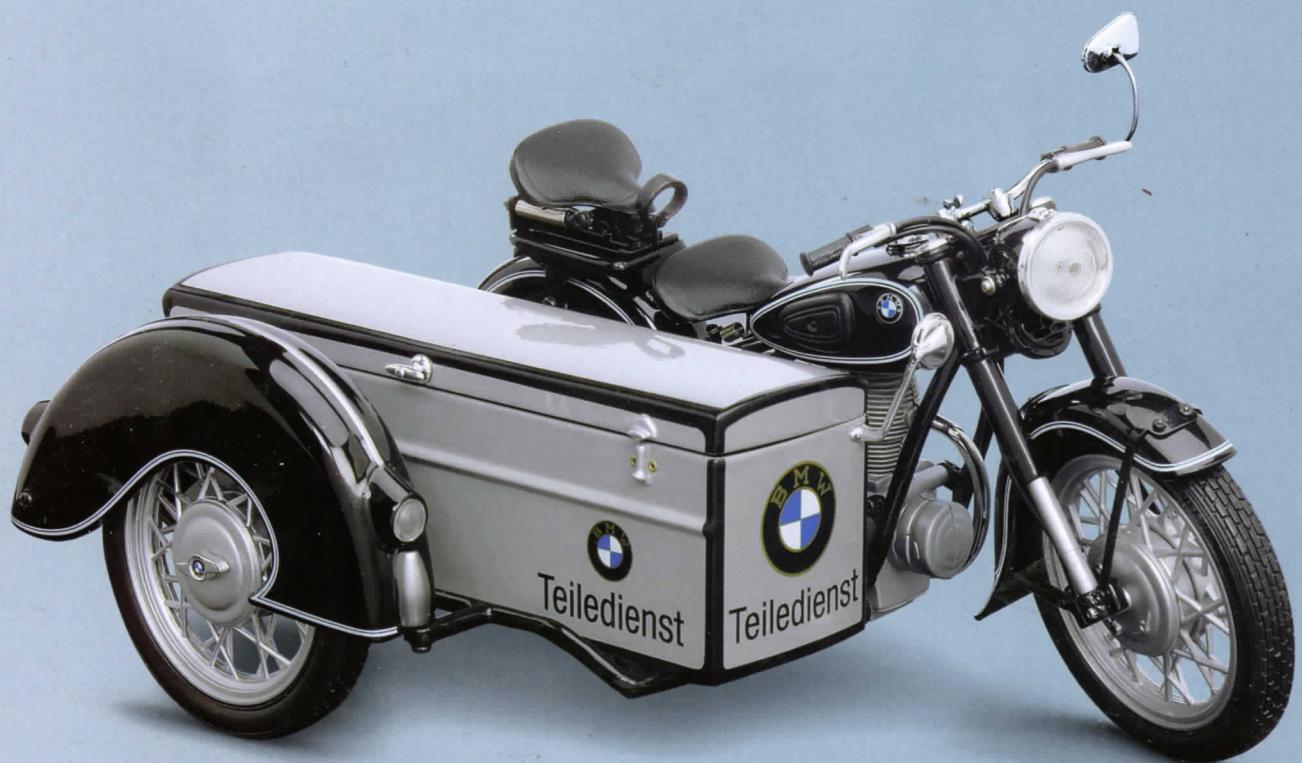
Self-promotion made easy.

Back in the 1950s, BMW motorcycles were already compelling for their sportiness and pulling power – even in the mountains. In 1954, BMW offered its dealers an attractive transparency featuring a steep incline. At the time, dealers were already able to personalise it by adding their own address. They could choose to feature either the BMW R 51/3 or the BMW R 25/3.

Diapositiv „Erprob in den Bergen, bewährt auf allen Strassen“, 1954.

Transparency "Tested in the mountains, proven on all roads", 1954.





1 BMW R 25/3 „Teiledienst“
(verfügbar ab 3. Quartal 2007)
(available from 3rd quarter 2007)
1:10
1953–1956
No. 80 43 0 429 666

1960-1969

Start

1:87

1:64

1:43

W Miniaturen Motorräder.
BMW Scale Models Motorcycles.



1

R 26

Tourer-Sport 320 von 38 PS
Möglichkeiten
Unterstützende
Vergaseranlage, Aufzehrung
Vorder- und Hinterbremsage
und Drehmomentbremsen
Hochgeschwindigkeits
Lufteinlässe
Lederdecke Verkleidungen
121 Kraftheben, mit zusätzlichen
Mechaniken

R 50

Tourer-Sport 320 von 38 PS
Leistungsgleiche
Motorrad mit Vollvergaseranlage
und Drehmomentbremsen
Hochgeschwindigkeits
Lufteinlässe
Koffer und Gepäckraum

Weltweit der erste Motorradhersteller,
der den motorisierten Reisefahrer aus der Partitur
entfernt hat und die Pionier-
Ingenieure des Automobilbaus
überzeugt, dass es möglich ist, ein Motorrad
zu bauen, das nicht nur auf die Kurven
reagiert, sondern auch auf die Straße.

Plakat „BMW Motorräder“,
1958.

Poster "BMW Motorcycles",
1958.

R 60

Tourer-Sport 320 von 38 PS
- mit BMW-Schrägspur-Achsen
- Vollvergaseranlage
- Unterstützende
Bremse von oben
- Untermotor-Vollverkleidung
- Ausziehbares Motor
- Sitzbank
- Seitenwagen
- Vorderrad mit weicher Gummierung
- Chromfahnen für Fahrzeugschein
- Auch in einer Ausführung leichter

R 69

Sport 320 von 38 PS
Zweizylinder-Drehschwingsatt
- Ausziehbares Motor
- Vorderrad mit weicher Gummierung
- Hochgeschwindigkeits
Lufteinlässe
Verkleidungen
mit Koffer und Gepäckraum oder Fahrt
mit Kurven und Spezialfahnen oder Fahrt



2

1 BMW Motorrad R 69 S
BMW Motorcycle R 69 S
1:10
1960–1969
No. 80 43 0 418 579

2 BMW Motorrad R 60/2
BMW Motorcycle R 60/2
1:10
1960–1969
No. 80 43 0 017 548

Abbildung Originalfahrzeug.
Original vehicle shown.

1971-1984

Start

1:87

1:64

1:43

Miniatüre Motorräder.
BMW Scale Models Motorcycles.



1

Plakat „Serienmaschinen-
rennen“, Aufnahmedatum:
1976.

Poster "Production bike races",
photo taken in 1976.





2

1 **BMW Motorrad R 75/6**
BMW Motorcycle R 75/6
1:10
1973–1976
No. 80 43 0 393 517

2 **BMW Motorrad R 100 RT**
BMW Motorcycle R 100 RT
1:10
1978–1984
No. 80 43 0 300 706



98 -1987

Start

1:87

1:64

1:43



Miniaturen Motorräder.
D.I.W Scale Models Motorcycles.



Plakat „BMW R 80 RT –
Die Erlebnismaschine“, 1982.

Poster “BMW R 80 RT –
the experience machine”, 1982.





2

1 BMW Motorrad R 80 G/S
BMW Motorcycle R 80 G/S
1:10
1980–1987
No. 80 43 0 300 708

2 BMW Motorrad R 80 RT
Polizeiausführung
BMW Motorcycle R 80 RT
Police Version
1:10
1982–1984
No. 80 43 0 300 705

Accessoires.
Accessories.

Bild vor Text.

Der neue werbliche Grundsatz heißt ab 1966 „Bild vor Text“: Ein großes Bild dominiert fast drei Viertel der Seite, darunter eine aufmerksamkeitsstarke Bemerkung, die schließlich mit wenig Text erklärt wird. Diese Form ist bis auf wenige Ausnahmen bindend für die BMW Automobilbung, denn der Wiedererkennungswert ist enorm. Schon bei oberflächlichem Durchblättern von Zeitungen und Zeitschriften ist BMW sofort erkennbar.

Picture before words.

The new advertising approach introduced in 1966 espoused the principle of "picture before words": a large image dominated almost three quarters of the page, and underneath it was an attention-grabbing statement which was then briefly explained. This format, with a few exceptions, was also binding for BMW's car advertising as it ensured an extremely high recognition value. Even when casually leafing through newspapers and magazines, BMW was instantly recognisable.



Schallmauer

6 August 1966: Hubert Hahne auf BMW 2000 TI bezwingt die 10-Minuten-Schallmauer für Serientourenwagen auf dem Nürburgring. Neue Zeit: 9 Minuten 58,5 Sekunden. Die gleiche Zeit also, die Juan Manuel Fangio noch vor wenigen Jahren auf einem Formel 1 Rennwagen fahren musste, um den Großen Preis von Deutschland zu gewinnen. Ein Beweis dafür, über welche Fahrleistungen und Sicherheitsreserven ein normaler Serientourenwagen heute verfügt. Zumindest dieser.



Aus Freude am Fahren — BMW — Ein Wagen der Neuen Klasse



1

1 Schlüsselanhänger BMW Logo

Key Fob BMW Emblem

Schlüsselanhänger mit BMW Logoplakette, die detailliert dem Originallogo von 1928 entspricht. Auf braunem Leder und mit einer Verbindung zum Schlüsselring über ein Metallgelenkstück.

Key fob with BMW logo badge, replicating in detail the original logo of 1928. On brown leather and attached to the key ring by a metal link.

No. 80 23 0 422 754



2



3

2 Schlüsselanhänger BMW 507

Key Ring BMW 507

Schlüsselanhänger: Zentralverschluss des BMW 507 aus 100 % Zinkdruckguss, Spaltring 100 % gehärteter Stahl vernickelt. BMW Logo 100 % Messing mit Farbauslegung und Epoxydharz (kratzfest). Limitierte Auflage von 1.955 Stück.

Key ring: central locking for the BMW 507 made of 100% die-cast zinc, split ring 100% hardened steel, nickel-plated. BMW logo 100% brass with coloured design and epoxy resin (scratch resistant). Limited edition of 1,955.

No. 80 23 0 396 695

3 Schlüsselanhänger Zündnagelhalter

Key Ring Ignition Nail Holder

Die Zündschlösser älterer Motorräder werden oft noch mit einem Zündnagel bedient. Dieser Zündnagelhalter, der auch als Schlüsselanhänger dienen kann, bietet dem Zündnagel einen festen Platz. Achtung: der abgebildete Zündnagel gehört nicht zum Lieferumfang.

The ignition lock on older motorcycles often had to be operated by an ignition "nail". This ignition nail holder, which also serves as a key ring, provides a secure place for the ignition nail. Please note: the ignition pin shown is not supplied.

No. 80 23 0 420 677

Accessoires.

BMW Accessories.

www.docu-track.com

Serienreife Sportlichkeit.

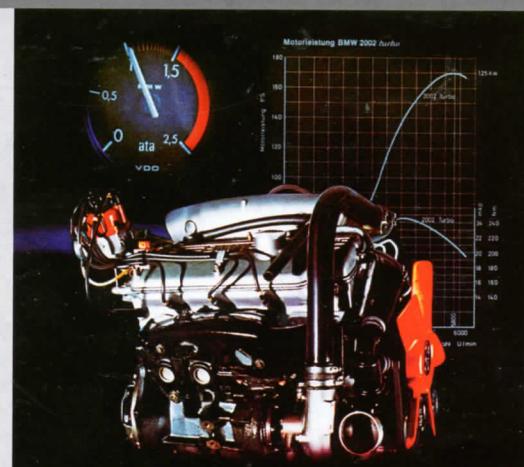
Immer wieder fokussiert BMW in der Kommunikation den Techniktransfer vom Motorsport zur Serie. Bestes Beispiel ist der legendäre BMW 2002 turbo. Der über 210 km/h schnelle Wagen wurde von 1973 bis 1975 gebaut, ausschließlich lackiert in Weiß oder Silbermetalllic.

Road-ready sportiness.

Time and again in its marketing, BMW focused on the technology transfer from motorsport to production models. The best example of this is the legendary BMW 2002 turbo. Reaching a top speed of over 210 km/h, it was in production from 1973 to 1975 and came exclusively in a white or silver metallic finish.

Anzeigenmotiv „Weil es Sinn hat, hat es auch Methode.“, 1974.

Advertisement "Because it makes sense, there's method behind it too.", 1974.



WEIL ES SINN HAT, HAT ES AUCH METHODE.

Der BMW 2002 turbo ist ein neuer Beweis für das BMW Konzept, aus automobiltechnischer Spezialitäten möglichst etwas Alltägliches zu machen. Der physikalische Gegebenheit, daß sich mit steigender Drehzahl die Motorleistung um eine optimale Füllung der Zylinder nicht mehr erreichen läßt, hat BMW 2002 turbo durch einen verstärkten Vordruck der Luft ausgeglichen. Diese Aufzuladung dient nicht nur dem Zweck, die vom heißen Abgas des Motors angestrebten wird.

Das Ergebnis ist eine tatsächlich Leistungssteigerung des Getriebes, ein imponierendes Leistungsgefühl und eine maximale und dann eine erstaunliche Beweglichkeit, die sonst nur bei extrem aufwendigen Turboladern zu konzeptionieren zu erwarten ist. Das Besondere dieses turbo-Triebwerks: Die mit Stauverlusten verbundene absolut vergleichbare Alltagstauglichkeit und Zuverlässigkeit.

Der BMW 2002 turbo ist ein Automobil, das durch seine Leistung eine Alternative zu den leistungsmäßigsten Modellen dieser Triebwerks-Branche darstellt. Es ihnen macht, eine Alternative zu bleiben. Die Freunde - exklusiver Automobile werden Sinn und Methode zu schätzen wissen.

**BMW
2002
turbo**

BMW - Freude am Fahren



1 Cap BMW M3

20 Jahre BMW M3, 1986–2006

20 years of the BMW M3, 1986–2006

Klassisches schwarzes Cap mit seitlichem M3 Logo in Metall (Buchstabe M und drei farbige Streifen in M Farben) anlässlich des Jubiläums „20 Jahre BMW M3“. Material: reine Baumwolle.

Classic black cap with M3 logo in metal on the side (letter M and three coloured strips in M colours) to celebrate the anniversary of "20 years of the BMW M3". Material: pure cotton.

No. 80 16 0 413 103



3

**2 Schlüsselanhänger BMW M3
20 Jahre BMW M3, 1986–2006**

Key Ring BMW M3

20 years of the BMW M3, 1986–2006

Attraktiver BMW M3 Schlüsselanhänger zum Jubiläum „20 Jahre BMW M3“. Rechteckplatte, auf einer Seite spitz zulaufend, Spitze gerillt. Dreifarbig Rillen im BMW M GmbH Design, mit Steckkastenverschluss sowie Lasergravur auf der Rückseite „1986–2006, 20 Jahre BMW M3“.

Attractive BMW M3 key ring to celebrate the anniversary "20 years of BMW M3". Rectangular metal plate, tapered on one side, grooved at the tip. Three coloured grooves in the BMW M GmbH design, with slide lock and laser-engraved on the back "1986–2006, 20 Jahre BMW M3" ("20 years of the BMW M3").

No. 80 23 0 413 100

3 BMW Steiff-Teddy „Monteur“

BMW Steiff Teddy Bear "Mechanic"

Replika des Steiff-Teddys „Petsy“ aus dem Jahr 1928 mit oben offener Werkzeugbox aus Metall zum Aufbewahren kleiner Gegenstände. Handgefertigt und hochwertig verarbeitet. Maße: ca. 32 x 22 x 11 cm.

Replica of the Steiff "Petsy" teddy bear of 1928 with open-top metal tool box for storing small objects. Hand-made with high-quality finish. Dimensions: approx. 32 x 22 x 11 cm.

No. 80 56 0 309 524



Motorrad Accessoires. Motorcycle Accessories.

Technik als Thema.

Dass unter jeder BMW Motorhaube ausgeklügelte Ingenieurskunst steckt, thematisiert die BMW Werbeabteilung 1970. Die Anzeige stellt die Weiterentwicklung der BMW Qualität über unterschiedliche Produkte hinweg in den Mittelpunkt.

Technology is the theme.

In 1970, BMW's advertising department took as a theme the fact that under every BMW bonnet nestled a package of sophisticated engineering. The ad highlighted the ongoing evolution of BMW quality across a wide product range.



Anzeigenmotiv „Die Erben
der ersten Strahltriebwerke“,
1970.

Advertisement "The successors
of the first jet engines", 1970.

Die Erben der ersten Strahltriebwerke

Die Idealvorstellung jedes Konstrukteurs ist ein Motor mit absolut runderem Lauf. Vor 27 Jahren gelang es uns zum ersten Mal, diese Vorstellung zu verwirklichen. Das war das Flugzeugtriebwerk des ersten Düsenflugzeug der Welt. Das hat uns nicht davon abgehalten, im Automobilbau etwas Vergleichbares anzustreben. Es ist kein Zufall, dass der Hubkolbenmotor seinem Prinzip nach dem absoluten Rundlauf entgegensteht. Unsere Konstrukteure begegneten diesem Widerspruch

mit ausgeklügelten Bremszämmen, die für eine gleichmäßige, weiche Verbrennung sorgen. Sowie durch einen sorgfältigen Massenausgleich im Motorblock. Durch diesen "Krausser Trieb" beschrengt die Fahrtreppen, einer vollkommen vibrationsfreien, turbinenartigen Rundlauf". So haben wir mit unserer Erfahrung und Know-how die Zukunft vorhergesehen und sie verwirklicht. Zum Nutzen unserer Fahrer. Denkt sie kommt, wenn ihr sie in Anspruch nehmen. Bei Ihrem BMW beginnt der Fahrkomfort bereits unter der Motorhaube.

Aus Freude am Fahren — BMW

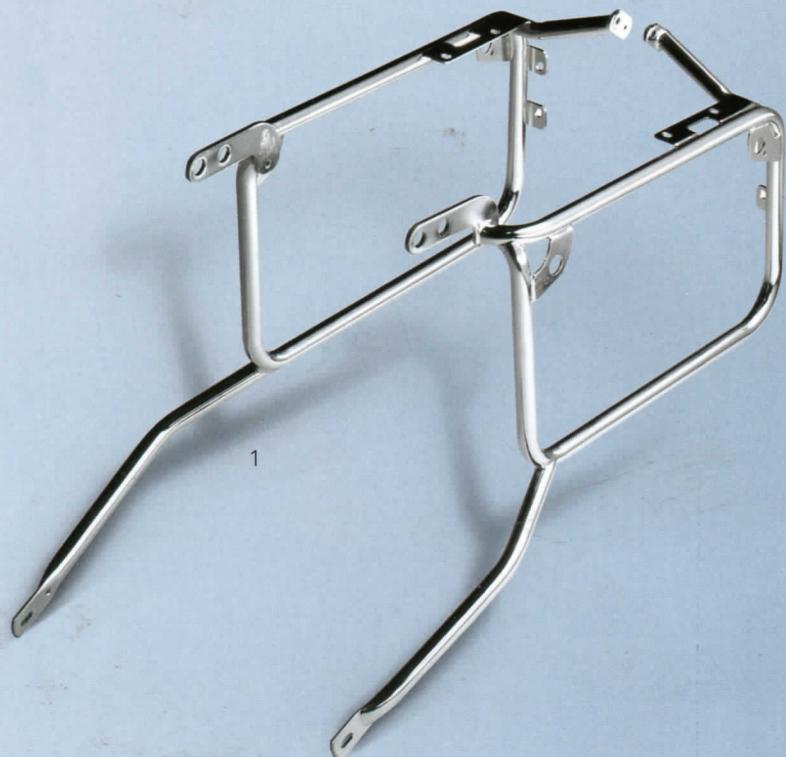
1 BMW Kofferhalter Universal für Fahrzeuge der Serie 5/6/7 bis 1984

BMW Case Holder Universal for models of the 5/6/7 Series to 1984

Kofferhalter mit Befestigungslasche für die Gepäckbrücke. Laschen für die Aufnahme von Motorradkoffer im Krausser Design mit „altem Schlosssystem“. BMW Motorradkoffer Nachfolgemodelle können auch verbaut werden.

Case holder with mounting lug for top rear luggage carrier. Lugs to accommodate motorcycle top cases in Krausser design with "old lock system". BMW Top Case successor models can also be installed.

Links/Left No. 46 54 1 241 575
Rechts/Right No. 46 54 1 241 576





2 BMW Motorradkoffer
BMW Motorcycle Case

Links/Left
Rechts/Right

No. 46 54 2 300 057
No. 46 54 2 300 058

3 BMW Logo
Sonderzubehör, separat zu bestellen:
die Original BMW Plakette (Ø 70 mm).

Special accessory, should be ordered separately:
the original BMW badge (Ø 70 mm).

No. 46 63 7 686 746

4 BMW Innentasche für Tourenkoffer Motorrad

BMW Inner Bag for Motorcycle Touring Case

Innentaschen passend zum Motorradkoffer „Krausser Design“. Schmutz- und wasserabweisendes gewebtes Nylon, Vortasche mit BMW Logo, Schriftzug und Funktionsfächern. Innenbereich mit Gepäckspannband, zusätzliche Außentasche im Innenbereich des Koffers. Vollinnenfutter der Tasche aus Nylon.

Inner bag suitable for top case in "Krausser Design". Dirt and water repellent woven nylon, front pocket with BMW logo, badge and useful compartments. Inner area with baggage fastening strap, additional outer pocket in inner area of the case. The inside of the bag has a nylon lining.

Links/Left
Rechts/Right

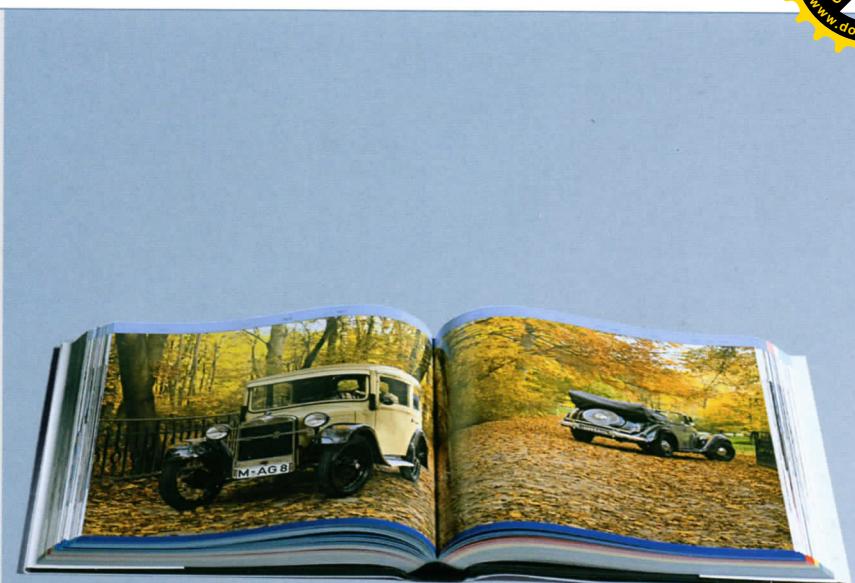
No. 72 60 5 590 043
No. 72 60 5 590 042

Ein Slogan für alle.

Die neue Phase der Modellpolitik mündet in den Bau einer Mittelwagenbaureihe. Diese „Neue Klasse“ prägt sich dank umfangreicher Werbemaßnahmen erfolgreich bei den Kunden ein. Im Jahr 1965 vereint erstmals der Slogan „Aus Freude am Fahren“ alle BMW Automobile. Die Motorräder folgen dem Motto schließlich ab 1973. Alle BMW Produkte werden nun unter „Aus Freude am Fahren“ beworben.

A slogan for all.

The new model policy phase led to the building of a medium-range car series. Thanks to comprehensive publicity measures, the "New Class" made a successful impact on customers. In 1965, for the first time, the slogan "Aus Freude am Fahren" ("For Sheer Driving Pleasure") united all BMW automobiles. Motorcycles adopted the motto in 1973, and from then on all BMW products were marketed with this slogan.



Aus Freude am Fahren: BMW 1600!

Hohe Sicherheitsreserven in Triebwerk, Fahrwerk und Bremsen. Dazu Komfort einer Reiselimousine. – Wann kommen Sie zur Probefahrt.





Neuerscheinung.
New publication.

1 **Dimensionen 5: Das Unternehmen BMW seit 1916**

Dimensions 5: BMW since 1916

Deutsch/German

Englisch/English

No. 01 09 0 398 983

No. 01 09 0 398 988

Anzeigen mit Drive.

Die Verbindung von sportlicher Höchstleistung und Alltagstauglichkeit steht 1973 im werblichen Mittelpunkt. Das Konzept spiegelt sich auch in der Gestaltung der Anzeigen wider. Dynamisch fotografierte Fahrzeuge sowie weißer Text auf schwarzem Grund setzen die sportliche Botschaft aufmerksamkeitsstark in Szene.

Ads with drive.

The combination of high sporting performance and everyday utility was the advertising focus in 1973, a concept also reflected in the design of the advertisements. Dynamic shots of the models along with white copy on a black background put the sporting message across in eye-catching fashion.



Evolution

Für viele ist der BMW 2002 turbo eine Revolution. Für BMW jedoch nur das gerechte Ergebnis einer langfristigen, planmäßigen und zielgerichteten Entwicklung. Auf der Basis der erfolgreichen BMW 1900 Baujahr 1970 wurde BMW mit dem BMW 2002 mit Turboladermotor die Europameisterschaft der Tourenwagen 1972. In diesem Triebwerk in einem der komfortablen und leistungsfähigen Automobilausführungen, dem BMW turbo, vorgestellt. Aus den Erkenntnissen

des Rennsports und der Erfahrung nach der Technik der Zukunft hat der BMW 2002 turbo entstanden: Ein Fahrzeug mit der vollen technischen Sicherheit und dem überlegenen Fahrvermögen für den motorsportlichen Wettbewerb. Überzeugend bestätigt durch die Zuverlässigkeit für den problemlosen Alltagsverkehr. Ein Automobil für Fahrer mit dem Bedürfnis nach an geistiger und körperlicher Fitness sowie der Bereitschaft und der Fähigkeit zur Konkurrenz. Dass dieses Automobil auf überlasteten Straßen und unzu-

länglichen Verkehrswegen mit Verstand eingesetzt werden muss, ist selbstverständlich.

BMW 2002 turbo

BMW - Freude am Fahren



Anzeigenmotiv „Evolution“, im Jahr 1973.

Advertisement "Evolution", 1973.

1 BMW Dimensionen 4:
„Von der Idee zum Erfolg. Die Entwicklungsgeschichte der BMW Automobile 1918–1932“

BMW Dimensions 4:

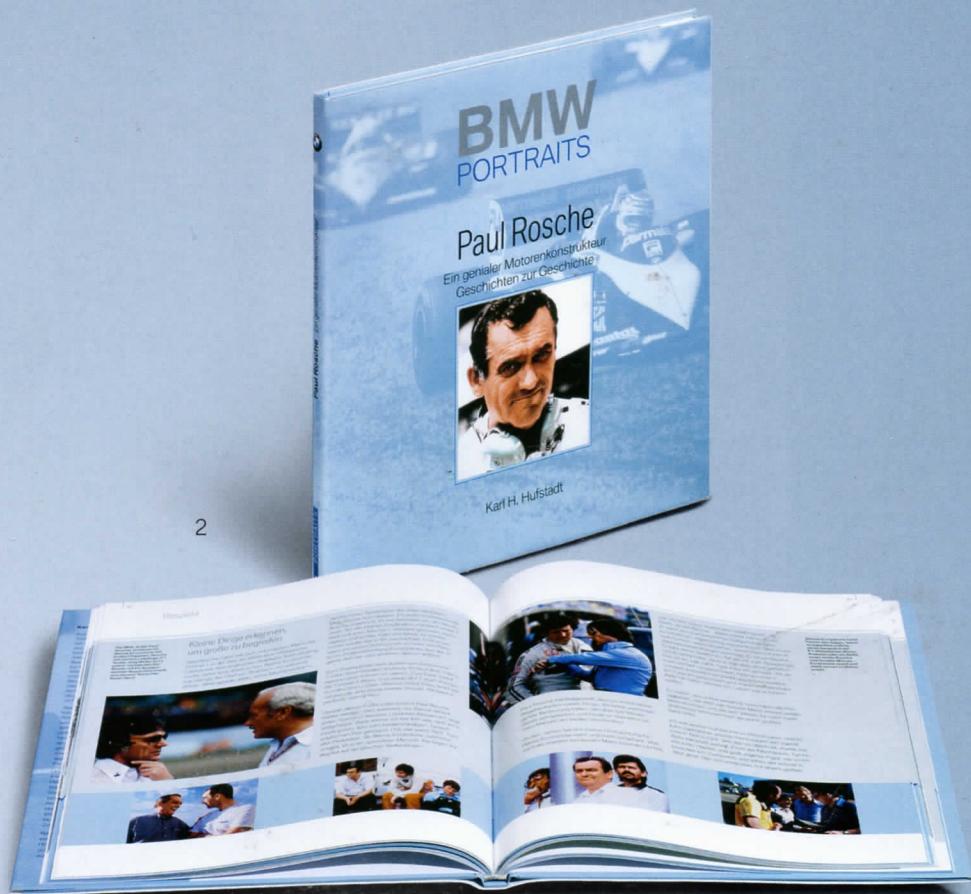
“From Vision to Success. The Development History of BMW Automobiles 1918–1932”

Deutsch/German

Englisch/English

No. 01 09 0 032 336

No. 01 09 0 032 337



2

2 BMW Portraits 1:
„Paul Rosche“
Deutsch/German
Englisch/English

No. 01 09 0 031 744
No. 01 09 0 031 747

Eine Frage des Charakters.

In den 1970er Jahren kommt es zu einer Akzentuierung der seit 1965 umgesetzten Marken- und Produktkommunikation: Die Werbung konzentriert sich nicht mehr nur auf die Produktsubstanz, sondern zunehmend auf die Sicht des Fahrers. Die Fahrzeuge werden zu einem Teil der Fahrerpersönlichkeit stilisiert. BMW Fahren ist nun in erster Linie eine Frage des Charakters: Dein BMW zeigt nicht, was du bist, sondern, wer du bist.

A question of character.

The 1970s saw an accentuation of the brand and product marketing implemented since 1965: advertising no longer concentrated just on the product substance but increasingly on the driver's point of view. The vehicles were stylised as part of the driver's personality. Driving a BMW was now primarily a matter of character: your BMW did not show what you were but who you were.

Anzeigenmotiv „Identity card“, 1973.

Advertisement "Identity card", 1973.



Identity card

Der BMW 2002 ist ein außerordentlich kompaktes, handliches, wendiges und wirtschaftliches Automobil mit zeitgemäßen europäischen Konturen.

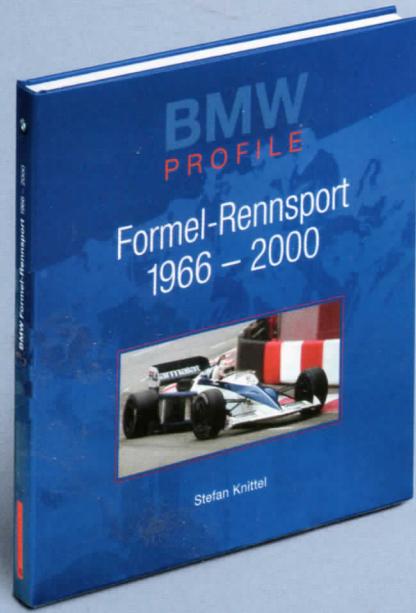
Er wäre aber kein reinrassiger BMW ohne die BMW typische Vitalität und Beweglichkeit und das abgestimmte Verhältnis von Leistung, Größe und Innenraum.

Der BMW 2002 ist ein Automobil, das sich durch dieses eigenständige Konzept vom Durchschnitt abhebt. Und wahrscheinlich auch deshalb so erfolgreich ist, weil auf seinen Fahrer das gleiche zutrifft.

BMW 1602, BMW 1802, BMW 2002, BMW 2002 ti
Autos, die alle Fahrer mit gespannter Reaktion aus dem Eigenschaften wendiger, wirtschaftlicher Stützwege verbinden.



BMW – Freude am Fahren



1 BMW Profile 1: „Motorräder aus München 1923–1969“
BMW Profiles 1: "Motorcycles from Munich 1923–1969"
In Deutsch vergriffen. German edition out of print.
Englisch/English

No. 01 09 0 035 256

2 BMW Profile 4: „Motorräder aus Berlin 1969–1998“
BMW Profiles 4: "Motorcycles from Berlin 1969–1998"
Deutsch/German
Englisch/English

No. 01 09 0 035 280

No. 01 09 0 035 281

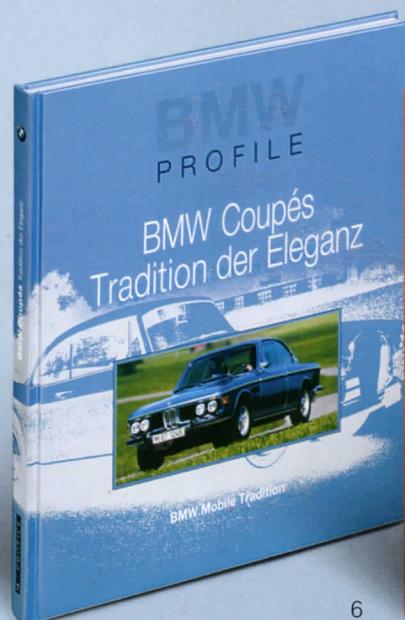
3 BMW Profile 6: „Formel-Rennsport 1966–2000“
BMW Profiles 6: "Formula Racing 1966–2000"
Deutsch/German
Englisch/English

No. 01 09 0 024 252

No. 01 09 0 024 267



4



5



6

4 **BMW Profile 3: „BMW 02er Reihe – Das Kultauto“**
Nur in deutscher Sprache erhältlich.
Only available in German.
No. 01 09 0 035 275

6 **BMW Profile 9: „Der legendäre BMW 507“**
(erhältlich ab Frühjahr 2007)
BMW Profiles 9: "The Legendary BMW 507"
(available from spring 2007)
Deutsch/German
Englisch/English

No. 01 09 0 398 982
No. 01 09 0 398 986

5 **BMW Profile 7: „BMW Coupés –**
Tradition der Eleganz“
BMW Profiles 7: "BMW Coupés –
A Tradition of Elegance"
Deutsch/German
Englisch/English

No. 01 09 0 032 020
No. 01 09 0 032 021



sicher/CDs/DVDs/Drucke.
Books/CDs/DVDs/Prints.

Eine gute Figur.

Die 1980er Jahre stehen in Deutschland gesellschaftlich stark unter dem Einfluss der ersten Fitness- und Diätwelle, die aus Amerika nach Deutschland herüberschwampt. Die BMW Werbeabteilung greift das Thema mit einem Augenzwinkern auf und positioniert den 325i als kompaktes, dynamisches und handliches Kraftpaket mit Idealgewicht.

Keeping in shape.

In the 1980s, German society was in the throes of its first fitness and diet wave that had spilled over from America. The BMW advertising department presented a tongue-in-cheek take on the matter when it positioned the 325i as a compact, dynamic, easy-to-handle power-pack boasting the ideal weight.



1

2



6

7



Anzeige „Kein Gramm Fett.“,
1986.

Advertisement "Not an ounce
of fat.", 1986.

Kein Gramm Fett.

Übergewicht macht träge. Ein Gefühl, das dem 325i schlichtweg fehlt. Er ist schon rein äußerlich bestechend attraktiv. Die Karosserie mit klaren Konturen. Kompakt, dynamisch und handlich. 3 Merkmale, die einem sofort in den Sinn kommen, wenn man auf den 325i zugreift.

Man steigt ein, fährt los und hat alles direkt im Griff.

Darum ist der 325i nicht zuletzt jede Lenkbewegung unverfälscht und präzise weiter. An die Zahnstangenlenkung mit speziellen Dämpfern und an das variabel übersetzte Lengetriebe. Schon auf den ersten

Kilometern begeistert die Leichtigkeit und Wendigkeit, mit der das Fahrzeug reagiert.

Die schnellen Schwerpunktmomente mit den Bremsenreifen und dem serienmäßigen ABS bietet in jeder Situation verlässliche Sicherheit.

Jede auch noch so kleine Kleinkigkeit war uns wichtig genug, um das Handling des 325i perfekt zu machen. So reduziert der fast vollständig verdeckte Motor die Auftriebskräfte an der Hinterachse um rund 40%. Gerade bei höheren Geschwindigkeiten wird man den ausgewogenen und stabilen Charakter des 325i schätzen lernen.

Das weich und exakt zu schaltende 5-Gang-Gehäuse unterstützt die turbinenartige Leistungsentfaltung in jeder Fahrstufe. Mühelos wird hier Kraft in Fahrspaß umgewandelt.

Den 171 PS starken BMW Reihen-6-Zylinder haben andere schon respektiert und einige sogar genommen.

Dieser ist zum Beispiel auch ein Hinweis in eigner Sache. Der schnellste Weg zum Idealgewicht ist eine Probefahrt.

Musik: BMW 325i
Kauf, Finanzierung oder Leasing – Ihr BMW Händler ist der richtige Partner.



1 Reparaturanleitung BMW 1502–2002 turbo (02er Reihe)

Repair Manual BMW 1502–2002 turbo
(02 Series)
No. 01 56 0 004 532

2 Reparaturanleitung BMW 2.5 CS–3.0 CSL

Repair Manual BMW 2.5 CS–3.0 CSL
No. 01 56 0 004 534

3 Reparaturanleitung BMW 2500–3.3 Li

Repair Manual BMW 2500–3.3 Li
No. 01 56 0 004 535



3

4

5



8

9

10

4 Reparaturanleitung BMW 315–323i,
Baujahr 1975–1983
Repair Manual BMW 315–323i, model 1975–1983
No. 01 56 0 030 282

5 Reparaturanleitung BMW 628CSi–M635CSi,
Baujahr 1976–1989
Repair Manual BMW 628CSi–M635CSi,
model 1976–1989
No. 01 56 0 030 285

6 Reparaturanleitung BMW 1500–2000 CS,
Baujahr 1962–1972
Repair Manual BMW 1500–2000 CS, model 1962–1972
No. 01 56 0 031 473

7 Reparaturanleitung BMW 728–745i, Baujahr 1977–1987
Repair Manual BMW 728–745i, model 1977–1987
No. 01 56 0 030 284

8 Reparaturanleitung BMW Z1, Baujahr 1988–1991
Repair Manual BMW Z1, model 1988–1991
No. 01 56 0 030 287

9 Reparaturanleitung BMW Isetta
Repair Manual BMW Isetta
No. 01 56 0 034 771

10 BMW Teilekatalog für historische Motorräder 2003
BMW Parts Catalogue for Historic Motorcycles 2003
No. 72 00 0 154 486

Bücher/CDs/DVDs/Drucke.
Books/CDs/DVDs/Prints.

Premiere der Freude am Fahren.

In der Plakatwerbung dominiert in den 1930er Jahren thematisch die Sportlichkeit, während in der Händlerwerbung vor allem technische Argumente sowie der Freizeitwert von BMW Produkten im Vordergrund stehen. Nicht rationale Überlegungen, sondern vor allem das Fahrerlebnis soll eine emotionale Bindung zum Produkt aufbauen. Die Anzeigenmatrix „Ein wundervolles Erlebnis ...“, die bereits mit dem Händlernamen individualisiert werden kann, enthält erstmals die Aussage „Freude am Fahren.“

Sheer Driving Pleasure marks its debut.

In posters of the 1930s the predominant theme was sportiness, while showroom advertising focused primarily on technical arguments along with the recreational value of BMW products. Rather than rational considerations, it was above all the driving experience that should create an emotional bond with the product. The ad matrix "A wonderful experience...", which already offered the option of personalisation with the dealer's name, for the first time featured the slogan "Freude am Fahren" ("Sheer Driving Pleasure").



1

2



Anzeigenmatrix „Ein wundervolles Erlebnis ...“, 1936.

Advertisement matrix "A wonderful experience ...", 1936.



Eine Zeitreise durch sieben Jahrzehnte. A journey through seven decades.

Der Scheunenfund. 75 Jahre BMW Automobile.

The Barn Discovery. 75 years of BMW automobiles.

BMW Mobile Tradition

Zum 100. Geburtstag von Ernst Jakob Henne. Ernst Jakob Henne turns 100.

Das weiße Phantom
The White Phantom

BMW Mobile Tradition

3

4

**1 Reparaturanleitung BMW 518-528,
Baujahr 1972-1981**

Repair Manual BMW 518-528,
model 1972-1981
No. 01 56 0 030 286

**2 Reparaturanleitung BMW 518-535i,
Baujahr 1981-1987**

Repair Manual BMW 518-535i,
model 1981-1987
Deutsch/German: No. 01 90 0 032 622
English/English: No. 01 91 0 032 777
Spanish/Spanish: No. 01 93 0 032 778

**3 „Der Scheunenfund“
“The Barn Discovery”**

DVD
Deutsch/Englisch No. 80 32 0 033 015
German/English

**4 „Das weiße Phantom“
“The White Phantom”**

DVD
Deutsch/Englisch No. 80 32 0 033 016
German/English



Click to buy NOW!
BMW Books/CDs/DVDs/Drucks.

MW Books/CDs/DVDs/Prints.



Überlegt überlegen.

Auch in den 1980er Jahren ist das Automobil in der deutschen Gesellschaft eines der wichtigsten Statussymbole. Es ist Ausdruck eines Lebensgefühls und der individuellen Wertschätzung gegenüber sich selbst. Allen, die sich zwischen Understatement und Unbescheidenheit nicht entscheiden können, spricht die BMW Werbeabteilung 1984 mit der Positionierung des neuen BMW Coupé aus dem Herzen.

Decidedly superior.

Also in the 1980s, the car was one of the most important status symbols in German society. It was the expression of a lifestyle and of personal self-esteem. With its positioning of the new BMW Coupé in 1984, the BMW advertising department spoke from the hearts of all those who could not decide between understatement and extravagance.

Werbemotiv „Das BMW Coupé. Die größte Harmonie zwischen überlegener Zurückhaltung und überlegter Unbescheidenheit.“, 1984.

Advertisement "The BMW Coupé. The greatest harmony between superior restraint and considered extravagance.", 1984.

Das BMW Coupé.

Die größte Harmonie zwischen überlegener Zurückhaltung und überlegter Unbescheidenheit.

Unter den Coupés höchster Klasse das

zweite zu repräsentativer und sicher alle – die Frage

ist nur, für wen

ist nur, für wen die besten Alternativen

auch einmal unter diesen Aspekten

zu schaffen sind. Und wer schon

auf den ersten Blick durch das, was es

nicht hat, aufstößt Demonstration von

Luxus und Sicherheit, so kann es nicht

zu Unrecht als nicht mehr zeitgemäß

angesehen werden.

Bei aller waghalsigen Ausstrahlung besitzt

das BMW Coupé eine unverstellte Eleganz

und einen unvergleichlichenindruck eines

bewusst persönlichen Stils.

Fortschrittliche Technik sichert der

Fahrer einen hohen Standard an Beweglichkeit,

Komfort und Sicherheit.

Und nur an einem begrenzende

Pfeilzeichen zu entheben.

Mit der Wahl eines BMW Coupés können

die eigene Individualität, die eigene

exklusiven Coupés beeindruckend intensiv zu

geniessen.

Und erlauben sich zugleich die Souverän-

ität, individuelle Ansprüche sehr direkt zu

verstärken.

Die BMW Coupés.

Keuf, Finanzierung, Leasing – Ihr BMW

Händler ist immer der richtige Partner.



90 Jahre Marke BMW. Eine Erfolgsgeschichte. Design, das begeistert.



03

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

2008

1

1 BMW Klassikkalender 2008

BMW Classic Calendar 2008

Erleben Sie die zeitlose Faszination von 90 Jahren Marke BMW mit diesem großformatigen Kalender. Einzigartige Aufnahmen von außergewöhnlicher ästhetischer Kraft begleiten Sie durch das Jahr 2008 und lassen Sie jeden Monat aufs Neue die ungeheure Strahlkraft dieser besonderen Marke spüren.

Experience the timeless fascination of 90 years of the BMW brand with this large-format calendar. Unique images of exceptional aesthetic power will accompany you through the year 2008, allowing you to experience the extraordinary charisma of this special brand each month anew.

Nur erhältlich über: www.bmw-shop.de

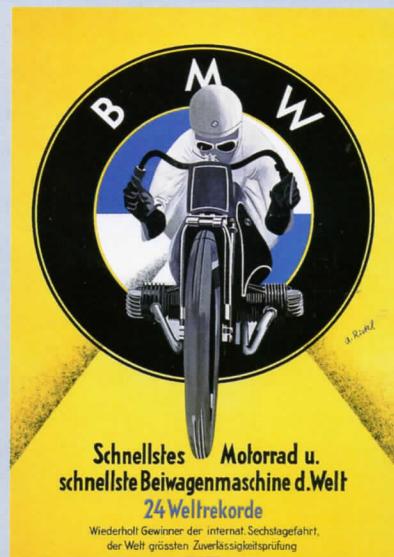
Only available through: www.bmw-shop.com

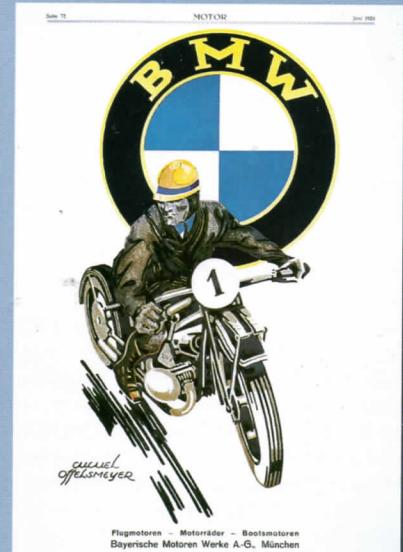
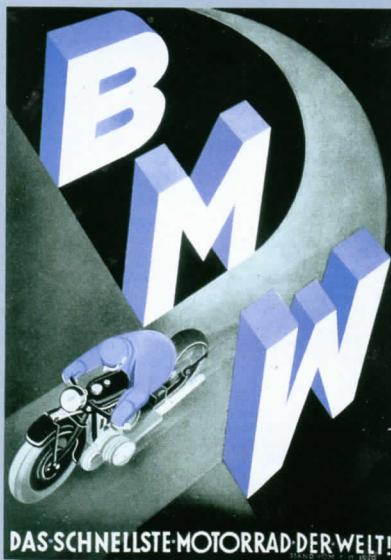
Meistertitel als Werbemittel.

Wer die BMW Motorradwerbung bis weit in die 1950er Jahre hinein aufmerksam verfolgt, dem entgeht nicht, dass das Unternehmen nahezu ausschließlich mit seinen Motorsporterfolgen wirbt. Rekorde und erstklassige Rennplatzierungen sollen sich positiv auf das Qualitätsimage der Motorräder auswirken. Mit Erfolg: Zahlreiche Meistertitel sprechen für sich – und für BMW Motorräder.

Championship titles as advertising tools.

Anyone closely following BMW's motorcycle ads well into the 1950s could not help noticing that the company drew almost exclusively on its motorsport successes. Focusing on records and top placings was meant to have a positive impact on the quality image of its motorcycles. And it worked: numerous championship titles spoke for themselves – and for BMW motorcycles.





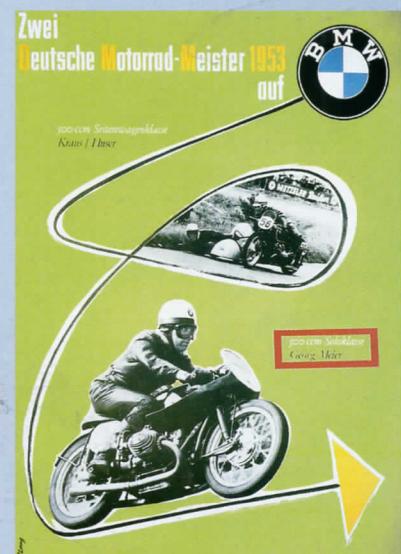
1 BMW Posterset Motorrad
Vorkrieg. Maße: 42 x 59 cm.
BMW Poster Set Motorcycles
Pre-war. Dimensions: 42 x 59 cm.
No. 80 32 0 007 350

Erfolgsgespann.

1954 beweist BMW, dass es mit seinem 500-ccm-Rennmotorrad auch in der Seitenwagenklasse ganz vorn mitfährt: das Seitenwagen-Gespann-Team Wilhelm Noll und Fritz Cron kann nach Siegen beim Großen Preis von Deutschland und beim Großen Preis der Schweiz auch den Großen Preis von Italien für sich entscheiden. Auch bei den Rennen in Belfast, Spa und der Isle of Man belegt das Team zwei zweite und einen dritten Platz. Damit gelingt es Noll und Cron den Weltmeistertitel erstmals nach Deutschland zu holen.

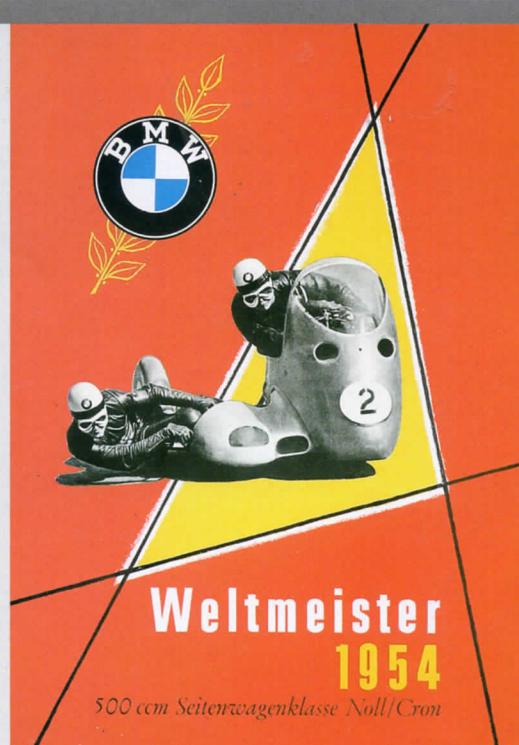
Winning combination.

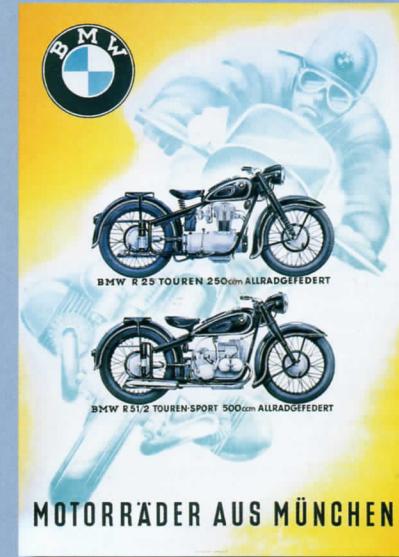
In 1954 BMW proved that with its 500 cc racing bike it could also vie with the front-runners in the sidecar class. After winning the German Grand Prix and the Swiss Grand Prix, the sidecar team of Wilhelm Noll and Fritz Cron also managed to secure victory in the Italian Grand Prix. In the events in Belfast, Spa and the Isle of Man as well, the team claimed two second places and one third. Noll and Cron thus brought the world championship title home to Germany for the first time.



Plakat „Weltmeister 1954 – 500 ccm Seitenwagenklasse Noll/Cron“, 1954.

Poster "World Champions 1954 – 500 cc Sidecar Class Noll/Cron", 1954.

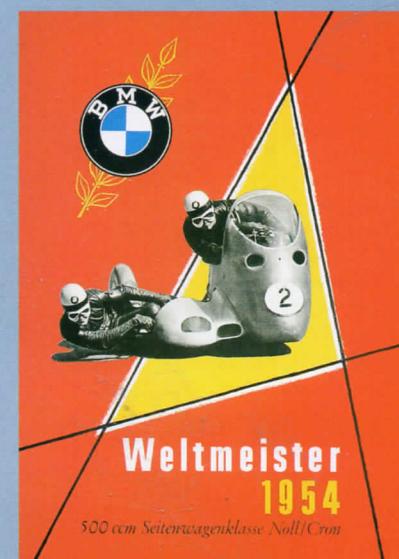




1954 **BMW WORLDCHAMPION**
1955 **BMW WORLDCHAMPION**
1956 **BMW WORLDCHAMPION**
1957 **BMW WORLDCHAMPION**
1958 **BMW WORLDCHAMPION**
1959 **BMW WORLDCHAMPION**
1960 **BMW WORLDCHAMPION**
1961 **BMW WORLDCHAMPION**
1962 **BMW WORLDCHAMPION**
1963 **BMW WORLDCHAMPION**
1964 **BMW WORLDCHAMPION**
1965 **BMW WORLDCHAMPION**
1966 **BMW WORLDCHAMPION**
1967 **BMW WORLDCHAMPION**



1



1 BMW Posterset Motorrad Nachkrieg. Maße: 42 x 59 cm.
BMW Poster Set Motorcycles
Post-war. Dimensions: 42 x 59 cm.
No. 80 32 0 007 351

91 -2007

Bücher/CDs/DVDs/Drucke.
Books/CDs/DVDs/Prints.

Logoregen.

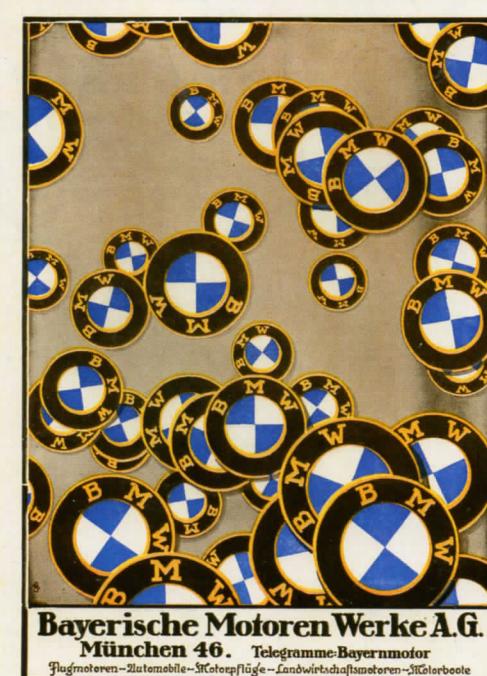
Anfänglich verzichtet BMW noch auf die bildhafte Darstellung der Produkte. Der Bekanntheitsgrad des Unternehmens soll gesteigert werden und so spielt das BMW Bildzeichen eine übergeordnete Rolle. Ein gutes Beispiel ist eine im Juli 1918 veröffentlichte Anzeige mit zahlreichen Logos, die scheinbar wie Goldtaler von oben „regnen“, um sich am unteren Bildrand zu türmen. Die angekündigte Produktpalette, bestehend aus „Flugmotoren, Automobilen, Motorpflügen, Landwirtschaftsmotoren und Motorbooten“ kommt kaum mehr zur Geltung. Es wirkt, als müsse man nur die Hände aufzuhalten, um eines der Bildzeichen zu fangen. Wer diese Anzeige gesehen hat, wird sich an das Logo und die dadurch repräsentierte Firma erinnern.

Raining logos.

In the early days BMW still refrained from visual depictions of its products. When it became a matter of raising customer awareness of the brand, the BMW logo took on a leading role. A good example of this was the advertisement published in July 1918 showing countless logos “raining down” from above like gold coins and piling up at the bottom of the picture. The advertised product range comprising “aero engines, automobiles, motorised ploughs, agricultural engines and motor boats” hardly got a look in. The temptation was to hold out one’s hands and catch one of the logos. Anyone who saw this advertisement would certainly remember the emblem and the company it represented.

Werbemotiv mit „ausgestreuten“ BMW Logos, geschaltet beispielsweise im „Motor“ Januar/Februar 1919.

Advertisement with “scattered” BMW logos, placed for example in “Motor” magazine in January/February 1919.



1

1 BMW Briefbeschwerer

BMW Paper Weight

Hochwertiger Briefbeschwerer aus edlem Acrylglas mit eingebettetem BMW Markenemblem aus den 1930er Jahren. Das Emblem aus einer Messing-Kupfer-Legierung ist massiv geprägt und feueremailliert. Maße: Durchmesser ca. 90 mm, Höhe ca. 28/34 mm, Gewicht ca. 285 g.

High-quality paper weight made of fine acrylic glass with embedded BMW emblem from the 1930s. The emblem is made of a solid brass-copper alloy and finished in enamel. Dimensions: diameter approx. 90 mm, height approx. 28/34 mm, weight approx. 285 g.

No. 80 23 0 396 704



2

2 Logotafel BMW Motorrad
Logo Plaque BMW Motorcycle
Dekorative Tafel mit BMW Motorrad Originalplaketten unterschiedlicher Epochen. 5 Logos und Silhouetten der Motorräder R 32, R 69 S, R 50/5, R 90 S und K 1 sowie die dazugehörige Beschreibung auf silbernem Hintergrund.

Decorative plaque with original BMW motorcycle badges from different eras.
5 badges and silhouettes of the motorcycles R 32, R 69 S, R 50/5, R 90 S and K 1,
accompanied by a description and set against a silver background.

No. 80 23 0 413 101



BMW Mobile Tradition Pflegeserie.
BMW Mobile Tradition Care Series.

Ästhetik in jeder Beziehung.

„Der größte Vierzylinder der Welt: ein Wahrzeichen der Stadt München setzt Akzente. Ein Haus der kurzen Wege (drinnen) und der klaren Linien (draußen), ein kühn kalkuliertes Experiment und ein Meilenstein der Architektur. BMW schuf sich Raum für wachsende Aufgaben mit einem Bürohaus der Neuen Klasse.“ So heißt es 1973 in einer innerbetrieblichen Information. Mit einem Plakat, das zu den Olympischen Spielen 1972 erscheint und das sich optisch sehr an die werbliche Darstellung der Spiele annähert, informiert BMW die Welt über den „Endspurt“, die letzte Bauphase des imposanten Hochhauses, das ebenso ästhetisch wirken soll wie BMW Automobile.

Aesthetic in every way.

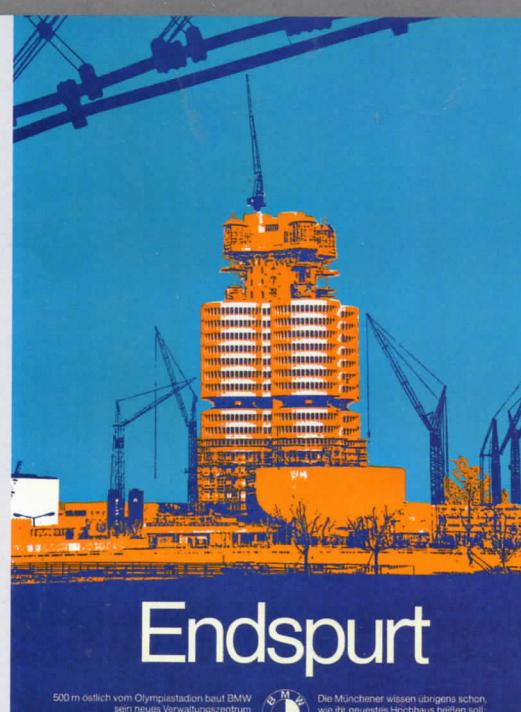
“The largest four-cylinder in the world: a Munich landmark lends the city a special touch. A building featuring short routes (inside) and clear lines (outside), a boldly calculated experiment and a milestone of architecture. BMW has made space for its expanding tasks with a head office of the New Class.” Thus ran an in-house memo of 1973. With a poster published to coincide with the 1972 Olympic Games and taking its visual cue from the ad campaign for the Games, BMW informed the world of the “final spurt”, the last building phase of this impressive high-rise structure that was designed to have the same aesthetic impact as BMW automobiles.



1

Plakat „Endspurt“, veröffentlicht zu den Olympischen Spielen in München 1972.

Poster “Final spurt”, published at the time of the 1972 Olympic Games in Munich.



1 BMW Autoshampoo (nicht verfügbar in den USA)

BMW Car Shampoo (not available in the U.S.)

Dieses Autoshampoo reinigt zuverlässig und materialschonend zugleich. Die waschaktiven Substanzen schonen die Schutzschicht von Polituren und Wachsen und sind biologisch abbaubar. 1000 ml.

This car shampoo cleans reliably while keeping materials in good condition. The active cleaning agents condition the protective coating of polishes and waxes and they are biologically degradable. 1000 ml.

No. 83 12 0 396 065



2



3

2 BMW Felgenreiniger**(nicht verfügbar in den USA)**

BMW Rim Cleaner (not available in the U.S.)

Mit dem Felgenreiniger-Gel lassen sich hart-näckige Oxidationsbeschläge, Bremsabrieb sowie verkrusteter Straßenschmutz schnell und schonend entfernen. Durch die gelartige Konsistenz wird eine optimale Wirkung gewährleistet. 500 ml.

The rim cleaner gel quickly removes stubborn oxide layers, brake dust and encrusted road dirt without damaging the wheels. The gel consistency guarantees optimum cleaning action. 500 ml.

No. 83 12 0 396 058**3 BMW Glasreiniger mit Antibeschlag (nicht verfügbar in den USA)**

BMW Glass Cleaner with Anti-Fog (not available in the U.S.)

Glasreiniger mit Antibeschlag, der speziell für Verschmutzungen auf Autoglasscheiben entwickelt wurde. Typische Verschmutzungen wie Staub-, Fett-, Öl- und Nikotinspuren werden schnell und streifenfrei beseitigt. 500 ml.

Glass cleaner with anti-fog specially developed to remove dirt deposited on car windows. Typical deposits include dust, grease, oil and nicotine traces and these contaminants are removed quickly without leaving any smears. 500 ml.

No. 83 12 0 396 059

Zwei Ziffern, eine Legende.

Mit vier neuen Modellen läutet 1971 die „Ära 02“ ihre erfolgreichsten Jahre ein: Zwischen das Basismodell BMW 1602 und den BMW 2002 schiebt sich der BMW 1802, gefolgt vom BMW 2002 tii mit 130-PS-Einspritzmotor. Von Anfang an erfreut sich jedes 02er Modell bester Kritiken. So schreibt ein führendes deutsches Automagazin, dass „die BMW 02er zu den fahrerisch erfreulichsten Autos gehören, die es gibt.“

Two numbers, one legend.

With four new models in 1971, the “02 era” ushered in its most successful years. Slotting into the gap between the BMW 1602 base model and the BMW 2002 was the BMW 1802, followed by the BMW 2002 tii with a 130 hp injection engine. From the outset, each 02 model enjoyed the highest acclaim from the critics. One leading German motoring journal wrote that “the BMW 02 models are among the most enjoyable driver’s cars in existence”.



1



Anzeigenmotiv

„Führungsmodell“ für die 02er Reihe (BMW 1602/1802/2002/2002 tii), 1973.

Advertisement “Leadership model” for the 02 Series (BMW 1602/1802/2002/2002 tii), 1973.

Führungsmodell

Der kleine BMW ist größer als Kleinwagen. Rächer als Alters-Selbstfahrer. Ein Fahrzeug, das zwischen diesen beiden Extremen positioniert ist. Kühf und logisch. Faszinierend lang. Er ist kein Auto, das man auf einer Straße sieht und sagt: „Schön!“ Er ist ein Auto, das man auf einer Straße sieht und sagt: „Wow!“

Federung und Dämpfung wurden so abgestimmt, dass sie nicht unangenehm anstoßen. Der Fahrer kann sich auf dem Sitz nach Körpergeschmack, Komfort und Fahrstil einstellen.

Der kleine BMW ist leicht und sicher. Er bringt einsatz, was nicht mehr selbstverständlich ist. Er ist kein Auto, das man auf einer Straße sieht und sagt: „Wow!“

1 BMW Chrompolitur (nicht verfügbar in den USA)

BMW Chrome Polish (not available in the U.S.)

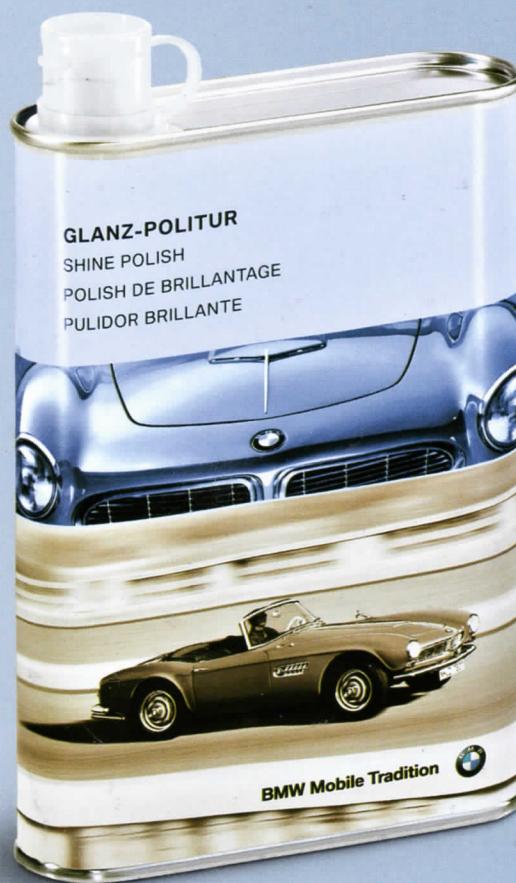
Reinigungs- und Pflegemittel für alle verchromten Teile am Fahrzeug. Oberflächenverschmutzung und Rost lassen sich leicht damit beseitigen. 75 ml.

Cleaning agent and conditioner for all chrome components on the vehicle. This polish easily removes surface dirt and rust. 75 ml.

No. 83 12 0 396 064

BMW 1602	BMW 1802	BMW 2002	BMW 2002 tii
05 PS 100 km/h in 12,8 sec	80 PS 110 km/h in 11,8 sec	100 PS 120 km/h in 10,0 sec	130 PS 130 km/h in 9,4 sec

BMW - Freude am Fahren



2



3

2 BMW Glanz-Politur (nicht verfügbar in den USA)

BMW Shine Polish (not available in the U.S.)

**Glanz-Politur für alle Bunt- und Metallic-Lacke,
lackierte Kunststoffteile, moderne Pulverlacke
und Lackoberflächen mit und ohne Klarlack.
Lang anhaltender und strahlender Tiefenglanz.
500 ml.**

Shine Polish for all coloured and metallic paintwork,
painted plastic components, modern powder
paints and paint finishes with and without clear coat.
Long-lasting and intense deep shine. 500 ml.

No. 83 12 0 396 061**3 BMW Kunststoffpflege (nicht verfügbar in den USA)**

BMW Care for Plastics (not available in the U.S.)

**Silikonhaltige Emulsion mit hochwertigen Wirkstoffen zur Pflege von allen
Kunststoffen im Fahrzeug. Die aufgebrachte Schutzschicht ist antistatisch und schützt den Kunststoff lang anhaltend vor Versprödung und Vergrauung. Ausgewählte Orangenöle vermitteln eine angenehme Frische.
250 ml.**

Emulsion containing silicon with high-quality active ingredients for looking after all
plastic components in the vehicle. The protective layer applied is antistatic and
provides the plastic with long-term protection against brittleness and discolouration.
Selected orange oils convey a relaxing freshness. 250 ml.

No. 83 12 0 396 062



BMW Mobile Tradition Pflegeserie.

Zukunft braucht Vergangenheit.

Eine echte Hommage an den legendären BMW 2002 ist dieses Plakat aus dem Jahr 2002. Sein Text macht deutlich, mit welch großen Emotionen BMW seine Geschichte pflegt: „Wenn ein Jahr nach einem BMW benannt wird, muss es ein besonderes werden. 2002 ist für uns mehr als eine Zahl. Der legendäre Oldtimer vereint alles in sich, was BMW ausmacht: souveräne Leistung, dynamisches Auftreten und mutige Entscheidungen. Sein Erfolg lehrte uns, auch in ungewissen Zeiten in die Zukunft zu investieren. Ein Antrieb, der uns bis heute vorangebracht hat und mit dem sich auch morgen noch Geschichte schreiben lässt.“

No future without a past.

This poster from the year 2002 is a true homage to the legendary BMW 2002. Its wording highlighted the emotional level at which BMW cultivated its heritage: "If a year is named after a BMW, it must be something special. For us 2002 is more than a number. This legendary classic unites within it everything that constitutes BMW: majestic performance, dynamic presence and bold decisions. Its success teaches us to invest in the future even in uncertain times. It is a driving force that has taken us forward to this day and with which history will still be written tomorrow."



1



Plakat „BMW 2002“, aus dem Jahr 2002.

Poster "BMW 2002" from 2002.



1 BMW Lederemulsion (nicht verfügbar in den USA)

BMW Leather Emulsion (not available in the U.S.)

Spezielle Emulsion aus hochwertigen Wirkstoffen zur nachhaltigen Pflege aller Arten von glattem Leder und Kunstleder im Automobil. Ausgesuchte Pflegekomponenten wirken antistatisch und schützen das Leder lang anhaltend vor Versprödung und Abrieb. 250 ml.

Special leather conditioner made of high-quality ingredients for long-term care of all types of smooth leather and artificial leather in cars. Specially selected conditioning components have an antistatic effect and provide long-term protection for the leather against brittleness and abrasion. 250 ml.

No. 83 12 0 396 063

2 BMW Lackkonservierung (nicht verfügbar in den USA)

BMW Paint Preservation
(not available in the U.S.)

Schnell wirkendes flüssiges Pflegemittel für lang anhaltenden Glanz. Lack- und Metalloberflächen werden optimal geschützt. 500 ml.

Fast-acting liquid care product for long-lasting shine. Optimum protection for paintwork and metal surfaces. 500 ml.

No. 83 12 0 396 060

Zwei Marken, ein Auftritt.

Castrol steht für Innovation und Hochleistung und genießt internationale Anerkennung als Schmierstoffspezialist. Bereits in den 1960er Jahren kooperieren Castrol und BMW – auch in Sachen Werbung. Mit diesem Plakat werden die positiven Attribute, die beide Marken mit dem Rennsport verbinden, auf den Alltag übertragen.

Two brands, one image.

Castrol stands for innovation and high performance and enjoys international recognition as a lubricant specialist. Castrol and BMW were already in partnership in the 1960s – also on the advertising front. In this poster, the positive attributes that link both brands to motorsport are transposed to everyday driving.



1/2



Partner im Rennsport und im Alltag

Plakat „BMW + Castrol Partner im Rennsport und im Alltag“, 1966 bis 1972.

Poster "BMW + Castrol: partners in racing and on the road", 1966–1972.

BMW+CASTROL

1 Ölkännchen
0,5 Liter
Oil Can
0,5 litres
No. 83 210 417 514

2 Ölkännchen
0,25 Liter
Oil Can
0,25 litres
No. 83 210 417 515



3



4

**3 BMW Classic Oil XL SAE 30
(nicht verfügbar in den USA)**

5 l

BMW Classic Oil XL SAE 30
(not available in the U.S.)

5 l

No. 83 21 0 398 770

**4 BMW Classic Oil XL SAE 20W-50
(nicht verfügbar in den USA)**

5 l

BMW Classic Oil XL SAE 20W-50
(not available in the U.S.)

5 l

No. 83 21 0 398 771

Ein klassisches Fahrzeug zu besitzen, ist weit mehr als ein Hobby. Es ist eine Leidenschaft, die oft mit sehr viel Zeitaufwand bei der Suche nach den entsprechenden Teilen verbunden ist. Sie müssen bis ins Detail stimmen und nach Möglichkeit auch noch original sein. Diesen besonderen Ansprüchen an Authentizität wird Castrol jetzt mit dem Classic-Oil-Programm gerecht – Schmierstoffe für die speziellen Anforderungen klassischer Motoren.

Owning a classic vehicle is much more than a hobby. It's a passion that generally involves a lot of time in looking for the right parts. They need to be correct down to the last detail and they should be original parts if possible. Castrol is now meeting the aspirations for authenticity with the Classic Oil Programme – lubricants for the special needs of classic engines.

BMW Motor Tradition Pflegeserie.
Click to buy NOW!
www.docu-track.com

VW Motor Tradition Care Series.

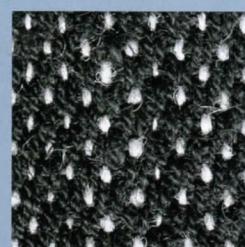
Darf es etwas mehr sein?

Kaum ein anderes Automobil verkörpert in solch unnachahmlicher Weise den Zeitgeist der 1960er und 1970er Jahre wie der BMW 2002. Qualität und Ästhetik auch im Innenraum wird 1974 mit der Sonderausstattung „L“ für den 2002 beworben. Das Auto sei gemacht „für jene Fahrer, für die Kompaktheit Voraussetzung und ein Maximum an Ausstattungskomfort Bedingung ist – die mit ihrem Automobil nicht mehr aus sich machen wollen. Sondern mehr für sich.“ Die Anzeige wird mit einer aufmerksamkeitsstarken Doppeldeutigkeit betitelt – ein Werbetrend, der sich lange fortsetzt.

Anyone for a little more?

There can hardly be another car that embodies the spirit of the 1960s and 70s in such an inimitable way as the BMW 2002. In 1974, advertising homed in on the special “L” option for the 2002 to highlight the car’s quality and aesthetics on the inside as well. This model, ran the ad, was made “for drivers for whom compact design is a prerequisite and maximum comfort a condition – for those who don’t want to make more of themselves with their car, but more for themselves”. The advertisement had an attention-grabbing title with a double meaning (here referring to matrimonial property regulation) – an advertising trend that long continues.

Farbmuster Fußmatten
Colour Pattern Mats



schwarz/weiß
black/white



schwarz/blau
black/blue



beige/braun
beige/brown

Zugewinn-Gemeinschaft.

Höchste Ansprüche an leistungsfähige Automobiltechnik müssen nicht immer Größe zur Konsequenz haben. Ein Beispiel dafür sind die erfolgreichen kompakten BMW Zweitürer, die überlegene Leistungsfähigkeit und Fahrsicherheit mit zeitgemäßen europäischen Abmessungen verbinden. Automobile, die nicht durch ihre Größe beeindrucken, sondern durch ihr Format.

„L“ kennzeichnet eine neue, speziell für die BMW Zweitürer zusammengestellte, hochwertige Sonderausstattung*. Für jene Fahrer, für die Kompaktheit Voraussetzung und ein Maximum an Ausstattungskomfort Bedingung ist – die mit ihrem Automobil nicht mehr aus sich machen wollen. Sondern mehr für sich.

*Ausstattung „L“:
Drehpunkt-Automatik-Sicherheitsgurte vom Sitz mit besonders luxuriöser Polsterung und Lehnenlatsche von den Sitzen zum Beinfreiwerden. Schalensitzheizung. Holzleiste an der Türverkleidung. Türtaschplatte an der Fahrertür. Armstütze mit integriertem Heigriff. Mittelarmstütze hinten. Hochunter-Entlastung für Kombiinstrument und Aschenschieber. Velours-Teppich für Bodenraum und Putzleiste. Teppichboden im Gepäckraum. abschließbarer Tankverschluss.

Anzeigenmotiv
„Zugewinn-Gemeinschaft.“,
1974.

Advertisement
“Joint ownership.”, 1974.

BMW 1.2002
Der kompakte BMW – verkehrsgerecht und wirtschaftlich. Ein Konzept, das noch für Jahre.
Teil des BMW Programms bleibt.





1

Nostalgie pur – die Kokosfußmatten für den BMW 2002. Der Original-70er-Jahre-Look erinnert an die große Zeit des BMW 2002. Sie passen für alle Modelle der BMW 02er Bau-reihen. Das Set beinhaltet Matten für den vorderen und hinteren Fußraum.

Pure nostalgia – cocomats for the BMW 2002. The original 1970s look harks back to the heyday of the BMW 2002. They fit all the models in the BMW 02 Series. The set has mats for front and rear.

**1 BMW 2002
Kokosfußmatten, 2 vordere, 2 hintere**

BMW 2002

Coconut Mats, 2 front, 2 rear

schwarz/weiß/black/white No. 51470307526

schwarz/blau/black/blue No. 51470307527

beige/braun/beige/brown No. 51470307528



Produktübersicht.

BMW Miniaturen Automobile. BMW Scale Models Cars.	BMW Miniaturen Automobile. BMW Scale Models Cars.	BMW Miniaturen Automobile. BMW Scale Models Cars.	BMW Miniaturen Motorräder. BMW Scale Models Motorcycles.	BMW Accessoires. BMW Accessories.
10 BMW Diorama „75 Jahre Automobil“ BMW Diorama "75 years of automobile"	22 BMW 503 Cabriolet BMW 2,6 Luxus	46 BMW M3 BMW M3 Schmickler	68 BMW Motorrad R 32 BMW Motorcycle R 32	6 Emailleschild Motorrad Motorcycle Enamel Placard Cap „90 Jahre BMW“ Cap "90 Years of BMW"
12 BMW 3/15 PS „Deutsche Reichspost“ BMW 3/15 PS „Teile in Eile“	24 BMW Isetta mit Campinganhänger BMW Isetta with Camping Trailer Pin BMW Isetta Skyline BMW Isetta 50 Jahre Skyline BMW Isetta 50 Years Fun Car BMW Isetta	48 Arrows BMW A8 Turbo Berger, Grand Prix Detroit BMW M3 24 h Spa-Francorchamps BMW M3 DTM Eric van de Poele	BMW 500-ccm-Kompressor-Rennmotorrad BMW 500 cc Supercharged Racing Motorcycle	70 BMW R 25/3 „Teiledienst“
14 BMW 328	50 BMW 323i BMW Z1 BMW 728i BMW 520i	72 BMW Motorrad R 69 S BMW Motorcycle R 69 S	74 BMW Motorrad R 75/6 BMW Motorcycle R 75/6	8 Brieftasche „90 Jahre Marke BMW“ Wallet "90 years of the BMW brand"
16 BMW 328 Le Mans No. 27 Roese/Heinemann BMW 328 Mille Miglia No. 108 Schaumburg-Lippe/Lurani BMW 328 Le Mans No. 28 Briem/Scholz BMW 328 Roadster	26 BMW Isetta Standard BMW Isetta Pickup BMW Isetta Export	52 Alexander Calder, Art Car BMW 3.0 CSL Frank Stella, Art Car	BMW Motorrad R 100 RT BMW Motorcycle R 100 RT	78 Schlüsselanhänger BMW Logo Key Fob BMW Emblem Schlüsselanhänger BMW 507 Key Ring BMW 507
18 BMW 328 Mille Miglia Touring Coupé Hanstein/Bäumer BMW 328 Mille Miglia Roadster Briem/Richter BMW 328 Mille Miglia 2004 Touring Coupé G. Cané/L. Galliani	30 BMW 507 BMW 507 Graf Goertz	54 Andy Warhol, Art Car BMW M1 Gruppe 4 Roy Lichtenstein, Art Car	BMW Motorrad R 80 G/S BMW Motorcycle R 80 G/S	Schlüsselanhänger Zündnagelhalter Key Ring Ignition Nail Holder
20 BMW 502 Limousine BMW 502 Cabriolet BMW 501 „Isar 12“	32 BMW 700 Cabriolet BMW 700 Coupé BMW 600	56 Robert Rauschenberg, Art Car BMW 635CSi Ernst Fuchs, Art Car	BMW Motorrad R 80 RT BMW Motorcycle R 80 RT Police Version	80 Cap BMW M3 20 Jahre BMW M3, 1986–2006 20 years of the BMW M3, 1986–2006
BMW 501	34 BMW 2000 Limousine BMW 1600 Cabriolet BMW 700 Sport, Heinrich Epplein	58 Ken Done, Art Car BMW M3 Gruppe A	Schlüsselanhänger BMW M3 Key Ring BMW M3	Schlüsselanhänger BMW M3, 1986–2006 20 years of the BMW M3, 1986–2006
	36 BMW 1600 touring BMW 1600	60 Michael Jagamara Nelson, Art Car	BMW Steiff-Teddy „Monteur“ BMW Steiff Teddy Bear "Mechanic"	
	BMW 2002 Cabriolet	BMW M3 Gruppe A		
	BMW 635CSi	A. R. Penck, Art Car		
	38 BMW 2002 turbo BMW 635CSi Brun/Grohs BMW 635CSi Quester/Stuck	BMW Z1	62 Matazo Kayama, Art Car BMW 535i	
			César Manrique, Art Car	
			BMW 730i	
			64 Esther Mahlangu, Art Car BMW 525i	
			David Hockney, Art Car	
			BMW 850CSi	
	40 BMW M1 BMW 3.0CSi	66 Sandro Chia, Art Car BMW M3 GTR		
	BMW M635CSi	Jenny Holzer, Art Car		
	42 BMW M1 Procar Lauda	BMW V12 LMR		
	BMW M1 Procar			
	Andretti			
	BMW M1 Set			
	25 Jahre BMW M1			
	BMW M1 Set			
	25 years of the BMW M1			
	44 BMW M5 BMW M3 Diorama			
	20 Jahre BMW M3			
	BMW M3 Diorama			
	20 years of the BMW M3			



BMW Motorrad Accessoires. BMW Motorcycle Accessories.	BMW Bücher/CDs/ DVDs/Drucke. BMW Books/CDs/ DVDs/Prints.	BMW Bücher/CDs/ DVDs/Drucke. BMW Books/CDs/ DVDs/Prints.	BMW Bücher/CDs/ DVDs/Drucke. BMW Books/CDs/ DVDs/Prints.	BMW Mobile Tradition Pflegeserie. BMW Mobile Tradition Care Series.
<p>82 BMW Kofferhalter Universal für Fahrzeuge der Serie 5/6/7 bis 1984 BMW Case Holder Universal for models of the 5/6/7 Series to 1984</p> <p>BMW Motorradkoffer BMW Motorcycle Case</p> <p>BMW Logo</p> <p>BMW Innentasche für Tourenkoffer Motorrad BMW Inner Bag for Motorcycle Touring Case</p>	<p>84 Dimensionen 5: Das Unternehmen BMW seit 1916 Dimensions 5: BMW since 1916</p> <p>86 BMW Dimensionen 4: „Von der Idee zum Erfolg. Die Entwicklungsgeschichte der BMW Automobile 1918–1932“ BMW Dimensions 4: "From Vision to Success. The Development History of BMW Automobiles 1918–1932"</p> <p>BMW Portraits 1: „Paul Rosche“</p> <p>88 BMW Profile 1: „Motorräder aus München 1923–1969“ BMW Profiles 1: "Motorcycles from Munich 1923–1969"</p> <p>BMW Profile 4: „Motorräder aus Berlin 1969–1998“ BMW Profiles 4: "Motorcycles from Berlin 1969–1998"</p> <p>BMW Profile 6: „Formel-Rennsport 1966–2000“ BMW Profiles 6: "Formula Racing 1966–2000"</p> <p>BMW Profile 3: „BMW 02er Reihe – Das Kultauto“</p> <p>BMW Profile 7: „BMW Coupés – Tradition der Eleganz“ BMW Profiles 7: "BMW Coupés – A Tradition of Elegance"</p> <p>BMW Profile 9: „Der legendäre BMW 507“ BMW Profiles 9: "The Legendary BMW 507"</p>	<p>90 Reparaturanleitung BMW 1502–2002 turbo (02er Reihe) Repair Manual BMW 1502–2002 turbo (02 Series)</p> <p>Reparaturanleitung BMW 2.5 CS–3.0 CSL Repair Manual BMW 2.5 CS–3.0 CSL</p> <p>Reparaturanleitung BMW 2500–3.3 Li Repair Manual BMW 2500–3.3 Li</p> <p>Reparaturanleitung BMW 315–323i, Baujahr 1975–1983 Repair Manual BMW 315–323i, Model 1975–1983</p> <p>Reparaturanleitung BMW 628CSi–M635CSi, Baujahr 1976–1989 Repair Manual BMW 628CSi–M635CSi, Model 1976–1989</p> <p>Reparaturanleitung BMW 1500–2000 CS, Baujahr 1962–1972 Repair Manual BMW 1500–2000 CS, Model 1962–1972</p> <p>Reparaturanleitung BMW 728–745i, Baujahr 1977–1987 Repair Manual BMW 728–745i, Model 1977–1987</p> <p>Reparaturanleitung BMW Z1, Baujahr 1988–1991 Repair Manual BMW Z1, Model 1988–1991</p> <p>Reparaturanleitung BMW Isetta Repair Manual BMW Isetta</p> <p>BMW Teilekatalog für historische Motorräder 2003 BMW Parts Catalogue for Historic Motorcycles 2003</p>	<p>92 Reparaturanleitung BMW 518–528, Baujahr 1972–1981 Repair Manual BMW 518–528, model 1972–1981</p> <p>Reparaturanleitung BMW 518–535i, Baujahr 1981–1987 Repair Manual BMW 518–535i, model 1981–1987</p> <p>„Der Scheunenfund“, DVD "The Barn Discovery", DVD</p> <p>„Das weiße Phantom“, DVD "The White Phantom", DVD</p> <p>94 BMW Klassikkalender 2008 BMW Classic Calendar 2008</p> <p>96 BMW Posterset Motorrad Vorkrieg. BMW Poster Set Motorcycles Pre-war.</p> <p>98 BMW Posterset Motorrad Nachkrieg. BMW Poster Set Motorcycles Post-war.</p> <p>100 BMW Briefbeschwerer BMW Paper Weight</p> <p>Logetafel BMW Motorrad Logo Plaque</p>	<p>102 BMW Autoshampoo BMW Car Shampoo</p> <p>BMW Felgenreiniger BMW Rim Cleaner</p> <p>BMW Glasreiniger mit Antibeschlag BMW Glass Cleaner with Anti-Fog</p> <p>104 BMW Chromopolitur BMW Chrome Polish</p> <p>BMW Glanz-Politur BMW Shine Polish</p> <p>BMW Kunststoffpflege BMW Care for Plastics</p> <p>106 BMW Lederemulsion BMW Leather Emulsion</p> <p>BMW Lackkonservierung BMW Paint Preservation</p> <p>108 Ölännchen Oil Can</p> <p>BMW Classic Oil</p> <p>XL SAE 30</p> <p>BMW Classic Oil</p> <p>XL SAE 20W-50</p> <p>110 BMW 2002 Kokosfußmatten, 2 vordere, 2 hintere</p> <p>BMW 2002 Coconut Mats, 2 front, 2 rear</p>



BMW Automobile und Motorräder.



**Druckfehler, Irrtümer und (Farb-)Änderungen vorbehalten. © BMW AG, München, Deutschland.
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung von BMW AG, München.
Diese Broschüre wurde umweltfreundlich auf chlor- und säurefreiem Papier hergestellt.
Printed in Germany 03/2007.**

Printing errors, omissions, colour changes and alterations excepted. © BMW AG, Munich, Germany.
Reproduction, even of extracts, only with written permission of BMW AG, Munich. This brochure was produced in an environmentally friendly way using chlorine-free, acid-free paper.
Printed in Germany 03/2007.



BMW Cars and Motorcycles.



90 Jahre Marke BMW. Eine Erfolgsgeschichte.

90 years of the BMW brand. A story of success.



01 20 0 429 480

BMW Mobile Tradition

80788 München
Germany

www.bmw-mobiletradition.com
www.bmw-mobiletradition.de

No. 01 20 0 429 480

BMW Mobile Tradition