

Presse-Information
August 2015

Die BMW Group auf der IAA 2015

München. Die **BMW Group** präsentiert sich vom 15. – 27. September in Frankfurt mit einer im Messeumfeld einzigartigen Architektur und markiert somit ein neues Niveau im Bereich des modernen Experiential Marketing.

Unter dem kommunikativen Dach der BMW Group versammeln sich die eindrucksvollen Auftritte der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce mit ihren starken und eigenständigen Identitäten.

Die gegenüber dem Messestand 2013 deutlich erweiterte Fahrbahn (nun 400 m), die erstmals fahraktive Inszenierungen der Marken BMW und MINI ermöglicht, ist die dominierende architektonische Geste des Auftritts 2015.

Die Innovationskraft, Dynamik und Vielseitigkeit der BMW Group werden so für den Besucher unmittelbar und eindrucksvoll erlebbar.

Mit mehr als 12.000 m² und zwei bebauten Ebenen ist der diesjährige Stand der bislang größte der BMW Group. Alle Innovationen, alle Neuheiten und das gesamte Produktportfolio stehen für Medienvertreter und Besucher bereit.

Technologie- und Produkthighlights der Marken BMW und MINI werden auf entsprechenden Bühnen, die in die Fahrbahn integriert sind, in kurzen Shows 20-mal pro Tag den Besuchern präsentiert. Die Bühne des BMW Auftritts umfasst die beeindruckende Breite von 50 Metern.

Digitalisierung intelligent genutzt: Erstmals ermöglicht BMW den Besuchern, anhand der BMW IAA App hinter die Kulissen des Auftritts zu blicken und vertiefende Inhalte zu den Innovationen und Fahrzeugen zu entdecken.

Die App bietet neben einem Audioguide, der durch die Ausstellung führt, auch Augmented Reality Features, die z.B. den neuen BMW 7er in einer neuen Dimension erlebbar machen.

Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW und Marketing Services BMW Group:
„Authentische und unverwechselbare Marken, herausragende neue Fahrzeuge und begeisternde Innovationen werden wegweisend inszeniert. Damit schaffen wir ein einmaliges Besuchererlebnis auf der IAA 2015.“

Das Highlight der diesjährigen Messepräsenz der **Marke BMW** ist der neue BMW 7er. Sein Anspruch, seine Innovationen und Eigenschaften sind Ausgangspunkt von Architektur und Inszenierung.

Presse-Information

Datum August 2015

Thema **Die BMW Group auf der IAA 2015**

Seite 2

Der BMW Stand ist im Stil eines Flagshipstores gestaltet, welcher durch Architektur und Inszenierung für die Besucher zum Erlebnisraum der Marke wird.

Der neue BMW 7er steht für modernen Luxus, der auf der IAA durch zeitgenössische Architektur, Detailqualität und modernste Technologien interpretiert wird und somit positiv auf alle anderen Modelle der Marke abstrahlt.

Im Zentrum des BMW Auftritts steht neben der Fahraktivität die Highlight-Inszenierung in Form einer Rotunde: Sie eröffnet dem Besucher beim Begehen wechselnde Perspektiven auf den neuen BMW 7er und geleitet ihn auf die großzügige Plaza im Obergeschoss.

Die Plaza mit der „BMW 7er Gallery“ bietet Einsichten in die Produksubstanz des BMW 7er und zeigt, was moderner Luxus bedeutet: Ästhetik, Liebe zum Detail, handwerkliche Exzellenz und das Verschieben von technologischen Grenzen in einer vernetzten Welt.

Dargestellt wird dies an Details des Fahrzeuges sowie an Beispielen höchster Manufaktur-Kunst aus anderen Bereichen wie zum Beispiel der Porzellan Manufaktur Nymphenburg.

Insgesamt drei Vertiefungsräume widmen sich den Fokusthemen des neuen Flaggschiffs der Marke BMW. Im Mittelpunkt der drei Inszenierungen: ein neuer BMW 7er mit M Sportpaket, ein neuer BMW 7er mit den Design Umfängen „Pure Excellence“ sowie die BMW eDrive Variante: der BMW 740Le.

Die Fahrzeuge werden begleitet von hochwertigen, intuitiv erfahrbaren Exponaten, die dem Besucher vertiefende Inhalte näher bringen. So ermöglicht die interaktive Multimediawand, die neue Gestiksteuerung schnell und eindrucksvoll auch außerhalb des Fahrzeuges zu erleben.

Der Besucher wird zum Flanieren, Entdecken und Verweilen eingeladen und begegnet dem neuen BMW 7er so auf ganz persönliche Weise. Kreisrunde Öffnungen in der Architektur ermöglichen spannende Einblicke und Perspektiven auf den gesamten Stand.

Sie schaffen großzügige Räume und gleichzeitig thematische Bezüge zwischen dem Luxussegment im Obergeschoss und dem Premiumsegment im Erdgeschoss.

Die **Submarke BMW i** rückt neben den aktuellen Fahrzeugen BMW i3 und BMW i8 die innovativen Ladekonzepte und Serviceangebote in den Mittelpunkt.

Presse-Information

Datum August 2015

Thema **Die BMW Group auf der IAA 2015**

Seite 3

Mit BMW Connected Living wird das nächste Innovationsfeld vorgestellt. Auf der diesjährigen IAA präsentiert BMW i erstmals intelligente Anwendungen, die weit über reine Mobilitätslösungen hinausgehen und tief in das Leben der Nutzer hineinreichen. Damit beweist BMW i einmal mehr seine Innovationskraft und wofür es steht: Zukunftsweisende, nachhaltige, individuelle Mobilität.

Vom Untergeschoss setzt sich der großzügige Auftritt von BMW i über die offene Architektur ins Obergeschoss mit der Präsentation des BMW i8 fort. Dort wird über zukunftsweisende Technologien wie Carbon Core und Laserlicht die Brücke zur Neuinterpretation von Luxus geschlagen.

BMW e Drive – Die Performance eines BMW TwinPower Turbomotors gepaart mit der Effizienz eines Elektromotors: Der Technologietransfer der Submarke BMW i in die Kernmarke wird mit den Premieren der BMW eDrive Modelle, der BMW 2er, BMW 3er, BMW X5 und BMW 7er Baureihe, konsequent fortgeführt.

Der Besucher erlebt die Neuvorstellungen auf einer Fläche, die Informationen zu den technologischen Grundlagen mit einem hochemotionalen Auftritt verbindet.

Mit insgesamt fünf Fahrzeugen präsentiert sich die **Submarke BMW M**. Darunter eine Weltpremiere: die neue BMW M3 Limousine. Architektur, Medien und Licht schaffen die perfekte Atmosphäre für den Auftritt der Hochleistungs-sportwagen.

Rote Spiegelwände und pulsierende Lichtinstallationen versetzen den Raum und die Produkte in Dynamik. BMW M Faszination erreicht damit ein neues Level.

Wenn Kreativität und handwerkliche Exzellenz aufeinander treffen, entstehen Kunstwerke – auf der Messe werden der Anspruch und die herausragende Material- und Verarbeitungsqualität von **BMW Individual**, dem zweiten Geschäftsfeld von BMW M, in handgefertigten Exponaten erlebbar.

Zahlreiche Muster und Individualisierungsbeispiele in insgesamt vier Fahrzeugen, mit dem Highlight einer BMW Individual Designkomposition in einem BMW 750 Li, bieten dem Messebesucher die Möglichkeit, das Angebot von BMW Individual und der BMW Manufaktur näher kennenzulernen.

BMW zeigt auf der IAA 2015 **den neuen BMW X1** zum ersten Mal der Öffentlichkeit. Die zweite Generation des weltweit bereits mehr als 730.000-mal verkauften Erfolgsmodells präsentiert sich mit einem für BMW X charakteristischen Karosseriedesign, noch mehr Platz im Innenraum und ausgereiften Funktionalitäten.

Presse-Information

Datum August 2015

Thema **Die BMW Group auf der IAA 2015**

Seite 4

Der Stand setzt die grenzenlosen Möglichkeiten des robusten Sports Activity Vehicles mit einer aufsehenerregenden Installation in Szene: Ein Felsmassiv von 50 m² erhebt sich aus der Standarchitektur über beide Ebenen des Messestandes hinweg und positioniert den neuen BMW X1 als perfekten Allrounder – zuhause in der urbanen Welt und im freien Gelände.

Der BMW 3er, das BMW Erfolgsmodell schlechthin, feiert auf der IAA 2015 Geburtstag. Vor 40 Jahren ging die bis heute umsatzstärkste Baureihe von BMW in Serie und leitete eine neue Ära in der Automobilgeschichte ein.

In medialen Schlüsselszenen porträtiert der Stand die Entwicklung der legendären Sportlimousine über sechs Generationen. Angefangen beim ersten BMW 3er, der mit seinem Sechszylinder-Benzinmotor die sportliche Mittelklasse begründete, bis hin zum aktuellen Modell, der neuen BMW 3er Limousine.

BMW Motorrad stellt seine Souveränität mit einem eigenständigen Auftritt innerhalb der BMW Präsenz dar.

Gezeigt werden dieses Jahr vier Serienmodelle, die BMW F 800, die BMW S1000 RR, die BMW S 1000 XR und die BMW R nineT sowie die erste BMW Interpretation eines Scramblers: die BMW Concept Path 22. Maximal minimal hat bei diesem Motorrad jede Form und Fläche ihre Funktion.

Neben den beschriebenen Markenauftritten bietet die BMW Group mit dem **BMW Group Junior Campus** auch bei der IAA 2015 einen Ort für die Jüngsten, sich mit dem Thema Mobilität spielerisch auseinander zu setzen.

Auf dem Außengelände neben der Halle 11 Nord können Kinder und Jugendliche im Alter von elf bis 14 Jahren in praxisnahen Workshops die Themen Nachhaltigkeit, Mobilität, Technik und Design näher kennenlernen.

Unter dem Motto „Mission Mobil: Entwickeln. Bauen. Testen.“ entwerfen die Teams gemeinsam mit pädagogisch geschulten Mitarbeitern ein Gokart, welches sie anschließend auf einem Parcours testen können.

Die Teilnahme ist für Kinder und Jugendliche kostenfrei. Eine Voranmeldung ist unter bmwjuniorkampus@erlebniskontor.de erforderlich. Die Tickets gelten gleichzeitig für die gesamte Messe.

Presse-Information

Datum August 2015

Thema **Die BMW Group auf der IAA 2015**

Seite 5

MINI Creative Hub. Als Teil des BMW Group Auftritts belegt der diesjährige MINI Mes-
sestand die innovative Kraft der Gruppe und knüpft an die Tradition von MINI an, sich im-
mer wieder neu zu erfinden. MINI präsentiert sich zum ersten Mal komplett im neuen
Corporate Design.

Der intelligente und authentische Auftritt der Marke zeigt sich in der Architektur, der
Kommunikation und der filmischen Inszenierung. Die neue Markenphilosophie repräsen-
tiert den progressiven Lebensstil der Creative Class.

Im Mittelpunkt des Auftritts steht die Weltpremiere **des neuen MINI Clubman**. Mit der
6-türigen Neuauflage des markanten Erfolgsmodells tritt MINI erstmals in die nächsthö-
here Fahrzeugklasse ein und setzt neue Maßstäbe in Design, Material und Produktsub-
stanz.

Das 9 Meter hohe Schaufenster in der Standfassade gibt Einblicke in die Welt des neuen
MINI Clubman. Unter dem Leitgedanken „The Clubman Dialogues“ wird der Besucher
dazu eingeladen, die kreative, urbane Welt des neuen MINI Clubman zu entdecken.

Das zentrale Highlight-Exponat bietet den Besuchern so die Gelegenheit, die Lebens-
welten des neuen MINI Clubman kennenzulernen und ein persönliches Editorial zu er-
stellen.

MINI John Cooper Works versetzt den Besucher in eine weite, urban-industrielle Welt.
Vor der Kulisse eines großen Flugzeughangars werden zwei Mitglieder der legendären
John Cooper Works Familie gezeigt. Freiheit, Heritage und Exklusivität werden zur be-
gehbaren Erfahrung.

Dass der **MINI Countryman** ein Fahrzeug ist, das sich überall zuhause fühlt, zeigt der
Stand mit einer Inszenierung, die urban und gleichzeitig naturnah ist.

Das Thema **MINI Connected** zieht sich als Ausdruck des digitalen Selbst-verständnis-
ses von MINI durch den kompletten Auftritt.

Fahrerassistenzsysteme, In-Car-Infotainment, Virtual Reality – zahlreiche innovative Mul-
timediaexponate machen die nahezu grenzenlosen Möglichkeiten der zukunftsweisen-
den Technologien auf interaktive Weise erlebbar.

Im Obergeschoss bietet die MINI Connected Lounge in entspannter Loft-Atmosphäre
eine spektakuläre Aussicht auf Bühne und Fahrbahn sowie die Möglichkeit, mit MINI
360° einen Blick in die Zukunft zu werfen.

Presse-Information

Datum August 2015

Thema **Die BMW Group auf der IAA 2015**

Seite 6

MINI Yours steht für nichts weniger als maßgeschneiderte Exklusivität.

Der Bereich lädt die Besucher ein, die hochwertigen Designs und Materialien in der kreativen Atmosphäre eines Ateliers zu entdecken. Ein großes Vitrinen-Exponat zeigt die Vielfalt und handwerkliche Exzellenz von MINI Yours.

Bei **MINI Accessories** eröffnet sich eine Welt der vielfältigen Möglichkeiten – mit Zubehör in allen Formen und Farben, das sich immer wieder neu kombinieren lässt. Die Besucher werden aufgefordert, sich mit dem MINI Accessories-Konfigurator ihren individuellen MINI Look zu kreieren.

Der diesjährige **MINI Lifestyle** Shop stellt die neue MINI Gentleman's Capsule Collection in den Fokus. Die vom neuen MINI Clubman inspirierte Kollektion umfasst Accessoires wie Hüte, Brillen, Schuhe, Duft und ein exklusives Rasier-Set.

Zu Gast bei Rolls-Royce: das Standkonzept des Auftritts von Rolls-Royce Motorcars auf der IAA 2015 stellt eine moderne Villa dar - cool und zeitgenössisch. Mit der einladenden Architektur präsentiert sich die Marke offener und zugänglicher als bei bisherigen Ausstellungen.

Die **Weltpremiere** des neuen **Rolls-Royce Dawn** ist das unbestrittene Highlight der Marke. Das eindrucksvoll elegante Exterieurdesign dieses 4-Sitzer Luxus-Dropheads kombiniert die ikonische Präsenz eines Rolls-Royce mit einer coolen und zeitgenössischen Rolls-Royce Vision. Der Dawn ist ein außergewöhnlich verführerisches Fahrzeug wie bisher kein anderes im Programm von Rolls-Royce. Er wird in zwei Konfigurationen auf dem Stand präsentiert.

In der **Collector's Garage** ist eine besondere Auswahl an Fahrzeugen für alle Messebesucher zu sehen: der neue Wraith Inspired by Music, ein Phantom Limelight und ein Ghost Series II.

In der **Sir Henry Royce Lounge** haben Kunden und Interessenten die Gelegenheit, sich für ihre ganz persönlichen Designwünsche inspirieren zu lassen und sie direkt mit Mitgliedern des Rolls-Royce Teams in entspannter Atmosphäre zu diskutieren.

Bespoke is Rolls-Royce. Einer der Erfolgsfaktoren für „Bespoke is Rolls-Royce“ ist das enge Zusammenwirken von Designern und Kunden. Deren Wünsche werden dadurch nahtlos umgesetzt und lassen ein Fahrzeug entstehen, so einzigartig wie ein Fingerabdruck. Im Bespoke Atelier haben Gäste die Gelegenheit, Details über den Designprozess einiger ikonischer Merkmale zu erfahren.

Presse-Information
Datum August 2015
Thema **Die BMW Group auf der IAA 2015**
Seite 7

Die Agenturen:

Die Agentur Meiré und Meiré zeichnet verantwortlich für Kreation und Konzeption für die Marken BMW und MINI.

Die Umsetzungsplanung liegt bei den Agenturen Blue Scope Communications für BMW und bfm-net für MINI.

Wolf Production ist der Partner für Show und Inszenierung im laufenden Messebetrieb.

Die Agentur Puchner P3 ist Leadagentur für Kreation, Konzeption und Umsetzung des Rolls-Royce Auftritts.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Bernhard Ederer, Unternehmenskommunikation, Pressesprecher Vertrieb, Deutscher Markt Bernhard.Ederer@bmwgroup.com Tel: +49 89 382-28556, Fax: +49 89 382-24418

Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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>