



CONCORSO D' ELEGANZA
VILLA D' ESTE

dal
1929

Presse Information 25. Mai 2015

Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2015: Strahlende Sieger beim traditionellen Classic Weekend am Comer See

Alfa Romeo 8C 2300 Spider gewinnt Trofeo BMW Group +++ Publikumspreis Coppa d'Oro Villa d'Este geht an Ferrari 166M Barchetta +++ Bentley Exp 10 Speed Six Coupé erhält Concorso d'Eleganza Design Award +++ Münch-4 TTS-E Sieger des Concorso di Motociclette +++ Tausende Fans historischer Automobile und Motorräder erlebten in Cernobbio ein glanzvolles Wochenende unter dem Motto Seventies Style

München/Cernobbio. Mit einer beeindruckenden Parade aller an den Schönheitskonkurrenzen teilnehmenden Automobile und Motorräder und der Bekanntgabe der diesjährigen Preisträger ging am späten Sonntagnachmittag vor Tausenden von Zuschauern ein glanzvolles Classic Weekend am Comer See zu Ende. Der Concorso d'Eleganza Villa d'Este hatte wieder einmal seine Ausnahmestellung unter den exklusiven Veranstaltungen für historische Fahrzeuge unterstrichen. Zwei Tage lang drehte sich alles um wertvolle Klassiker und ungewöhnliche Concept Cars. Das Motto „Seventies Style – The Jet Set is back“ bildete bei sonnigem Wetter und angenehmen Temperaturen mit einer Vielzahl von Sonderschauen und Programmhilights den passenden Rahmen für ein unvergessliches Wochenende.

Das Beste kam wie immer am Schluss: Mit dem Trofeo BMW Group verlieh die Experten-Jury die damit verbundene Auszeichnung „Best of Show“ als krönenden Höhepunkt der Veranstaltung an den Alfa Romeo 8C 2300 Spider aus dem Jahre 1932. Das Publikumsvotum zum Coppa d'Oro Villa d'Este entschied der Ferrari 166M

Barchetta aus dem Jahr 1950 für sich. In der Wertungsklasse „Concept Cars and Prototypes“ wurde der Bentley Exp 10 Speed Six Coupé mit dem Concorso d'Eleganza Design Award ausgezeichnet. Zum fünften Mal wurde in diesem Jahr der Concorso di Motociclette, ein Schönheitswettbewerb für klassische Motorräder, ausgetragen. Als Sieger erhielt die Münch-4 TTS-E aus dem Jahr 1973 die Trofeo BMW Group für Motorräder.

Viel Applaus vom fachkundigen Publikum aus aller Welt

Die Parks und Grünanlagen des Grand Hotel Villa d'Este und der benachbarten Villa Erba erwiesen sich einmal mehr als ideale Kulisse für die hochkarätige und traditionsreiche Veranstaltung rund um historische Automobile und Motorräder. Mit viel Applaus begleiteten die Besucher aus aller Welt die Paraden der Wettbewerbsfahrzeuge, bei denen die Eleganz und Ästhetik der Raritäten auf vier und zwei Rädern ebenso zum Tragen kamen wie die Extravaganz der Prototypen und Concept Cars.

Sonderausstellungen zum Motto Seventies Style

Zum stimmungsvollen Ambiente trugen auch die verschiedenen Sonderschauen und das Motto der Veranstaltung „Seventies Style“ bei. So wurde das Jubiläum „90 Jahre Rolls-Royce Phantom“ mit einer eigenen Wertungsklasse im Schönheitswettbewerb gewürdigt. Das 70er Jahre Thema fand sich in einer Sonderausstellung zum 40-jährigen Bestehen der BMW 3er Reihe ebenso wieder wie bei der Ausstellung ausgesuchter BMW Art Cars. Die ersten vier Exemplare des einzigartigen Projekts, bei dem Kunst und Automobil eine ungewöhnliche Symbiose eingehen, waren ebenso zu sehen wie das jüngste Exemplar der Sammlung, die aus insgesamt 17 Fahrzeugen besteht. 1975 hatte Alexander Calder erstmals einen BMW Rennwagen bemalt. Noch in der gleichen Dekade folgten Kunstwerke auf Rädern von Frank Stella, Roy Lichtenstein und Andy Warhol 2010 schuf Jeff Koons das jüngste Modell der BMW Art Cars Collection. Alle fünf in Cernobbio gezeigten BMW Art Cars gingen übrigens jeweils im berühmten 24-Stunden-Rennen von Le Mans an den Start.

Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft

Die Geschichte des Concorso d'Eleganza Villa d'Este begann im Jahr 1929, als an gleicher Stelle erstmals ein Schönheitswettbewerb für Automobile stattfand. In diesem

Jahr wurde das exklusive Treffen zum elften Mal gemeinsam von der BMW Group Classic und dem Grand Hotel Villa d'Este veranstaltet. Heute werden am Comer See nicht nur besonders wertvolle und rare historische Fahrzeuge präsentiert, sondern die gesamte Veranstaltung schlägt eine Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der mobilen Ästhetik. Dies wird deutlich an den visionären Entwürfen der gezeigten Prototypen und Concept Cars und wird darüber hinaus in jedem Jahr durch neue BMW Konzeptstudien unterstrichen, die allerdings nicht an den Wettbewerben teilnehmen.

Weltpremiere für zwei BMW Konzeptstudien

In diesem Jahr präsentierte die BMW Group zwei Aufsehen erregende Konzeptstudien. Mit dem BMW 3.0 CSL Hommage setzte das BMW Design Team ein besonderes Ausrufezeichen und ehrte eine zeitlos klassische BMW Coupé-Ikone der 70er Jahre, den BMW 3.0 CSL. „Mit unseren Hommage Cars zeigen wir, wie stolz wir auf unsere Herkunft sind, und gleichzeitig wie bedeutend die Vergangenheit für unsere Zukunft sein kann. Mit dem BMW 3.0 CSL Hommage verneigen wir uns vor der Ingenieursleistung, die beim BMW 3.0 CSL hinsichtlich Leichtbau und Fahrleistungen vollbracht wurde. Die Hommage überträgt den Charakter des damaligen Fahrzeugs in Form von intelligentem Leichtbau und modernen Materialien in die heutige Zeit und zeigt ihn in einer neuen, aufregenden Gestalt“, erläutert Adrian van Hooydonk, Leiter BMW Group Design, die Herangehensweise an den BMW 3.0 CSL Hommage.

Da der Concorso d'Eleganza Villa d'Este auch der Schönheit auf zwei Rädern verpflichtet ist, steuerte BMW Motorrad eine zweite Weltpremiere bei: Mit dem BMW Motorrad „Concept 101“ zeigte das BMW Motorrad Design Team ein vollkommen neues Verständnis des Tourers: Elegant, exklusiv, extrovertiert und getragen von purer Kraft. Unter dem Motto „The Spirit of the Open Road“ entstand ein leistungsstarkes, emotionales und höchst exklusives Sechszylinderfahrzeug, mit dem jede Fahrt zu einem besonderen Erlebnis wird.

Weitere Informationen finden Medienvertreter unter www.concorsodeleganzavilladeste.com sowie unter www.press.bmwgroup.com (Suchwort „Concorso“).

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Konzernkommunikation und Politik

Stefan Behr
BMW Group Classic, Leiter Pressekommunikation und Events
Telefon: +49-89-382-51376
mailto: Stefan.Behr@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

BMW Group Classic

Gabriele Fink
Konzernkommunikation und Politik
Leiterin BMW Museum, BMW Group Classic Kommunikation
Telefon: +49-89-382-51375
mailto: gabriele.fink@bmw.de
Internet: www.bmwgroup.com

BMW Museum – Geschichte zum Anfassen

In dem Ensemble aus BMW Welt, Museum und Werk können Besucher jeden Alters hautnah die Historie, Gegenwart und Zukunft der Marke BMW erleben. Dabei nimmt das BMW Museum eine wichtige Funktion ein. Seit seiner Neueröffnung im Jahr 2008 präsentiert es erfolgreich die BMW Historie und gibt einen Ausblick in die Zukunft. Das Thema Mobilität geht das Museum auch für junge Besucher umfassend an. Mit dem Junior Museum bietet es für Kinder und Jugendliche ein spezielles Programm, dessen pädagogisches Konzept auf spielerisches Entdecken setzt. Auch das Museum selbst hat schon Geschichte: Es ist eines der ältesten Automobilmuseen Deutschlands, wurde 1973 erbaut und steht seit 1999 unter Denkmalschutz.

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

