

Presse-Information
21. Dezember 2012**BMW Group und Local Motors geben Gewinner der zweiten Phase der „BMW Urban Driving Experience Challenge“ bekannt.****Auszeichnung für „BMW Light My Way“, das beste Zukunftskonzept für umweltfreundliche Fahrzeug-Funktionen im urbanen Umfeld.**

München. Die BMW Group und Local Motors geben die Gewinner der zweiten Phase der „BMW Urban Driving Experience Challenge“ bekannt. Im Rahmen des Wettbewerbs wurde die Local Motors-Community, die aus mehr als 30,000 Designern, Ingenieuren, Herstellern und Enthusiasten besteht, dazu aufgefordert, sich intensiv mit der Entwicklung von Features und Funktionen für Premiumfahrzeuge zu beschäftigen, bei denen das Wohl der Umwelt zentrales Thema ist. Die dreiwöchige zweite Phase des Wettbewerbs hat am 15. November begonnen und endete am 6. Dezember.

Ziel dieses Wettbewerbs war es, ein wertschöpfendes, sozialverantwortliches Fahrzeug zu entwickeln, das zum globalen Wohlergehen beiträgt. In dem Wettbewerb ging es nicht nur um das Fahrerlebnis. Es ging vielmehr darum, BMW und MINI Fahrzeuge mit Fokus auf das Wohlergehen einer Gegend, einer Gemeinschaft, einer Stadt und der Welt als Ganzes weiterzuentwickeln.

„Mit dem kreativen Prozess der BMW Urban Driving Experience Challenge haben wir in der Art, wie wir denken und innovativ sind, ganz neue Wege beschritten“, sagt Dr. Christoph Grote, Geschäftsführer der BMW Forschung und Technik GmbH. „Die spannenden Vorschläge der Teilnehmer werden uns sicherlich in unserer Vorentwicklungsarbeit für nachhaltige Mobilitätslösungen der Zukunft in einem urbanen Umfeld als Inspiration dienen.“

Firma
BMW Austria
Gesellschaft mbHPostanschrift
PF 303
5021 SalzburgTelefon
+43 662 8383 9100Internet
www.bmwgroup.com

Für die BMW Group ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Zusammen mit dem Team von Local Motors unternimmt die BMW Group Vorstöße jenseits herkömmlicher Konzepte von Nachhaltigkeit und grünem Denken, um die nächste Generation von Features und Funktionen für Premium-Fahrzeuge zu definieren, die den Fahrer und das Fahrzeug mit der Gemeinschaft als Ganzem vernetzen.

Presse-Information
Datum 21. Dezember 2012
Thema BMW Group und Local Motors geben Gewinner der zweiten Phase der „BMW Urban Driving Experience Challenge“ bekannt.
Seite 2

Am Ende des Wettbewerbs prüfte ein Team von BMW Führungskräften die eingereichten Vorschläge, und das BMW Management wählte die besten zehn Konzepte aus. Schließlich stimmte die Local Motors Community über diese zehn Vorschläge ab. Bei der Auswahl der Finalisten war maßgeblich, wie gut sie die in den Designvorgaben festgelegten Kriterien erfüllten.

„Ich bin so stolz und begeistert, wenn ich mir die Konzepte ansehe, die von der Local Motors-Community im Rahmen dieser BMW Urban Driving Experience Challenge eingereicht wurden“, so Jay Rogers, Mitbegründer und CEO von Local Motors. „Die Ideen für diesen Wettbewerb kamen aus der ganzen Welt: von Designern, Ingenieuren und Fahrzeugenthusiasten aus mehr als 30 Ländern und von 5 Kontinenten. Herzlichen Glückwunsch und ein Dankeschön an alle Teilnehmer.“

Der erste Platz ging an Cosmin Mandita (alias mandita) aus Rumänien für sein Konzept BMW Light My Way. Cosmin Mandita erhält einen Geldpreis in Höhe von \$ 7.500 und einer Reise nach München, wo er Dr. Christoph Grote, Geschäftsführer BMW Group Forschung und Technik GmbH, treffen wird. Platz zwei und drei, die mit einem Geldpreis von \$ 2.500 bzw. \$ 1.500 dotiert sind, gingen an Xavier Gordillo (alias chavito) aus Spanien für sein Konzept BMW Connected Park und James Lin (alias jamesl) aus New York, USA für sein Konzept The Lifeboat. Details zu allen Konzepten sind unter diesem [Link](#) einsehbar.

Die vollständige Liste der Finalisten:

1. Platz: BMW Light My Way von Cosmin Mandita
2. Platz: BMW Connected Park von Xavier Gordillo
3. Platz: The Lifeboat von James Lin
4. Platz: Energy Harvesting-2025 von Devon Palmer
5. Platz: BMW SRP von Tram
6. Platz: BMW Intelligent Drive von Prestige



Presse-Information
Datum 21. Dezember 2012
Thema BMW Group und Local Motors geben Gewinner der zweiten Phase der „BMW Urban Driving Experience Challenge“ bekannt.
Seite 3

- 7. Platz: Emergency Urban Reward Program (EURP) von Gopi Thambirajah
- 8. Platz: The Beamer von Ajay Rao
- 9. Platz: BMW I-Care von Boris Shwarzer
- 10. Platz: BMW Driver's Social Network von Francesco Angioloni

„Dieser Wettbewerb war nicht einfach“, resümiert Rogers. „Die Local Motors-Community und das BMW Team haben die Forschungsaktivitäten im Automobilbereich und die Entwicklung von Funktionen der nächsten Generation auf ein komplett neues Niveau gehoben. In enger Partnerschaft sind höchst innovative Konzepte entstanden, die die Zukunft von Premiumfahrzeug-Funktionen im urbanen Umfeld sicherlich neu definieren werden. Ich freue mich jetzt schon auf alles, was folgt.“

Weitere Informationen zur „Urban Driving Experience Challenge“ finden Sie unter www.localmotors.com/bmw.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg
Tel.: +43 662 8383 – 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2
4400 Steyr
Tel: +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at



Presse-Information
Datum 21. Dezember 2012
Thema BMW Group und Local Motors geben Gewinner der zweiten Phase der „BMW Urban Driving Experience Challenge“ bekannt.
Seite 4

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Website: www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>