



Presse-Information
März 2013

BMW i Design Concept Cars.

Concept Cars sind Designstudien mit großer Bedeutung für die Designteams von BMW: Ein eindrucksvolles Beispiel sind die zukunftsweisenden Studien der Submarke BMW i. Ihre Entwicklung steht für ein neues Verständnis von Premiummobilität mit einer konsequenten Ausrichtung auf Nachhaltigkeit. Sie stellen zudem alternative Antriebsformen, neue Materialien und ein modernes Fahrerlebnis in den Mittelpunkt - mit dem Ziel die besten von ihnen zur Serienreife zu führen.

BMW i3 Concept Coupé (2012).



Das moderne, klare und offene Design des BMW i3 Concept Coupé dokumentiert das Bewusstsein für Nachhaltigkeit, das hier zum festen Bestandteil der Premium-Charakteristik wird. In der speziell für Automobile der Marke BMW i entwickelten Formensprache bringt der Dreitürer vor allem Dynamik und Freude am Fahren zum Ausdruck. Die elegant fließende Coupé-Dachlinie und eine Neuinterpretation des für BMW i entwickelten Streamflow Designs im Bereich der Seitenfenstergrafik prägen das Erscheinungsbild der Carbon-Karosserie, die auf Antrieb Leichtigkeit, Transparenz und optimierte Aerodynamik-Eigenschaften erkennen lässt. Im Interieur wird das für BMW i typische großzügige Raumgefühl mit einer spezifischen Lounge-Atmosphäre auf den beiden Einzelsitzen im Fond kombiniert.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-20961

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum März 2013
Thema BMW i Design Concept Cars.
Seite 2

BMW i8 Concept Spyder (2012).



Das sportlich-emotionale Design des BMW i8 Concept Spyder vereint Leichtigkeit, Dynamik und Effizienz mit besonderer Ästhetik. Die Kombination aus intelligentem Leichtbau und hochmoderner Hybrid-Technologie verhilft dem BMW i8 Concept Spyder zu echter Sportwagen-Performance, während die Verbrauchswerte auf dem Niveau eines Kleinwagens liegen. Erreicht wird der Eindruck sportlicher Dynamik durch großflächige Karosseriebereiche, einen gedrungenen Stand und zahlreiche aerodynamische Elemente wie Anlaufflächen, Abrisskanten, AirCurtains und aeroflaps.

BMW i3 Concept (2011).



Das Design des elektrisch angetriebenen BMW i3 Concept zeigt seine Stärke auf den ersten Blick: Die Studie ist die dynamische Interpretation eines visionären Automobils für den urbanen Raum. Ihr futuristisches One-Box-Design vereint größtmöglichen Innenraum mit kleinstmöglichem Footprint. Dank



Presse-Information
Datum März 2013
Thema BMW i Design Concept Cars.
Seite 3

dieses innovativen Setups erzeugt das klare Design des Innenraums ein Gefühl von Freiheit und Offenheit und schafft dabei ein völlig neues und umfassendes Raumempfinden.

BMW i8 Concept (2011).



Das Design des BMW i8 Concept verleiht dem perfekten Zusammenspiel von Technologie und Ästhetik Form. Seine Formensprache und die flache Silhouette vermitteln ein Gefühl von Dynamik. Große Fenster und sichtbare Aerodynamik geben einen unmittelbaren Eindruck der innovativen Leichtbaukonstruktion dieser Studie, die für maximale Effizienz steht. Ihr athletischer Charakter zeigt sich auch im State-of-the-Art Design des Innenraums, der sich durch maximale Fahrerorientierung und die Verwendung nachwachsender Rohstoffe auszeichnet.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum März 2013
Thema BMW i Design Concept Cars.
Seite 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Susanne Giuliani, BMW Group Design- und Lifestylekommunikation
Tel.: +49-89-382-20961, Fax: +49-89-382-20626

Nadja Horn, BMW Group Design- und Lifestylekommunikation
Tel.: +49-89-382-57185, Fax: +49-89-382-20626

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

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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>