

# Отличия за BMW в анкетата сред читателите на auto motor und sport.



**BMW Серия 5 с успех при „BEST CARS 2015“, BMW i8 печели „International Paul Pietsch Award“.**

BMW Серия 5 печели в анкетата „BEST CARS 2015“ сред читателите на специализираното списание auto motor und sport при автомобилите от горния сегмент на средния клас и с това затвърждава първото си място от миналата година. От 2011 година читателите пет пъти подред отреждат на бизнес-модела на първото място. Отличието „International Paul Pietsch Award“ за особено иновативни технически разработки отново е за BMW. След BMW i3 през миналата година през 2015 година е отличено BMW i8. Наградите бяха връчени по време на тържествено събитие в Щутгарт.

## **BMW Серия 5 от години е най-популярният бизнес-модел.**

С 23,9 % от подадените гласове BMW Серия 5 отново се изкачва на първото място при автомобилите от горния сегмент на средния клас в анкетата „BEST CARS 2015“ на auto motor und sport. С това читателите на специализираното издание потвърждават световния успех на това моделно семейство. През 2014 година BMW Серия 5 е предпочетено от 373 053 купувачи, което го превърща отново в най-популярния модел в своя сегмент – след като и през 2013 година също е най-успешният бизнес-модел на света. След силните страни на BMW Серия 5 са всеобхватната гама от ефективни и динамични двигатели, типичната за BMW динамика на управлението, интелигентното двойно задвижване xDrive, иновативните мобилни услуги и ексклузивните приложения на BMW ConnectedDrive, както и трите варианта на каросерията.

## **BMW i8 получава „International Paul Pietsch Award“ като „Спортен автомобил от съвсем нов тип“.**

„International Paul Pietsch Award“ също е присъдена на BMW. BMW i8 е отличено като най-иновативната техническа концепция и продължава успеха на BMW i3, носител на наградата през миналата година. Иновативният хибриден спортен автомобил е избран от 28 главни редактори на международни автомобилни списания от 21 държави. С 50 % от гласовете BMW i8 печели първото място много убедително. В мотивите се казва: „Plug-in хибридното BMW, което е на пазара от средата на 2014 година, е олицетворение не само на устойчивия спортен автомобил на следващите десетилетия. Със смелите си, емоционални линии забележителният модел с „летящи“ врати показва и новите насоки в дизайна и аеродинамиката. Задвижването му впечатлява с трицилиндровия турбомотор, както и с мощното електрическо задвижване с литиево-йонни батерии. Пътническата клетка от карбонов композит демонстрира стремежа към последователно олекотяване на конструкцията. BMW i8 по необикновен и впечатляващ начин комбинира множество модерни технологии в един автомобил и съчетава икономичността и динамиката в един спортен автомобил от съвсем нов тип.“

Анкетата „BEST CARS“ сред читателите на специализираното списание auto motor und sport е сред най-важните германски отличия в автомобилния бранш, провежда се ежегодно и се цени много високо от производителите. През 2015 година най-добрите автомобили са отличени за 39-ти път. Тази година бяха номинирани 386 модела в 11 категории. В анкетата участваха общо 112 471 читатели чрез писма или онлайн-гласуване.

**BMW Group България Корпоративни комуникации**

Христина Пейчева, Мениджър Корпоративни комуникации BMW Group България

T: +359 2 80 60 733, F: +359 2 80 60 710

Прес портал: <https://www.press.bmwgroup.com/bg.html>

E-mail: [Hristina.Peycheva@bmwgroup.com](mailto:Hristina.Peycheva@bmwgroup.com)

--

**BMW Group**

С трите си марки BMW, MINI и Rolls-Royce BMW Group е най-успешният премиум производител на автомобили и мотоциклети в света със своите марки. Като световна компания BMW Group управлява 30 предприятия за производство и сглобяване в 14 държави и има мрежа за продажби в над 140 държави.

През 2014 г. BMW Group е реализирала 2 117 965 млн. автомобила и над 120 000 мотоциклета в целия свят. Печалбата преди облагане с данъци за 2013 г. е 7.91 млрд. евро при приходи от 76,06 млрд. евро. Към 31 декември 2013 г. работната сила на BMW Group възлиза на приблизително 110 351 служители.

Успехът на BMW винаги се е градил на дългосрочно мислене и отговорни действия. По тази причина компанията е изградила екологична и социална устойчивост по цялата верига, пълна отговорност за продуктите и ясен ангажимент за опазване на околната среда като неделима част от стратегията си.

[www.bmwgroup.com](http://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>

[www.bmw.bg](http://www.bmw.bg); [www.mini.bg](http://www.mini.bg)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWBulgaria>;

[www.facebook.com/MINI.Bulgaria](http://www.facebook.com/MINI.Bulgaria)

You Tube: <http://www.youtube.com/BMWBulgaria>;

<http://www.youtube.com/MINIBulgaria>

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