



Presse-Information
21. November 2012

„Auto Trophy 2012“: Dreifacher Erfolg für BMW. Leser der „Auto Zeitung“ küren den neuen BMW 3er und das BMW 1er Cabrio zu ihren Favoriten. In der Kategorie „Beste Werbung“ gewinnt die BMW Markenkampagne „Dynamik beginnt im Kopf“.

München. Der neue BMW 3er ist das beliebteste Auto der Mittelklasse, das BMW 1er Cabrio gewinnt in der Kategorie „Cabrios bis 30 000 Euro“ bei der „Auto Trophy 2012“. Auch die „Beste Werbung“ geht an BMW – hier wählten die Leser des Fachmagazins „Auto Zeitung“ die BMW Markenkampagne „Dynamik beginnt im Kopf“ an die Spitze. Abgerundet wird das hervorragende Ergebnis von BMW mit zahlreichen weiteren Top-3-Platzierungen für den BMW 5er, das BMW 6er Gran Coupé, den BMW 7er und den BMW X1.

Die Verleihung der „Auto Trophy 2012“ fand gestern im Düsseldorfer „Meilenwerk“ statt. Dort nahmen Dr. Herbert Diess, Mitglied des Vorstands der BMW AG Entwicklung, und Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG für Vertrieb und Marketing BMW, die von TV-Moderatorin Barbara Schöneberger und dem Chefredakteur der „Auto Zeitung“, Volker Koerdt, überreichten Trophäen für den Münchner Premium-Automobilhersteller entgegen.

Für den neuen BMW 3er ist der Klassensieg bei der „Auto Trophy“ nur wenige Wochen nach dem Gewinn des „Goldenen Lenkrads“ von „Bild am Sonntag“ und „Auto Bild“ bereits die zweite renommierte Auszeichnung innerhalb kürzester Zeit. „Den ersten BMW 3er präsentierten wir im Juli 1975 – seitdem ist dieses Konzept einzigartig: eine kompakte Karosserie im eleganten Design, moderne und leistungsstarke Motoren, der klassische Hinterradantrieb und eine sportliche Fahrwerksabstimmung. Die heutige Auszeichnung freut uns besonders und bestätigt, dass der neue BMW 3er auch in der sechsten Generation seine Erfolgsgeschichte fortführt“, erklärte Dr. Herbert Diess, Mitglied des Vorstands der BMW AG Entwicklung.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-51240

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum 21. November 2012
Thema **„Auto Trophy 2012“: Dreifacher Erfolg für BMW.**
Seite 2

Die neue BMW 3er Limousine wird seit Februar 2012 weltweit verkauft und überzeugt mit markentypischer Sportlichkeit und Effizienz sowie einem gegenüber dem Vorgänger nochmals optimierten Fahrkomfort und Raumangebot. Sportlich-elegante Linien und die Neuinterpretation der charakteristischen Frontansicht verleihen dem BMW 3er ein unverwechselbares Erscheinungsbild. Das aktuelle Modellprogramm umfasst fünf Benzinmotor- und fünf Dieselvarianten sowie den BMW ActiveHybrid 3. Der intelligente Allradantrieb BMW xDrive wird für vier Modelle angeboten. Im September hat auch der neue BMW 3er Touring seine Markteinführung erfolgreich absolviert. Die Leser der „Auto Zeitung“ wählten den neuen BMW 3er mit einem Stimmenanteil von 31,4 Prozent mit deutlichem Abstand auf den ersten Rang in der Mittelklasse.

Mit einem Anteil von 22,5 Prozent der abgegebenen Stimmen setzte sich das BMW 1er Cabrio in der Klasse „Cabrios bis 30 000 Euro“ durch. „Wir freuen uns sehr, dass das BMW 1er Cabrio bei den Lesern der Autozeitung so gut ankommt und heute bereits zum vierten Mal gewinnt“, erklärte Dr. Diess.

Den dritten Preis für die „Beste Werbung“ nahm Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG für Vertrieb und Marketing BMW entgegen. Ausgezeichnet wurde die BMW Markenkampagne „Dynamik beginnt im Kopf“. Die crossmedial konzipierte Kampagne interpretiert Dynamik auf neue Art und Weise. Emotionale Bildwelten bringen vermeintlich gegensätzliche Themen in einen logischen und harmonischen Zusammenhang. Dynamik bedeutet für BMW neben dynamischem Fahren auch dynamisches und zeitloses Denken. Die Kreativagentur Interone, München war bei der Kampagne federführend. Die deutsche Ableitung der Kampagne in Print verantwortet Serviceplan, Hamburg.

Die „Auto Trophy“ wurde in diesem Jahr bereits zum 25. Mal vergeben. Mehr als 110 000 Leser der „Auto Zeitung“ beteiligten



Presse-Information
Datum 21. November 2012
Thema **„Auto Trophy 2012“: Dreifacher Erfolg für BMW.**
Seite 3

sich an der Abstimmung, bei der sie aus insgesamt fast 400 aktuellen Modellen ihre Favoriten in 30 Kategorien kürten.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Bernhard Santer, Produktkommunikation BMW Automobile,
Telefon: +49-89- 382-24360, Fax: +49-89- 382-20626

Ralph Huber, Leiter Produktkommunikation BMW Automobile,
Tel: +49-89-382-68778, Fax: +49-89-382-20626

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de

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.

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>