

Embargo: 11. Oktober 2016, 10 a.m. PST (GMT-7)

Presse-Information

11. Oktober 2016

BMW Group: THE NEXT 100 YEARS “Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience”

Krüger: „In den Mittelpunkt unserer langfristigen Unternehmensstrategie Number ONE > NEXT stellen wir den Kunden und seine Erlebnisse mit nachhaltiger Premium-Mobilität. Ihm wollen wir heute und in Zukunft die emotionalsten Produkte und innovativsten Services bieten“

Weltpremiere BMW Motorrad VISION NEXT 100: viertes Visionsfahrzeug im Jubiläumsjahr der BMW Group
Ausstellungsplattform „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“ im Barker Hangar in Los Angeles, Santa Monica, vom 11. bis 16. Oktober

Los Angeles. Mit der vierten Weltpremiere der BMW Group Visionsfahrzeuge, dem BMW Motorrad VISION NEXT 100, eröffnete heute die Ausstellungs- und Veranstaltungsplattform „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“ im Barker Hangar in Santa Monica, Los Angeles. Nach der Präsentation des BMW VISION NEXT 100 bei der Auftaktveranstaltung des Jubiläums der BMW Group am 7. März in München sowie der Weltpremiere des MINI VISION NEXT 100 und des Rolls-Royce VISION NEXT 100 zeigt nun die Marke BMW Motorrad ihre Interpretation der zukünftigen Premium-Mobilität auf zwei Rädern. Das BMW Motorrad VISION NEXT 100 komplettiert das Bild der BMW Group einer nachhaltigen individuellen Premiummobilität der kommenden Jahrzehnte.

Der Anspruch der BMW Group ist es, einen effektiven Beitrag zur Lösung der gesellschaftlichen Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte zu leisten.

Das Zukunftsbild der BMW Group

Sich vorzustellen, wie wir in Zukunft leben und uns fortbewegen werden, ist eine ebenso herausfordernde wie interessante Aufgabe: Wie verändern sich Gesellschaft, Wirtschaft, Lebensbedingungen und damit unsere Mobilität? Welche Möglichkeiten eröffnen uns neue Technologien? Was bedeuten Digitalisierung und Vernetzung für unsere automobilen Bedürfnisse?

Die Visionsfahrzeuge zum Jubiläumsjahr der BMW Group greifen diese Fragestellungen auf und bieten gemäß ihren jeweiligen Markenwerten ihre Interpretation von Mobilität der Zukunft. Allen gemeinsam ist dabei der Fokus auf Themen wie Autonomes Fahren – Konnektivität – Emissionsfreies Fahren und Mobilitätsdienstleistungen. Die Premium-Mobilität mit der BMW Group ist völlig mühelos, stets verfügbar, individuell anpassbar und nachhaltig.

„In den Mittelpunkt unserer langfristigen Unternehmensstrategie Number ONE > NEXT stellen wir den Kunden und seine Erlebnisse mit einer nachhaltigen Premium-Mobilität. Ihm wollen wir heute und in Zukunft die emotionalsten Produkte und innovativsten Services bieten“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Harald Krüger, zum Auftakt der Pressekonferenz am 11. Oktober in Los Angeles.

Der BMW VISION NEXT 100: „Ultimate Driver“

Das Visionsfahrzeug von BMW steht für die markentypische Freude am Fahren. Mit einem BMW möchte der Fahrer auch in Zukunft immer noch hauptsächlich selbst fahren. Ständige Vernetzung, digitale Intelligenz und modernste Technologien unterstützen ihn dabei. Mehr noch: Er wird durch sie zum perfekten Fahrer, zum „Ultimate Driver“. Neueste Technologien ermöglichen es aber auch, die fahraktive Rolle zu verlassen. Der BMW VISION NEXT 100 übernimmt, der Fahrer kann sich zurücklehnen und seine Aufmerksamkeit auf andere Dinge richten.

Der MINI VISION NEXT 100: „Every MINI is my MINI“

Kerngedanke des MINI VISION NEXT 100 ist eine ressourcenschonende Art der individuellen Mobilität. Unter dem Motto „Every MINI is my MINI“ geht es um eine innovative Interpretation des „Car Sharings“. MINI Begeisterte können in Zukunft überall und immer auf ihren ganz persönlichen MINI zugreifen. Der MINI der Zukunft ist jederzeit für jeden verfügbar. Er holt seinen Fahrer völlig automatisiert an gewünschter Stelle ab und stellt sich auf dessen ganz persönlichen Lifestyle ein. Dieser neuen maßgeschneiderten Mobilität des MINI VISION NEXT 100 liegt eine umfassend vernetzte digitale Intelligenz zugrunde.

Der Rolls-Royce VISION NEXT 100: "Grand Sanctuary"

Dieses vollautonom fahrende Visionsfahrzeug verkörpert eine neue Dimension von Luxus. Das Interieur des Rolls-Royce VISION NEXT 100 wird zum privaten Rückzugsort, zum „Grand Sanctuary“. Eine virtuelle Assistenz übernimmt nicht nur die Steuerung des Fahrzeugs, sie erfüllt auch jegliche Wünsche der Passagiere unterwegs. Das elegante Exterieur sowie eine intelligente Mechanik, die es den Passagieren ermöglicht, aufrecht aus dem Fahrzeug zu gehen, sorgen für die perfekte Inszenierung eines eleganten Auftritts.

Dabei präsentiert der Rolls-Royce VISION NEXT 100 nur eine von unzähligen Möglichkeiten eines ganz individuellen Rolls-Royce Unikats. An die Tradition der namhaften Karossiers früherer Jahrzehnte anknüpfend, entwickelt Rolls-Royce zukünftig mittels innovativer Produktionsverfahren und Materialien für jeden Kunden ein individuelles Chassis, handgearbeitet aus modernsten Materialien und mit emissionsfreiem Antriebsstrang.

Das BMW Motorrad VISION NEXT 100: "Great Escape"

Kerngedanke des Visionsfahrzeugs von BMW Motorrad ist es, ein grenzenloses, pures Fahrerlebnis zu schaffen. Grundlage für dieses besondere Erlebnis von Freiheit ist dabei die zukünftig noch stärkere intelligente Vernetzung von Fahrer, Motorrad und Umwelt. Die Assistenzsysteme des BMW Motorrad VISION NEXT 100 schauen nicht nur voraus und weisen den Fahrer auf einen eventuellen Handlungsbedarf hin, sie können sogar während der Fahrt schützend eingreifen. Bisher übliche Motorradbekleidung wie ein Helm oder Fahrerausstattung mit Protektoren sind daher nicht mehr erforderlich, dies gibt dem Fahrer das Gefühl von absoluter Freiheit. Ein wesentliches Assistenzsystem des Visionsfahrzeugs ist das sogenannte „Self Balancing“. Es balanciert das Motorrad während der Fahrt sowie im Stand selbstständig aus. Ein Umfallen ist nicht möglich. Jeder Fahrer – unabhängig von Können und Praxis – kann somit seine Grenzen stetig erweitern und die Fahrerlebnisse positiv verstärken. Der Informationsaustausch zwischen Fahrer und Fahrzeug erfolgt vorwiegend über den Visor, eine sichtumschließende Datenbrille mit Windschutzfunktion. Der Visor projiziert situativ relevante Daten direkt in das Sichtfeld des Fahrers und versorgt ihn somit immer mit der richtigen Information zur richtigen Zeit. Optisch und funktional greift das BMW Motorrad VISION NEXT 100 markante Elemente aus der BMW Motorrad Historie auf und interpretiert diese neu. So deutet

beispielsweise der schwarze Dreiecksrahmen bewusst auf das erste BMW Motorrad, die R32 von 1923, hin. Die Seitenansicht des Rahmens verleiht dem Visionsfahrzeug die Wirkung eines „Naked Bikes“, die Ergonomie und Sitzposition sind entsprechend auf einen Roadster ausgelegt. Der Antrieb erinnert in Form und Ausführung an den traditionellen BMW Boxermotor, beherbergt jedoch eine emissionsfreie Antriebseinheit.

Die USA als perfekte Bühne für die Weltpremiere des BMW Motorrad VISION NEXT 100 und das Finale von „BMW Group Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“

Für die Vorstellung des BMW Motorrad VISION NEXT 100 wählte die BMW Group mit den USA einen ihrer größten Motorradmärkte, in dem das Unternehmen zukünftig das Motorradgeschäft noch weiter intensivieren möchte. Kalifornien als ein Pionier in Sachen Nachhaltigkeit ist ideale Plattform für die Weltpremiere des vierten Visionsfahrzeugs, der Interpretation einer nachhaltigen Mobilität von morgen auf zwei Rädern. Die Megacity Los Angeles ist der perfekte Ort für das Finale des Veranstaltungs- und Ausstellungskonzepts „BMW Group Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“.

Mit dem weltweit volumenstärksten BMW Werk in Spartanburg ist die USA einer der wichtigsten Produktionsstandorte des Unternehmens, in das seit Produktionsbeginn im Jahr 1994 nahezu 7 Milliarden US-Dollar investiert wurden. Über 70% der dort produzierten BMW X-Familie (BMW X3, X4, X4 M, X5, X5 M, X6, X6 M) werden exportiert, was BMW in 2015 zum größten Autoexporteur der USA machte. Der jährliche Export von Fahrzeugen belief sich auf einen Wert von 9,8 Milliarden USD.

Gemeinsam mit dem Vertriebs- und Lieferantennetzwerk sorgt die BMW Group für ca. 70.000 Arbeitsplätze in den USA.

Veranstaltungs- und Ausstellungskonzept „BMW Group Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“

Mit diesem Veranstaltungs- und Ausstellungskonzept möchte die BMW Group ihr Zukunftsbild der Mobilität von morgen für möglichst viele Menschen weltweit

erlebbar machen. In Los Angeles wird es vom 11. bis 16. Oktober 2016 für die Öffentlichkeit zugänglich sein.

Die Ausstellung folgt einem Erzählstrang, der durch verschiedene Erlebniswelten führt. Der Besucher erhält Reflexionen zu 100 Jahren BMW Group Geschichte, in der das Unternehmen immer wieder Zukunft gestaltet hat. Des Weiteren bietet die Ausstellung Informationen zu zentralen Megatrends sowie einen Ausblick auf die Zukunft mit all den Herausforderungen und Chancen, die der Wandel in den kommenden Jahrzehnten mit sich bringt. Auch wird das Verständnis der BMW Group von ökologischer und sozialer Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeitern erläutert.

Die sogenannte Innere Rotunde der Ausstellung dient für Premieren der Visionsfahrzeuge sowie Pressekonferenzen und verschiedene Veranstaltungen. Die BMW Group möchte Plattformen für Diskussionen über zentrale Fragestellungen der Zukunft bieten. Sie lädt die unterschiedlichsten Fachbereiche wie Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und die interessierte Öffentlichkeit dazu ein, ihre Ideen und Gedanken zu diesen Fragestellungen einzubringen. So sollen ein offener Austausch und vielfältiger Blick auf wesentliche Zukunftsthemen entstehen.

Termine von „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“ und der Premieren der Visionsfahrzeuge der BMW Group:

München (7. März 2016)

Weltpremiere BMW VISION NEXT 100

Peking (5. bis 15. Mai 2016)

Asienpremiere BMW VISION NEXT 100 – Eröffnung der Ausstellung und Veranstaltungsplattform „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“

London (16. bis 26. Juni 2016)

Weltpremiere Visionsfahrzeuge MINI VISION NEXT 100 und Rolls-Royce VISION NEXT 100 – Ausstellung und Veranstaltungsplattform „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“ im Roundhouse in London

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Oktober 2016

Thema THE NEXT 100 YEARS: "Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience"

Seite 6

Los Angeles (11. bis 16. Oktober 2016)

Weltpremiere Visionsfahrzeug BMW Motorrad VISION NEXT 100 – Ausstellung und Veranstaltungsplattform „Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Glenn Schmidt, Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation

Glenn.Schmidt@bmw.de

Christine Graeber, Wirtschafts- und Finanzkommunikation

christine.graeber@bmwgroup.com

Agnes Weiss-Tar, Wirtschafts- und Finanzkommunikation

Agnes.Weiss-Tar@bmw.de**BMW VISION NEXT 100****MINI VISION NEXT 100**

Cypselus von Frankenberg, Innovations- und Designkommunikation

Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de**Rolls-Royce VISION NEXT 100**

Andrew Ball, Rolls-Royce Motor Cars Corporate Communications

Andrew.Ball@rolls-roycemotorcars.com**BMW Motorrad VISION NEXT 100**

Markus Sagemann, Leiter Kommunikation MINI, BMW Motorrad

Markus.Sagemann@bmw.de

Renate Heim, Pressesprecherin BMW Motorrad

Renate.Heim@bmw.deInternet: www.press.bmw.deE-Mail: presse@bmw.de

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Oktober 2016

Thema THE NEXT 100 YEARS: "Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience"

Seite 7

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 31 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.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>