



Presse-Information
18. September 2013

BMW wird Automobilpartner des International Mountain Summit.

Berg-Festival in Brixen fährt mit BMW. Präsentation des BMW Concept Active Tourer Outdoor als perfektes Fahrzeug für Outdoor-Sportler. Podiumsdiskussion zum Thema Mobilität am 18. Oktober 2013.

München / Brixen. Die neu vereinbarte Automobil-Partnerschaft mit dem Kiku. International Mountain Summit (IMS) in Brixen stärkt das Engagement von BMW für nachhaltige, sportliche Mobilität im Outdoor-Segment. Das sechstägige Berg-Festival (17. bis 22. Oktober 2013) lockt Bergsportler aus vielen Ländern nach Brixen in Südtirol und widmet sich mit Experten-Foren, Events und Erlebnistouren den Zukunftsfragen des Sports in der alpinen Welt.

„BMW passt mit seiner Modellpalette perfekt zum Thema Outdoor und einem aktiven, nachhaltigen Lebensstil. Der International Mountain Summit ist das bekannteste, wichtigste und auch aus sportlicher Sicht relevanteste Branchentreffen der Outdoor-Community“, erklärt Magnus Wiese, Leiter Events, Ausstellungen und Sportmarketing BMW Deutschland.

BMW stellt im Rahmen der Partnerschaft nicht nur die Fahrzeugflotte für die Organisation des Festivals zur Verfügung, sondern lädt auch Teilnehmer zu Probefahrten mit ausgewählten BMW Modellen ein. Dazu gehören unter anderem Fahrzeuge mit dem intelligenten Allradsystem BMW xDrive. Besonderes Interesse dürfte der neue BMW Concept Active Tourer Outdoor wecken. Das Konzept-Fahrzeug ist mit seinem großen Innenraum bei kompakten Außenmaßen speziell auf die Bedürfnisse von Outdoor-Sportlern wie Kletterern, Bergsteigern, Mountainbikern und Wanderern zugeschnitten. Angetrieben von einem Plug-in-Hybrid-Motor mit 2,5 l Verbrauch, verbindet das innovative Konzept des Fahrzeugs die BMW typische Fahrfreude mit nachhaltigen Antriebsvarianten und vielen cleveren Detaillösungen für den Transport der Sportausrüstung.

„Für beide Seiten, BMW und Bergsport, ist Nachhaltigkeit ein essentielles Thema. Im Sport und im Automobilbau geht es um Effizienz und Dynamik. Denn wer einen Gipfel erklimmen möchte, muss sich seine Kräfte optimal einteilen“, sagt Alex Ploner, Projektmanager Sponsoring beim IMS. Am zweiten Tag der IMS-Woche richtet BMW ein Forum zur Leitfrage aus: „Was bewegt uns?“ (18. Oktober, 15 bis 18 Uhr, Forum Brixen). Experten auf dem Podium gehen der Frage nach, wie Mobilität als

BMW **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**



Datum 18. September 2013
Thema BMW wird Automobilpartner des International Mountain Summit.
Seite 2

Mittel zum Zweck mit der Mobilität zum Selbstzweck zusammenhängen könnte, und schlagen damit eine Brücke von der Zukunft der automobilen Welt (zum Beispiel im Rahmen der Elektromobilität) zur Leidenschaft der Summit-Teilnehmer für das Wandern, Klettern oder Mountainbiken.

Aktuelle Pressemeldungen, Pressemappen und für redaktionelle Zwecke rechtfreies Bildmaterial zu den BMW Group Sportaktivitäten finden Sie unter:
www.press.bmwgroup-sport.com

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Sportkommunikation Jörg Kottmeier, Tel: +49 89 382 23401 E-Mail: Joerg.Kottmeier@bmw.de	BMW Produktkommunikation Michaela Wiese, Tel: +49 89 382 25358 E-Mail: Michaela.Wiese@bmw.de
---	---

BMW Sportkommunikation
Matthias Bode, Tel: +49 89 382 61742
E-Mail: Matthias-Benedikt.Bode@bmw.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.