

Presse-Information
17. September 2012

Die BMW Group kooperiert mit der Online Community Local Motors.

**Gemeinsamer Ideenwettbewerb „Urban Driving Experience
Challenge“ ist mit 30.000 US-Dollar dotiert.**

München. Die BMW Group und Local Motors starten erstmalig einen gemeinsamen Ideenwettbewerb, um Fahrzeugmerkmale und -funktionen zu definieren, die das urbane Fahrerlebnis im Jahr 2025 prägen werden. Ziel dieses Projekts, bei dem die BMW Group das weltweite Know-how der mehr als 20.000 Mitglieder der Online Community von Local Motors nutzen wird, ist es, neue Inspirationen und erweiterte Perspektiven für zukünftige Mobilitätslösungen zu gewinnen. Die erste Phase des Wettbewerbs beginnt am 25. September 2012.

Die „Urban Driving Experience Challenge“ von BMW und Local Motors ist ein Wettbewerb in zwei Phasen, bei dem Teilnehmer gezielt dazu aufgerufen werden, innovative Mobilitätslösungen der nächsten Generation zu entwickeln, die den wachsenden Bevölkerungszahlen in den Städten und den Herausforderungen in Megacities Rechnung tragen.

Zunehmende Urbanisierung, veränderte Infrastrukturen sowie Umweltverschmutzung erfordern Mobilitätslösungen, die eine Balance zwischen globalen Anforderungen und individuellen Bedürfnissen schaffen. BMW begegnet dieser Entwicklung bereits heute mit visionären Elektrofahrzeugen wie dem BMW i3 sowie Mobilitätsdienstleistungen, einem inspirierenden Design und einem Verständnis von Premium, das sich stark über Nachhaltigkeit definiert. In einem weiteren Schritt wird Konsumenten nun die Möglichkeit zur Teilnahme geboten.

„Mit Local Motors haben wir den perfekten Partner gefunden, um uns mit unserem Anspruch als Innovationsführer neuen, zukunftsweisenden und revolutionären Mobilitätslösungen zu öffnen“, sagt Dr. Christoph Grote, Geschäftsführer BMW Forschung und Technik GmbH. „Die Ergebnisse werden

Presse-Information

Datum: 17. September 2012

Thema: BMW Group kooperiert mit Local Motors.

Seite: 2

für BMW mit Sicherheit sehr wertvoll sein, und wir sind gespannt, inwieweit das gewonnene Know-how in die Serienproduktion einfließen kann.“

Local Motors setzt in den Bereichen Design, Entwicklung und Konstruktion auf „Co-Creation“, das heißt einen gemeinsamen, offenen Schöpfungsprozess des Unternehmens und der Community. Das 2007 gegründete Unternehmen mit Sitz in Phoenix im US-Bundesstaat Arizona, betreut eine Web-Community mit mehr als 20.000 Mitgliedern aus 130 Ländern – darunter viele Ingenieure, Industriedesigner und begeisterte Automobilliebhaber. Im Rahmen der Wettbewerbe und Projekte wurden bislang über 100.000 Entwürfe eingereicht.

„Wir freuen uns, das Know-how unserer Community nun mit der BMW Group, einem der weltweit führenden Automobilhersteller, teilen zu können, und ich wünsche mir, dass die Zusammenarbeit für beide Seiten von Erfolg gekrönt ist“, betont Jay Rogers, CEO und Mitbegründer von Local Motors.

Die erste Phase des Ideenwettbewerbs läuft vom 25. September bis 16. Oktober 2012. Detaillierte Designspezifikationen werden am 25. September auf der Website von Local Motors veröffentlicht. Die zweite Phase beginnt Mitte November. Insgesamt werden Preisgelder in Höhe von 30.000 US-Dollar verliehen. Außerdem erhalten die Gewinner des jeweiligen Wettbewerbs die Möglichkeit, zur BMW Zentrale nach München zu reisen und dort den Geschäftsführer der BMW Forschung und Technik GmbH zu treffen.

Ein kurzes Video, das die Idee zu diesem innovativen Wettbewerb erzählt sowie alle Informationen rund um die Teilnahme an der „Urban Driving Experience Challenge“ der BMW Group stehen online unter folgender Adresse zur Verfügung: www.LocalMotors.com/bmw.



Presse-Information

Datum: 17. September 2012

Thema: BMW Group kooperiert mit Local Motors.

Seite: 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Cypselus von Frankenberg, Leiter Technologiekommunikation
Telefon: +49-89-382-30641; E-mail: cypselus.von-frankenberg@bmw.de
Internet: www.press.bmwgroup.com

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 25 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. €, der Umsatz auf 68,82 Mrd. €. 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

www.bmwgroup.com

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

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

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