

Presse-Information
7. September 2016

Sportliche Traumwagen auf der Rallye „Creme 21“.

Die BMW Group Classic feiert das Jubiläum des BMW 6er Coupé und präsentiert darüber hinaus außergewöhnliche Exemplare der BMW 5er Reihe sowie des classic Mini bei der Youngtimer-Tour von Mulhouse nach München.

München. Klassiker aus den 1970er-Jahren dominieren das Starterfeld der Youngtimer-Rallye „Creme 21“. Die BMW Group Classic erinnert bei der diesjährigen Auflage der Kult-Tour für junggeblieben Klassiker an einen echten Traumwagen aus dieser Dekade: das BMW 6er Coupé der ersten Generation, das vor 40 Jahren auf den Markt kam. Zwei etwas jüngere, dafür aber besonders sportliche Exemplare dieser Modellreihe nehmen an der Rallye „Creme 21“ teil, die vom 7. bis zum 10. September 2016 vom französischen Mulhouse bis nach München führt und einmal mehr sowohl die Teilnehmer als auch die Zuschauer entlang der Strecke mit einer vielfältigen Auswahl an Fahrzeugen fasziniert. Dazu trägt auch das Aufgebot der BMW Group Classic bei. Gemeinsam mit den beiden schnellen Coupés bringt sie einen BMW M535i der ersten Generation sowie zwei außergewöhnliche Exemplare des classic Mini an den Start.

Mehr als 220 Fahrzeuge unterschiedlicher Fabrikate wurden für die aktuelle Auflage der Rallye „Creme 21“ gemeldet. Die Youngtimer-Rundfahrt wurde vor 15 Jahren ins Leben gerufen und trägt seitdem den Namen einer Serie von Hautpflegeprodukten, die mit ihrer auffälligen orangefarbenen Verpackung untrennbar mit dem Lebensgefühl der 1970er-Jahre verbunden sind.

Reizvolle Strecke mit vielen „points of interest“ für Klassikerfans.

Der Konvoi der Klassiker bahnt sich auch diesmal seinen Weg über eine landschaftlich reizvolle Strecke, die unter anderem vom Elsass durch den Schwarzwald in die Bodensee-Region und von dort aus über das Allgäu und Schwaben bis in die bayerische Landeshauptstadt führt. Neben zahlreichen unterhaltsamen Sonderprüfungen erwarten die Teilnehmer gleich mehrere Zwischenstopps an Orten, die im Navigationssystem eines jeden Klassikerfans als „points of interest“ verzeichnet sind. Die Collection Schlumpf am Startpunkt in Mulhouse gehört ebenso dazu wie die Autosammlung Steim in Schramberg, das Museum Volante in Kirchzarten, das Automobilmuseum von Fritz B. Busch in Wolfegg und der neue Standort der BMW Group Classic in München.

Presse-Information

Datum 7. September 2016

Thema **Sportliche Traumwagen auf der Rallye „Creme 21“.**

Seite 2

Die BMW Group Classic engagiert sich auch in diesem Jahr als Hauptsponsor der populären Youngtimer-Ausfahrt. Ihr neuer Standort an der Moosacher Straße in München, wo auf historischem Grund und in zum Teil denkmalgeschützten Gebäuden unter anderem das Unternehmensarchiv, die Fahrzeugsammlung, der Teileservice und die Klassiker-Werkstatt untergebracht sind, ist das Ziel der Abschluss-Etappe am Samstag, 10. September 2016. Am gleichen Tag findet in München anlässlich des 100-jährigen Bestehens der BMW Group auch das BMW Festival statt, zu dessen Programm das Treffen von BMW Clubs aus mehreren Nationen sowie eine Ausstellung von historischen Automobilen und Motorrädern auf der Parkharfe am Olympiastadion gehört. Als Zusatzetappe wird am Sonntag, 11. September 2016, eine kurze Rundfahrt von der Zentrale der BMW Group Classic zum BMW Museum gestartet. Dort stellen sich die Teilnehmer mit ihren Fahrzeugen zur abschließenden Siegerehrung auf.

**Seit 40 Jahren Symbol für Sportlichkeit, Eleganz und Exklusivität:
Das BMW 6er Coupé.**

Die BMW Group Classic blickt in diesem Jahr auf die Geburtsstunde eines Coupés zurück, das in den 1970er-Jahren zum Traumwagen avancierte und dessen Modellbezeichnung bis heute für eine besondere Kombination aus Sportlichkeit, Eleganz und Exklusivität steht. Auf dem Genfer Automobilsalon des Jahres 1976 absolvierte das BMW 6er Coupé seine Weltpremiere. Auch 40 Jahre später vermittelt der Zweitürer noch immer jene Leidenschaft für die Ideallinie, mit der sich seine Entwickler sowohl dem Styling als auch den Fahreigenschaften widmeten. Zu den Besonderheiten des BMW 6er Coupés der ersten Generation gehört darüber hinaus sein innovativer Charakter, der durch den hohen Sicherheitsstandard der Fahrgastzelle sowie durch eine neuartige Bedienfunktion unterstrichen wurde. Als weltweit erstes Serienfahrzeug verfügte das Oberklasse-Coupé über ein Check-Control-System. Per Tastendruck konnte der Fahrer nicht nur das Füllniveau von Motoröl, Bremsflüssigkeit, Kühl- und Scheibenwaschwasser ermitteln, sondern auch den Zustand der Bremsbeläge sowie die Funktion der Rück- und Bremsleuchten prüfen.

Zur diesjährigen Rallye „Creme 21“ treten zwei besonders sportliche Vertreter aus der ersten Generation der BMW 6er Reihe an. Bereits mit dem BMW 635CSi, dessen 3,5 Liter großer Reihensechszylinder-Motor direkt von

Presse-Information

Datum 7. September 2016

Thema **Sportliche Traumwagen auf der Rallye „Creme 21“.**

Seite 3

einem Rennsportaggregat abstammte und 218 PS mobilisierte, ließ sich das dynamische Potenzial des neuen Oberklasse-Coupés eindrucksvoll demonstrieren. Für maximale Performance sorgte schließlich die BMW Motorsport GmbH. Der von ihr entwickelte und 1983 vorgestellte BMW M635CSi wies nicht nur den ursprünglich für den BMW M1 entwickelten Reihensechszylinder mit Vierventil-Zylinderkopf, digitaler Motor-Elektronik und 286 PS auf, sondern auch ein sorgsam auf die extreme Leistung abgestimmtes Fahrwerk samt Tieferlegung und 4-Kolben-Festsattelbremsen.

Begleitet werden die beiden Coupés von einem viertürigen Altersgenossen, der zu seiner Zeit ebenfalls von einem kraftvollen Reihensechszylinder-Motor und vom Knowhow der BMW Motorsport GmbH profitierte. Der BMW M535i der ersten Generation, der in den Jahren 1980 und 1981 produziert wurde, begeisterte als erstes Fahrzeug seiner Art all jene Kunden, die auch in einer Limousine besonders intensive Fahrfreude erleben wollten. Aufgrund seiner unverwechselbaren Mischung aus Dynamik und Alltagstauglichkeit gilt er heute als Vorläufer der aktuellen BMW M Performance Automobile.

Britische Hingucker: Zwei classic Mini auf der Youngtimer-Rallye.

Die Rallye „Creme 21“ ist für Automobile all jener Typen ausgeschrieben, die vor mindestens 21 Jahren erstmals auf die Straße kamen und deren Produktionszeitraum vor höchstens 40 Jahren beendet wurde. In dem nach diesen Vorgaben richtigen Alter befindet sich auch der classic Mini. Die BMW Group Classic hat zwei Exemplare des britischen Kleinwagen-Klassikers nominiert, die auf jeder Etappe die Blicke der Zuschauer auf sich ziehen dürften. Gemeinsam mit einem classic Mini im auffälligen Union-Jack-Design geht auch die in den 1990er-Jahren entstandene Sonderanfertigung eines Viertürers an den Start. Das aufwändig konstruierte Unikat ist an Front und Heck nicht vom Original zu unterscheiden. Erst in der Seitenansicht kommen die zusätzlichen Türen und die um 30 Zentimeter verlängerte Karosserie zur Geltung. Im Innenraum haben Fahrer und Beifahrer das gewohnte Cockpit vor Augen, während sich die Passagiere in der zweiten Sitzreihe über verblüffend viel Beinfreiheit freuen können.

Gebaut wurde der viertürige classic Mini in Deutschland, die Idee dazu stammt jedoch ursprünglich aus dem Heimatland des Kleinwagens. Schon

Presse-Information

Datum 7. September 2016

Thema **Sportliche Traumwagen auf der Rallye „Creme 21“.**

Seite 4

unmittelbar nach der Markteinführung des classic Mini im Jahr 1959 waren bei der British Motor Corporation (BMC) Pläne für zusätzliche Modellvarianten gereift. Eine Fahrzeugplattform mit verlängertem Radstand diente als Basis für mehrere Karosseriekonzepte. Verwirklicht wurden der Mini Van, der Mini Pick-up sowie die Kombimodelle Morris Mini-Traveller und Austin Seven Countryman – allesamt mit jeweils zwei seitlichen Türen. Der Viertürer kam dagegen nicht über den Prototypen-Status hinaus. Und dabei blieb es bis zum Abschied vom classic Mini im Jahr 2000. Erst in der aktuellen Generation des MINI wird auch den Fondpassagieren ein besonders komfortabler Ein- und Ausstieg geboten. Im Premium-Segment der Kleinwagen steht dem neuen MINI 3-Türer nun der MINI 5-Türer zur Seite.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Konzernkommunikation und Politik

Stefan Behr
BMW Group Classic
Leiter Pressekommunikation und Events
Telefon: +49-89-382-51376
mailto: Stefan.Behr@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

BMW Group Konzernkommunikation und Politik

Gabriele Fink
BMW Group Classic
Leiterin BMW Museum, BMW Group Classic Kommunikation
Telefon: +49-89-382-51375
mailto: gabriele.fink@bmw.de
Internet: www.bmwgroup.com

Presse-Information

Datum

7. September 2016

Thema

Sportliche Traumwagen auf der Rallye „Creme 21“.

Seite

5

BMW Museum – Geschichte zum Anfassen

In dem Ensemble aus BMW Welt, Museum und Werk können Besucher jeden Alters hautnah die Historie, Gegenwart und Zukunft der Marke BMW erleben. Dabei nimmt das BMW Museum eine wichtige Funktion ein. Seit seiner Neueröffnung im Jahr 2008 präsentiert es erfolgreich die BMW Historie und gibt einen Ausblick in die Zukunft. Das Thema Mobilität geht das Museum auch für junge Besucher umfassend an. Mit dem Junior Museum bietet es für Kinder und Jugendliche ein spezielles Programm, dessen pädagogisches Konzept auf spielerisches Entdecken setzt. Auch das Museum selbst hat schon Geschichte: Es ist eines der ältesten Automobilmuseen Deutschlands, wurde 1973 erbaut und steht seit 1999 unter Denkmalschutz.

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 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>