

Presse-Information
16. Dezember 2015

Die BMW Welt feiert den neuen BMW 7er Einzigartige Ausstellungsfläche macht die Luxusklasse von BMW erlebbar

München. Die BMW Welt steht im Zeichen des neuen BMW 7er. Besucher aus der ganzen Welt erleben die Luxuslimousine in einem eigenen exklusiven Ausstellungsbereich. Die Ausstellung vermittelt die zentralen Attribute des Fahrzeugs wie Luxus, Komfort und wegweisende Technologien und macht diese für die Besucher erlebbar. Bereits Mitte des Jahres wurde in der BMW Welt das Flaggschiff der Marke feierlich Pressevertretern und Händlern vorgestellt. Kunden können seit kurzem das neue Modell in einer eigens kreierten „Luxury 7“ Abholung hier in Empfang nehmen.

Hochglanz und Luxus

Mit der sechsten Generation des BMW 7er definiert BMW die zeitgemäße und zukunftsweisende Form eines exklusiven, luxuriösen Fahrerlebnisses neu. Passend dazu zeigt die BMW Welt ein Ausstellungskonzept, mit dem das individuelle Erleben von Luxus mit allen Sinnen möglich ist und Kunden sowie Liebhabern der Marke das Fahrzeug entdecken lässt. Direkt am Eingang Süd spiegelt die optische Gestaltung den Anspruch an das Erlebnis wieder: Im Zentrum steht jeweils ein neues Modell auf einem dunklen, elegant glänzendem Glasboden, der mit bronzefarbenen Intarsien verziert ist. Eingefasst wird der Raum von einer großen leuchtenden Patternwand, die ein diagonales Rautenmuster – dem Erkennungszeichen des neuen BMW 7er inszeniert. Über dem Fahrzeug schwebt ein Segel aus Carbonfaser, das den Carbon Core des Modells aufgreift.

„Experiential Marketing“ schafft Erlebniswelt für die Besucher

Weiterhin besticht die Sonderausstellungsfläche durch ihr erlebnisorientiertes Setup, das sich an vier großen Themenbereichen des neuen BMW 7er orientiert: innovative Funktionalität, individueller Komfort, Design und BMW EfficientDynamics. Repräsentiert werden die damit verbundenen Charakteristika unter anderem durch Gegenstände von internationalen Künstlern, Designern oder Technik-Pionieren. Exklusive Artefakte aus der Nymphenburger Porzellan Manufaktur München symbolisieren den Anspruch der Luxuslimousine. Die riesige LED-Wand mit Touch-Technologie steht für die Innovationen: Hier wird den Besuchern der neue Display Key, die Interieur-Beleuchtung sowie die einzigartige Gestensteuerung nähergebracht, die erstmals in einem Fahrzeug verbaut wurde.

Presse-Information
Datum 16. Dezember 2015
Thema Die BMW Welt feiert den neuen BMW 7er
Seite 2

Eine Duftsäule zeigt einen Duft des Ambient Air Packages, mit dem auch der Fahrzeuginnenraum des neuen BMW 7er beduftet werden kann.

Das exklusive Abholerlebnis „Luxury 7“

Mit „Luxury 7“ hat die BMW Welt eine neue und exklusive Abholvariante geschaffen. Diese zentrale Funktion der BMW Welt, die erste Begegnung mit einem Neufahrzeug als unvergessliches Ereignis zu gestalten, wurde für Käufer der Luxusklassen-Limousine speziell erweitert und angepasst. Neben einer individuellen Betreuung beinhaltet das exklusive Angebot unter anderem eine Übernachtung im 5-Sterne-Hotel, ein 3-Gänge-Menü von Spitzengastronom Käfer in der Bavarie sowie ein Chauffeur Service zur Abholung des neuen Automobils.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Bernhard Ederer
Pressesprecher BMW Welt
Phone: +49-89-382-28556
mailto: Bernhard.Ederer@bmwgroup.com
Internet: www.press.bmw.de

BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.

Mit über 3 Millionen Besuchern in 2014 ist die BMW Welt in München die meistbesuchte Sehenswürdigkeit Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten etabliert. Die BMW Welt mit ihrer wegweisenden Architektur ist das Herz aller Marken der BMW Group – BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad –, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung der Neufahrzeuge sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie Gaumenfreuden in mehreren Restaurants. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus der BMW Welt spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Mobilität und Nachhaltigkeit.

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.



Presse-Information

Datum 16. Dezember 2015

Thema Die BMW Welt feiert den neuen BMW 7er

Seite 3

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>