

Presse-Information
25. Juni 2014

Next Premium: BMW i3 gewinnt Automotive Interiors Expo Award 2014.

Das Ambiente des BMW i3 überzeugt die internationale Fachjury durch Leichtigkeit, Großzügigkeit sowie durch den Einsatz von natürlichen und umweltschonend verarbeiteten Materialien.

München. Der nachhaltige Charakter des BMW i3 hat viele Facetten. BMW i steht für „next premium“, die nächste Generation von Luxus, die sich stark über die Nachhaltigkeit der verwendeten Materialien definiert. Das daraus resultierende Ambiente des BMW i3 ist während der Fahrt intensiv erlebbar und hat jetzt auch die internationale Fachjury des Automotive Interiors Expo Award 2014 überzeugt. Sie zeichnete den elektrisch angetriebenen BMW i3 mit dem Preis für das Serienfahrzeug-Interieurdesign des Jahres aus. Die Preisverleihung, mit der bereits zum dritten Mal besonders innovative Konzepte und Lösungen auf dem Gebiet der Innenraumgestaltung gewürdigt wurden, fand gestern im Rahmen der Fachmesse Automotive Interiors Expo in Stuttgart statt.

Im ganzheitlichen Konzept der Marke BMW i für Nachhaltigkeit spielen die Aspekte Materialauswahl und -einsatz eine zentrale Rolle. Dies gilt im großen Maßstab für die Verwendung von carbonfaserverstärktem Kunststoff (CFK) für die Fahrgastzellen der BMW i Automobile und kommt darüber hinaus in vielen Details der Innenraumgestaltung zur Geltung. Die charakteristische LifeDrive Architektur schafft neue Möglichkeiten für die Optimierung der Raumökonomie und für das Design des Interieurs. Das Material- und Farbkonzept beinhaltet eine außergewöhnlich umfassende Verwendung von nachwachsenden Rohstoffen und Recyclaten sowie von umweltschonend behandelten Holz- und Lederoberflächen.

Nachhaltigkeit soll bewusst im Fahrzeugdesign visualisiert werden, deshalb hat der BMW i3 einen modernen und futuristischen Look. Die großen, klaren Flächen sowie das lichte Ambiente stehen für saubere Luft und Emissionsfreiheit. Große Glasflächen inszenieren den Leichtbau und verleihen dem Innenraum einen luftigen Loungecharakter. Daneben bieten sie dem Fahrer einen besseren Blick auf den Straßenverkehr. Zum bequemen Einstieg und der erhöhten Sitzposition gesellt sich sowohl vorn als auch im Fond eine außergewöhnliche Bewegungsfreiheit aufgrund des über die gesamte Innenraumbreite hinweg ungeteilten Fußraums.

Datum: 25. Juni 2014

Thema: Innovativ, nachhaltig, wegweisend: BMW i3 gewinnt Automotive Interiors Expo Award 2014.

Seite: 2

Unterstrichen wird die ebenso innovative wie exklusive Anmutung durch BMW i typische Gestaltungsmerkmale und neuartige Materialien, deren besondere Eigenschaften sowohl sicht- als auch spürbar sind. Der im Innenraum des BMW i3 verwendete Kunststoff besteht zu 25 Prozent seines Gewichts aus Recycling-Material. Die für die Sitzoberflächen eingesetzten Textilien sind vollständig aus Recycling-Fasern gefertigt, die eine natürliche und zugleich hochwertige Oberflächenanmutung gewährleisten. Auch die Textilien für den Dachhimmel, die Innen- und Gepäckraumverkleidungen, die Instrumententafel sowie die Fußmatten entstammen einem nachhaltigen Produktionsverfahren. Die Türverkleidungen des BMW i3 bestehen aus Kenaf-Fasern, einem Malvengewächs, dessen natürliche Struktur auch im verarbeiteten Zustand erkennbar ist. Eukalyptus-Holz aus zertifiziertem Anbau in Europa dient als Rohstoff für Teile der Instrumententafel. Das für das Interieur des BMW i3 bestimmte Leder wird auf natürliche Weise mit einem Extrakt aus Olivenbaumblättern gegerbt.

Mit dieser konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Materialauswahl leistet auch das Interieurdesign einen maßgeblichen Beitrag zur hervorragenden Öko-Bilanz des BMW i3. Zudem macht es das ganzheitliche Konzept, das dem weltweit ersten von Beginn an für rein elektrische Mobilität entwickelten Premium-Automobil zugrunde liegt, auf Anhieb sichtbar.

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. 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 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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.

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>