

Presse-Information
28. November 2018

Zukunftsbaukasten der BMW Group.

Der BMW Vision iNEXT feiert Weltpremiere in Los Angeles.

München. Mit dem BMW Vision iNEXT zeigt die BMW Group, was uns in Zukunft bewegen wird. Das jüngste Visionsfahrzeug steht sinnbildlich für den Aufbruch in ein neues Zeitalter der Freude am Fahren. Nun feiert der BMW Vision iNEXT in Los Angeles im Rahmen der LA Auto Show seine Weltpremiere.

Der BMW Vision iNEXT ist weit mehr als nur ein Fahrzeug, er ist der Zukunftsbaukasten der BMW Group, von dem das gesamte Unternehmen und alle Marken hinsichtlich Technik, Gestaltung und neuer Denkansätze profitieren. Denn zum ersten Mal sind nun alle strategischen Innovationsfelder der BMW Group in einem Fahrzeug gebündelt: Autonomes Fahren, Connectivity, Elektrifizierung und Services (ACES). Das Design gibt den Innovationsfeldern Gestalt (D+ACES) und liefert eine Antwort auf die Frage, wie die Freude am Fahren zukünftig aussieht.

Die Menschen im Fokus.

Mobilität ist Teil unseres Lebens, unserer Erfahrungen, unserer Sinne. Sie ist ein menschliches Bedürfnis. Deshalb steht bei der Frage nach der Mobilität der Zukunft mehr denn je der Mensch mit seinen Emotionen, Bedürfnissen und Wünschen an Mobilität im Zentrum aller Überlegungen. Mit den Möglichkeiten des autonomen Fahrens, der Elektrifizierung und der fortschreitenden Vernetzung entstehen zukünftig völlig neue Erlebnisse und Gelegenheiten, die Fahrt zu gestalten. Gleichzeitig verändern sie aber auch die Wünsche und den Lebensstil der Menschen.

Boutique-Ambiente auf vier Rädern.

Der Fahrer hat mehr und mehr die Freiheit zu entscheiden, wie er die Zeit während der Fahrt in einem Fahrzeug nutzen möchte. Die Gestaltung des Innenraums wird immer wichtiger und gleichzeitig rückt der Wohlfühl-Faktor stärker in den Fokus. So ist der rein elektrisch angetriebene BMW Vision iNEXT als mobiler Raum angelegt, der Lebensqualität bietet und dem Bedürfnis nach einem neuen „Lieblingsplatz“ nachkommt, an dem man selbstbestimmt und entspannt sein kann. Dieses Design schafft

Presse-Information
Datum 28. November 2018
Thema Zukunftsbakasten der BMW Group.
Seite 2

Emotionen und vermittelt ein positives Gefühl beim Betreten des Fahrzeugs.

Geprägt ist der Innenraum des iNEXT von wenigen, klaren Linien, die Materialien und Farben rücken dank der Geometrie in den Vordergrund. Ein Materialmix aus Stoff und Holz sorgt für eine hochwertige, vom Möbeldesign inspirierte Anmutung und verleiht ihm so seinen besonderen Boutique-Charakter. Warme und freundliche Farben wie der Nude-Farbtönen Purus Rosé, Braun und Beige dominieren den Innenraum, akzentuiert durch metallisch schimmerndes Mystic Bronze. Im Fond überwiegt der petrolfarbige, mit aufwendiger Jacquard-Webtechnik erstellte Stoff Enlighted Cloudburst, der sich asymmetrisch über die Sitzfläche bis in die Seitenwände und Heckablage zieht.

Intelligente Technik – unsichtbar integriert.

Intelligente Technologien werden die Menschen in Zukunft immer unauffälliger unterstützen. Im BMW Vision iNEXT bleiben diese Technologien unsichtbar im Hintergrund (Shy Tech) und greifen erst dann ein, wenn es erforderlich oder von Fahrer und Mitfahrer gewünscht ist. Displays und Tasten sind kaum noch notwendig. Funktionen können über Oberflächen aus Materialien wie Holz oder Stoff – im BMW Vision iNEXT über den Jacquard-Stoff – bedient werden. Die gesamte Steuerung des Fahrzeugs ist somit auf die Bedürfnisse des Menschen ausgerichtet.

Präzision und Klarheit im Exterieur.

Innovationen zeigen sich auch im Exterieur des BMW Vision iNEXT. So ist deutlich die neue BMW i Formensprache mit einer markanten Linienführung mit klaren Formen zu erkennen, deren voluminös modellierte Flächen sich wie Muskeln über die Seite ziehen. Unterstrichen wird dies durch die effektvolle Lackierung in Liquid Greyrose Copper mit einem Verlauf von warmem Kupfer hin zu dunklem Rosé – die Verkörperung von purer Dynamik. Das BMW typische Vieraugengesicht zeigt sich im BMW Vision iNEXT in einer modernen Interpretation mit sehr schmalen Scheinwerfern, während die Außenspiegel für den Blick nach hinten durch Kameras ersetzt sind. Die Frontscheibe geht nahtlos in ein großes Panoramadach über und gibt somit den Blick auf den innovativen Innenraum frei.

Presse-Information
Datum 28. November 2018
Thema Zukunftsbakasten der BMW Group.
Seite 3

Im Heck sorgen horizontale Flächen- und Linienverläufe für einen breiten, dynamischen Stand. Die schmalen Heckleuchten reichen dabei weit ins Heck hinein. Das zum Heck hin durchströmte Dach und ein Diffusor, welcher durch Leuchtelemente in Szene gesetzt wird, optimieren die Aerodynamik des BMW Vision iNEXT. Als ästhetisches und hochfunktionelles Designelement eingesetzt, verbessert der Diffusor nicht nur die Aerodynamik, sondern erhöht gleichzeitig auch die elektrische Reichweite des Visionsfahrzeuges. Vom Motorsport inspiriert, unterstreicht er zudem den typisch sportlichen Auftritt eines BMW – ganz ohne Auspuffrohre.

Weltpremiere in Kalifornien

Im Rahmen der Los Angeles Auto Show 2018 feiert die BMW Group die Weltpremiere des BMW Vision iNEXT und zeigt mit dem Visionsfahrzeug den Aufbruch in ein neues Zeitalter der Freude am Fahren. Damit setzen die Münchner in Los Angeles ihre aktuelle Modelloffensive fort. Das Serienmodell BMW iNEXT wird von 2021 an als neues Technologie-Flaggschiff im Werk Dingolfing gebaut und bringt damit die strategischen Innovationsfelder (D+ACES) der BMW Group auf die Straße.



Presse-Information
Datum 28. November 2018
Thema Zukunftsbakasten der BMW Group.
Seite 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Steven Wörns, BMW Group Innovations & Design Communication
Mobil: +49-151-601-16992
E-mail: Steven.Woerns@bmw.com

Sophie Seidenath, BMW Group Innovations & Design Communication
Tel: +49-89-382-27473
E-mail: Sophie.Seidenath@bmwgroup.com

Benjamin Titz, Head of BMW Group Design, Innovations & Motorsports Communications
Tel: +49-89-382-22998
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. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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>