



Presse-Information
01. Dezember 2017

BMW Motorrad meets „The House of Machines“. Eröffnung des neuesten „The House of Machines“ in Los Angeles.

München. Den Anspruch „Motorradfahren als Lebensgefühl“ füllt BMW Motorrad unter dem Slogan „Make Life a Ride“ bereits seit einiger Zeit mit Leben. In Form von Events und Kooperationen bringt BMW Motorrad Menschen rund um zwei Räder zusammen, wie unter anderem mit dem Pure & Crafted Festival und den BMW Motorrad Days.

„The House of Machines“ ist ebenfalls ein Ort, der Motorradfahren als Lebensgefühl erlebbar macht. Das ganzheitliche Motorradlifestyle-Erlebnis, das Motorradfahren und die Menschen, die es lieben, als Gesamterlebnis inszeniert, öffnete am 29. November im Arts District in Los Angeles seine Tore – und mittendrin: BMW Motorrad als exklusiver Partner. „Mit „The House of Machines“ haben wir einen Ort geschaffen, an dem sich Menschen mit Liebe zum Detail, dem Streben nach Perfektion und Leidenschaft für das Lebensgefühl auf zwei Rädern begegnen. „Where man and machine coexist“ ist nicht nur das Credo von „The House of Machines“, wir leben es hier jeden Tag. Und BMW Motorrad ist der ideale Partner dafür.“ sagt Drew Madasci, Strategic Director The House of Machines.

„Where man and machine coexist“

Für dieses außergewöhnliche Gesamterlebnis versammelt „The House of Machines“ verschiedenste Angebote unter einem Dach: vom angesagtem Custom Builder mit angeschlossener Werkstatt, einem eigens entwickelten Fashion-Label mit limitierter Kollektion, bestem Kaffee und ausgesuchten Craft Beer-Spezialitäten bis hin zu Soul-Food und Live-Musik bietet sich dem Besucher hier alles, was das Herz der Heritage- und Custom-Szene begehrt. Durch die Auswahl handverlesener Partner und Produkte bietet „The House of Machines“ in allen Bereichen ausschließlich beste Qualität. Diesem Anspruch folgend wurde auch BMW Motorrad als exklusiver Partner ausgewählt. Modelle aus dem Heritage-Segment werden in den Räumlichkeiten ausgestellt und tragen zum unvergleichlichen Gesamterlebnis bei.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382-0

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum 01. Dezember 2017
Thema
Seite 2

„BMW Motorrad und “The House of Machines” teilen die gleiche Leidenschaft für Motorräder und den dazugehörigen Lifestyle. Im “The House of Machines” wird unser Motto “Make Life a Ride” jeden Tag erlebbar”, erklärt Timo Resch, Leiter Marketing und Vertrieb BMW Motorrad.

Limits no longer apply.

Das neu entwickelte und von BMW Motorrad ebenso initiierte wie inspirierte Herren-Fashion Label “Limits no Longer Apply” (LNLA) rundet das Gesamtkonzept von „The House of Machines“ ab. Die limitierten Kollektionen des exklusiv für „The House of Machines“ gegründeten Modelabels sind 12 Monate in den Räumlichkeiten vor Ort sowie online in USA erhältlich. Die Kollektion umfasst hochwertige „Everyday Essentials“ für den modernen Mann – zukünftige Lieblingskleidungsstücke. Sorgfältig ausgewählte Materialien machen jedes einzelne Kleidungsstück der Kollektion zu etwas Besonderem.

Am 29. November 2017 öffnete „The House of Machines“ im angesagten Artists District in Los Angeles seine Tore. Die Geschichte von „The House of Machines“ begann vor vier Jahren in Kapstadt. Die neue Dependance bietet die Möglichkeit das „Lebensgefühl Motorrad“ gemeinsam mit BMW Motorrad nun auch in Los Angeles zu erleben. Darüber hinaus ist geplant, in den kommenden Jahren weitere Standorte in kulturellen Hotspots der Welt zu eröffnen.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Renate Heim, Kommunikation BMW Motorrad
Telefon +49-89-382-21615, Fax: +49 89 382-28567

Markus Sagemann, Leiter Produkt- und Lifestyle Kommunikation MINI, BMW Motorrad
Telefon: +49 89 382-68796, Fax: +49 89 382-23927

Internet: www.press.bmw.de
E-mail: presse@bmw.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 31

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 01. Dezember 2017

Thema

Seite 3

Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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>