

Prolog

Warum hatte der von Motorenpapst Paul Rosche entwickelte BMW-Formel-1-Vierzylinder-Turbomotor gerade vor der Toilettentür Aussetzer? Was machte den BMW-Entwicklungsvorstand Dr. Wolfgang Reitzle seinerzeit zum besten Verkäufer im Hause BMW? Inwiefern trug der ehemalige Ferrari-Rennleiter Jean Todt entscheidend zum Entstehen der BMW Art Cars bei? Und unter welchen Umständen kam der damals unbekannte Gerhard Berger zu seinem ersten Formel-1-Einsatz? Fragen über Fragen. Antworten darauf und auch wie der frühere Formel-1-Zampano Bernie Ecclestone tickte – sowie viele weitere Geschichten – sind in diesem Buch zu finden. Darüber hinaus geht ein Schreibmaschinenaufsatz von Paul Rosche auf den legendären BMW M12/13 Turbo-Weltmeistermotor ein.

BMW ist der erste Großserienhersteller, der erkennt, wie wichtig es ist, einen eigenen Unternehmensbereich für seine Rennsportaktivitäten und Hochleistungsfahrzeuge zu etablieren. So entsteht 1972 mit der „BMW Motorsport GmbH“ eine starke Marke – innerhalb der Marke – mit unverwechselbarem Flair. Das vorliegende Buch schließt eine Lücke, in dem BMW M und BMW in der Formel 1 im Fokus stehen. Es beginnt mit der Gründung der „BMW Motorsport GmbH“ und reicht bis hin zum wechselhaften Verhältnis der Münchner zur Formel 1 und dem abrupten Ausstieg 2009.

Der Inhalt dieses Buches basiert auf sorgfältiger Recherche und Informationen aus erster Hand unter anderem des Zeitzeugen Adolf Prommesberger – niedergeschrieben nach mehreren langen Gesprächen. Prommesberger kommt an entscheidenden Passagen immer wieder in direkter Rede selbst zu Wort. Ergänzt wird das Buch durch zeitgenössische Fotos aus dem Privatarchiv des Zeitzeugen. Zwischen 1965 und 2003 ist Adolf Prommesberger in verschiedenen Managementfunktionen bei den Münchnern tätig und an vielen Entwicklungen und Entscheidungen maßgeblich beteiligt. In den 1980er-Jahren fungiert er als Motorsportdirektor und Geschäftsführer der „BMW Motorsport GmbH“ und ist beim Gewinn der Formel 1-Weltmeisterschaft im Jahre 1983 durch Brabham BMW hautnah dabei.

Später entwickelt er als Geschäftsführer weitere zehn Jahre lang die nun in „BMW M“ umfirmierte Tochterfirma entscheidend weiter. Als Zeitzeuge erzählt Prommesberger Anekdoten und berichtet von seinen persönlichen Begegnungen und der Zusammenarbeit mit den damaligen Protagonisten.

Das Buch spannt zudem – in einem geschichtlichen Abriss – den Bogen von den Anfängen des Unternehmens BMW im Jahre 1916 bis in das neue Jahrtausend. Wesen, Geist und Mythos der Marke BMW und das, was ihn ausmacht, versucht dieses Buch zu ergründen und zu erklären. Über die Entstehung und die Hintergründe der

von international renommierten Künstlern gestalteten *BMW Art- Cars* wird ebenso berichtet wie über *BMW Individual* und die Zusammenarbeit von Adolf Prommesberger mit dem damaligen BMW-Markenbotschafter Karl Lagerfeld. Hintergrundinformationen zu wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, internen Konflikten sowie Interviews und private Fotos ergänzen den Inhalt. Eine faszinierende Mischung aus Geschichte, Technik, Strategie, Sport, Politik und Emotionen.

Die Initialzündung, dieses Buch zu schreiben, war ein Vortrag von Adolf Prommesberger in der Frankfurter Klassikstadt im Mai 2023. Dort erzählte er über seine Zeit bei BMW, bei BMW M und in der Formel 1. Nach diesem spannenden und fesselnden Vortrag entstand die Idee, seine Erlebnisse aus über vier Jahrzehnten bei BMW gemeinsam aufzuarbeiten und zu dokumentieren. In diesem Buch trägt er sein einzigartiges Wissen weiter.

Der Autor



1 Der Autor Frank Kuhlemann (links) und Adolf Prommesberger (rechts).

2 MOTORSPORT

Statement

„Siege, Stars, spektakuläre Technik und das Bewusstsein einer außergewöhnlichen Leistung sind die Schlagworte der Faszination Motorsport. Die Herausforderung ist immens. Jeder im Motorsport engagierte Hersteller weiß, dass der direkte und unmittelbare Wettbewerb nur auf der Rennstrecke stattfindet. Dabei hat der Erfolg – wie immer – viele Väter. Insbesondere im Motorsport trifft dies aber tatsächlich zu. Das Ziel ist der Sieg. Um Erfolg zu erringen, bestimmen die Faktoren Konzept und Strategie sowie deren Umsetzung den Erfolg. Wettbewerb ist hier in erster Linie ein Zeit- und Qualitätswettbewerb. Eine Erfolgsgarantie gibt es nicht.

Motorsporterfolge sind eine Teamleistung. Wer sich in einem solchen Team engagiert, darf nicht nach einer geregelten Arbeitszeit, nach festen Urlaubsterminen oder regelmäßiger Freizeit verlangen. Bei den Führungskonzepten und Managementstrategien gelten im Motorsport schon von Beginn an: Null-Fehler-Programme, ständige Verbesserung und Kundenorientierung. Der Kunde ist dabei der Rennfahrer. Er entscheidet sofort und unmissverständlich über die Qualität der Leistung. Die messbare Leistung steht im Vordergrund und das in kurzer Folge hintereinander. Also, ein reiner Zeitwettbewerb. Meist schon am nächsten Wochenende muss unter Beweis gestellt werden, ob sich die angestrebte Lösung als tragfähig erweist, und das ganz einfach: anhand der elektronischen Zeitmessung. Insbesondere gilt es, einen Zielkonflikt zu lösen, der zwischen Technik und Organisation versus gesamthafes Denken und Handeln abläuft. Gegensatz oder Chance?

Die Systemleistung, das Rennfahrzeug, erfordert zunächst eine Spezialisierung auf höchstem Niveau. Viele Disziplinen kommen zusammen: Ingenieure für Entwicklung, Konstruktion und Versuch, Mechaniker für die vielfältigsten technischen Aufgaben bis hin zu den Reglement- und Vermarktungsspezialisten. Ihre Leistungen müssen 100-prozentig ineinandergreifen, um die höchstmögliche Effizienz zu erzielen. Eine herausragende Mannschaftsleistung. In einer nahezu hierarchiefreien Struktur zeigt sich sehr schnell, wer die kreativen und intellektuellen Fähigkeiten aller Mitarbeiter am besten erkennt und versteht und in Leistungssteigerung umzusetzen vermag.

Von einem Motorsportmanager werden Intuition, Integrität, Fairness und Augenmaß verlangt. Diese Eigenschaften befähigen am besten zur Führung in Teamstrukturen. Nur so kann die notwendige Professionalität erreicht werden. Die permanent wechselnden Anforderungen zwingen zum Wandel. Eine Kultur der Wandlungsbereitschaft ist Voraussetzung für das langfristige Überleben im Rennsport wie auch in erfolgreichen Wirtschaftsunternehmen. Dieser Prozess wird von Menschen einge-

leitet und gestaltet. Schnelle, präzise und kommunizierbare Entscheidungen – auch unter Unsicherheit – sowie deren effiziente Umsetzung sind die Voraussetzungen für den Erfolg. Das Infragestellen der heute noch besten Lösung, die Analyse des nächsten Schrittes, das unmittelbare Handeln im Sinne der Gesamtzielsetzung sind die Erfolgsfaktoren im Motorsport.

Fazit: Dies verdeutlicht das Anforderungsprofil der Zukunft, das den Prozess in den Vordergrund stellt, das Ziel klar definiert und in dem jeder Einzelne seine Aufgabe hat, die dann im Gesamtergebnis Erfolg oder Misserfolg ausdrückt.“

Frei nach dem Motto: „Dabei sein ist nichts, gewinnen ist alles!“

**Adolf Prommesberger, im Juli 1995
(ehem. Vorsitzender der Geschäftsführung der BMW M GmbH)**

3 LEBENSAUFGABE

Adolf Paul Prommesberger

München, 1965. Wie schafft es damals ein knapp 23 Jahre junger und neuer Mitarbeiter, untergebracht an einem Beistelltisch im Ersatzteilwesen, in nur wenigen Jahren zum jüngsten Prokuristen der BMW-Geschichte überhaupt aufzusteigen? Dazu zum Motorsportchef zu avancieren und ganz nebenbei noch den Titel in der Formel-1-Weltmeisterschaft einzufahren? Da muss schon einiges zusammenpassen. Der Inhalt zwischen diesen Buchdeckeln soll auch darüber Aufschluss geben.

Kyalami, 1983. Schluss. Aus. Sieg. Weltmeister! Drei Siege reichen. Damit holt das Brabham-BMW-Team den Weltmeistertitel in der Formel 1. Beim letzten Saisonrennen am 15. Oktober 1983 in Südafrika steht der gerade 40-jährige Adolf Paul Prommesberger – als Kopf der damaligen „BMW Motorsport GmbH“ – in der Boxengasse. BMW wird Formel 1-Weltmeister! Einmalig.

Zehn Jahre später wird Prommesberger 1993 ein weiteres Mal zum Vorsitzenden der Geschäftsführung bestellt. Inzwischen wurde die Konzerntochter kurz in „BMW M“ umfirmiert. In seine „zweite Amtszeit“ fallen weitere historische Motorsportfolge: Der Doppelsieg in dem neu formierten Super-Tourenwagen-Cup (STW-Meisterschaft) 1994 und 1995. Der Gewinn als Motorenpartner von McLaren in Le Mans 1995, sowie der legendäre Team-Sieg 1999, ebenfalls beim 24 Stunden Rennen an der Sarthe mit dem BMW V12 LMR. Zudem die erfolgreiche Rückkehr von BMW in die Formel 1 im Jahr 2000 – das zweite Engagement der Münchner in der Königsklasse. Aber auch die jahrelange Dominanz von BMW in der Formel 2, die Entwicklung und die Einführung der ersten Generation von BMW M5 und BMW M3 sowie deren Weiterentwicklung erlebt und verantwortet Prommesberger mit. Dies alles zählt zu den Höhepunkten seiner erfolgreichen Karriere bei BMW.

Adolf Prommesberger – vier Jahrzehnte im Hause BMW – hat als Denker und Strategie sowie langjähriger Vorsitzender der Geschäftsführung über viele Jahre die Geschehnisse der sportlichen BMW-Tochter mitgeprägt. Zunächst in den erfolgreichen frühen 1980er-Jahren, der „Nach-Neerpasch-Ära“. Anschließend entwickelt Prommesberger in den 1990er-Jahren, neben vielen sportlichen Erfolgen, die „BMW M GmbH“ entscheidend weiter. So entstehen beispielsweise mit den M-Sportpaketen und zahlreichen M-Accessoires neue Produktangebote. Durch gezieltes Marketing wird der Wert der BMW-Tochter stetig gesteigert. Die Entwicklung von Komplettfahrzeugen wird ebenfalls weiter vorangetrieben. Zudem wird mit der „BMW Individual GmbH“ eine Submarke gegründet, die mit maßgeschneiderten Ausstattungspaketen, speziellen Lackierungen, Lederfarben und dem Interieur auf ausgefallene, individuelle Kundenwünsche eingeht. Ebenso wird der Kundschaft ein Fahrertrai-

ning am Münchner Flughafen angeboten, heute bekannt unter dem Namen „Driving Experience“. Neben seinen Managementfunktionen im Bereich der „BMW Motorsport GmbH“ und bei der späteren „BMW M“, nimmt Prommesberger davor und dazwischen auch verschiedene andere Aufgaben im BMW-Konzern wahr.

Doch wie begann das alles? Die außergewöhnliche Karriere des gelernten Maschinenbauers und Wirtschaftsingenieurs Adolf Paul Prommesberger, geboren 1942 in München, beginnt genau dort. Nach seiner Berufsausbildung zum Maschinenbauer sammelt er erste praktische Berufserfahrung im Werkzeugmaschinenbau und in der Kunststoffindustrie, bevor ihn die Bundeswehr zum 1. April 1963 in eine Nachschubkompanie der Flugzeugführerschule A einzieht. Der junge interessierte Rekrut hinterfragt dort kritisch die bestehenden Ablaufprozesse der Lagerwirtschaft. Schnell erkennt Prommesberger erhebliche Defizite und Verbesserungspotenzial. Schließlich restrukturiert der Wehrpflichtige beim Luftwaffennachschub das Lagerwesen.

Mit dem erworbenen Fachwissen bewirbt sich Prommesberger Ende 1964 bei dem Flugzeugbauer Dornier und parallel bei dem Auto- und Motorradbauer BMW, den Bayerischen Motoren Werken, als „Nachwuchskraft“ für den Ersatzteildienst. Für den jungen Prommesberger ist der tägliche Arbeitsweg von München-Solln zu BMW wesentlich kürzer als der zu Dornier nach Oberpfaffenhofen. Zudem findet er Automobile viel spannender als Flugzeuge. Somit ist die Entscheidung schnell gefallen. Er unterschreibt 1965 bei den Bayerischen Motoren Werken. Nun beginnt der lange und erfolgreiche Weg des Adolf Prommesberger beim Münchner Autobauer. Er klettert in Rekordzeit die Karriereleiter hinauf: Vom Ersatzteilsachbearbeiter im BMW-Servicebereich wird er vier Jahre später, 1969, zum Verkaufsreferenten für Ersatzteile und Zubehör befördert. Parallel dazu überträgt man dem jungen Mitarbeiter – nach der Übernahme des Nachbarn GLAS aus Dingolfing – schon Integrationsverantwortung. Früh erkennt BMW das Potenzial, das in Adolf Prommesberger steckt. Im Jahre 1971 wird er Assistent der Teiledienst-Vertriebsleitung und ein Jahr später erhält er bereits erste Führungsverantwortung als Gruppenleiter für Planung und Strategie des BMW-Teilevertriebs. Mit 30 Jahren folgt schließlich die Ernennung zum Abteilungsleiter „Vertrieb & Marketing“ für Ersatzteile und Zubehör. Zu diesem Zeitpunkt ist Prommesberger erst acht Jahre bei BMW beschäftigt.

Zum Hauptabteilungsleiter für „Vertriebslogistik & Distribution“ wird er mit gerade einmal 36 Jahren berufen. Vier Jahre später schließlich, 1983, erfolgt die Ernennung zum Motorsportdirektor und Geschäftsführer der elf Jahre zuvor gegründeten „BMW Motorsport GmbH“. Adolf Prommesberger ist nun mit 40 Jahren der seinerzeit jüngste Prokurist im Hause BMW. Sein Berufsweg setzt sich auch nach dem Formel 1-Motorsportengagement weiter rasant fort. Zumeist begleitet Prommesberger Funktionen mit Auslandsbezug. Als er 1985 zum Bereichsleiter des weltweiten Teileverkaufs berufen wird, verantwortet er die globale Vertriebssteuerung und -dis-

BMW AG

Mitteilung
Organisation und
Zentrales Personal- u. Sozialwesen



Thema	Nr.	vom
Organisationsänderung/ Ernennungen ZS, Ressorts A und E	7	07.04.1983
	Rückfragen bei Tel. FS-14/4534 PZ-13/2605	

Mitglieder des Vorstandes,
Obere und Mittlere Führungskräfte

Herr Prommesberger übernimmt den Vorsitz der Geschäftsführung der BMW Motorsport GmbH, ZS, und behält gleichzeitig seine Funktion als Leiter der Distribution (VS-3).

Herr Assmann, bisher FC-10, übernimmt die Leitung von ZS-K "Kaufmännische Verwaltung".

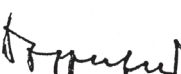
Gleichzeitig übernehmen

Herr Merz die Leitung von EP-3 "Konzern-Entwicklungsfragen",

Herr Weisbarth die Leitung von ET-2 "Produkt-Sicherheitsanalyse und Unfallstatistik" und

Herr Gubitz die Leitung von AK-16 "Technische Kommunikation".


 v. Kuenheim


 Doppelfeld


 Dr. Radermacher


 Dr. Sarfert

tribution aller BMW-Produkte, inklusive Fahrzeuge und Ersatzteile. Parallel dazu ist er mehrere Jahre als Vorsitzender des Außenwirtschaftsausschusses (VDA) tätig.

Im Jahre 1989 bietet sich ihm die Chance, als Senior Vice President Leiter der BMW-Region Übersee zu werden. Diese Organisationseinheit umfasst seinerzeit alle Länder außerhalb von Europa, USA und Kanada. Wieder eine globale Rolle, die er für sechs Jahre innehat. Zu seinen Aufgaben gehört damals die unternehmerische Führung des Vertriebsgeschäftes und die Verantwortung für vier Tochtergesellschaften. BMW hat seinerzeit in Südafrika eine Produktions- und Vertriebsgesellschaft mit rund 2.000 Mitarbeitern, sowie Tochtergesellschaften in Japan, Australien und Neuseeland. Darüber hinaus gibt es damals mehr als 80 freie Importeure, von denen einige ebenfalls Produktionsstätten betreiben, wie beispielsweise in Thailand, Indonesien und Malaysia. Eine besondere Rolle spielen immer wieder Markterschließungsprojekte: Ende der 1980er- und Anfang der 1990er-Jahre werden weitere Märkte wie Mexiko, die Philippinen, Vietnam und Brasilien unter ihm aufgebaut. Schließlich wird er 1994 erneut zum Vorsitzenden der nun in BMW M umbenannten Tochterfirma ernannt.

Herr Prommesberger, was machte für Sie die „Faszination“ an und im Unternehmen BMW in all den Jahren aus? „Zum einen ist es das kontinuierliche Wachstum, das BMW bisher gezeigt hat und dass man sich bei allen Herausforderungen auch künftig vorgenommen hat. Dieses Wachstum ist und wird die Grundlage, Mitarbeitern und Führungskräften eine Heimat zu geben. Zweitens, auf unterschiedliche Entwicklungen einzugehen, sich anzupassen, ohne sich zu verbiegen und diese Strömungen sogar für sich zu nutzen. Hierzu gehört insbesondere die Fähigkeit, aus der damaligen ‚Nische‘, eine Premiumstrategie zu entwickeln, mit dem Ziel, sie weltweit in den Köpfen der Kunden zu verankern. So wird heute das Segment ‚Premium‘ mehr denn je durch BMW, seine Produkte und Dienstleistungen definiert. BMW ist heute eine weltweite Premiummarke. Drittens ist es aus meiner Sicht BMW-eigen, in ganzheitlichen Lösungen zu denken und zu handeln. So baut BMW nicht nur Autos und Motorräder, sondern ist auf dem Weg, Mobilität umfassend zu gestalten. Beispiele dafür sind Arbeitsweisen, Prozesse, Technologien und Innovationen bis zum Wasserstoffantrieb und ein umfassendes Engagement in Kultur und Sport. Diesem fühlen sich alle verpflichtet. Dabei ist der Einklang zwischen den Interessen der Kunden und Partner, der Führung und Mitarbeiter, der Unternehmenseigner und Sozialpartner das entscheidende Erfolgskriterium. Mit dem Ergebnis, dass über Jahrzehnte alle zu Gewinnern geworden sind.“

In seinem interessanten und spannenden Leben – zeitweise in der Welt des Motorsports und darüber hinaus – macht Adolf Prommesberger die Bekanntschaft zahlreicher prominenter Persönlichkeiten, Showgrößen und heutigen Legenden. Ob er sich in Paris mit Karl Lagerfeld trifft und sie gemeinsam, in dem vom Modedezaren gestalteten 7er-BMW, kreuz und quer über die Boulevards der französischen Hauptstadt gleiten ... Adolf Prommesberger ist ein Zeitzeuge, der als BMW-Motorsport-Boss vielen berühmten Menschen aus aller Welt begegnet. Mit

Bernie Ecclestone und Nelson Piquet feiert er den Formel-1-Titel, und zusammen mit Schauspiellegende Joachim Fuchsberger jagt er im BMW Z3-Cabrio über die australische Formel-1-Strecke in Melbourne. Die italienische Automobil-Designerlegende Sergio Pininfarina trifft Prommesberger ebenso, wie er auf der Motorshow in Tokio mit dem ehemaligen VW-Konzernchef Ferdinand Piëch fachsimpelt. Michael Schumacher unterhält sich beim festlichen Empfang zu Ehren seines ersten Weltmeistertitels lieber weiter mit Adolf Prommesberger und lässt dafür RTL mit seiner Live-Schalte warten. König Karl Gustav von Schweden präsentiert er persönlich den neuen BMW M5 und den automobilbegeisterten Rowan Atkinson („Mr. Bean“) lernt er bei den 24 Stunden von Le Mans kennen und schätzen. Prommesberger macht ebenso Bekanntschaft mit gekrönten Häuption, wie König Albert II. von Belgien oder dem Prinzen und späteren König von Thailand. Politiker, wie Bundesverkehrsminister Jürgen Warnke oder den bayerischen Innenminister und späteren Ministerpräsidenten Günther Beckstein lernt er kennen und natürlich alle damaligen Fahrer und Protagonisten des Formel-1-Zirkus. Die Liste der Namen ließe sich beliebig fortsetzen.

Der Münchner ist ein BMW-Urgestein, eine M-Legende und ein Treuer dazu. Von 1965 bis 2003 bleibt Prommesberger ununterbrochen in verschiedenen Funktionen und Tätigkeiten den Bayerischen Motoren Werken verbunden. Insgesamt 488 Monate lang. Ein Leben für BMW.

- 3 A. P. Prommesberger Anfang 1983 als neuer Chef der BMW Motorsport GmbH hinter seinem Schreibtisch.
- 4 A. P. Prommesberger als BMW M Chef in den späten 1990er-Jahren bei einem Vortrag in Washington vor Kongressabgeordneten.
- 5 A. P. Prommesberger als Chef der weltweiten BMW Distribution.
- 6 A. P. Prommesberger mit Eberhard von Kuenheim (IAA Frankfurt).
- 7 A. P. Prommesberger 2 v.l. mit Ferdinand Piëch bei der Tokio Motorshow 1991.
- 8 A. P. Prommesberger mit Michael Schumacher 1994 im DEKRA Gebäude in Stuttgart zur Ehrung anlässlich seines ersten Formel 1-Weltmeistertitels.
- 9 A.P. Prommesberger nach dem Sieg in der Formel 1 Weltmeisterschaft 1983.
- 10 A. P. Prommesberger mit Nelson Piquet 1983 und 20 Jahre später bei einem Wiedersehen in Le Mans.
- 11 A. P. Prommesberger im Gespräch mit Designikone Sergio Pininfarina.
- 12 A. P. Prommesberger mit Formel 1-Konstrukteur Gordon Murray.
- 13 A. P. Prommesberger mit Armin Johl Chef der Firma SEEGER Lederwarenmanufaktur beim GP in Monaco.
- 14 A. P. Prommesberger mit König Carl Gustaf von Schweden bei der Präsentation des neuen BMW M5.
- 15 A. P. Prommesberger mit BMW Z8 bei der Präsentation in Los Angeles.
- 16 A. P. Prommesberger mit Dr. Mario Theissen und dessen Gattin.

