

Presse-Information
25. Juni 2019

**Designing for tomorrow.
BMW Group Design gestaltet schon heute, wie die Freude am
Fahren zukünftig erlebbar wird.**

München. Was wird uns in Zukunft bewegen? BMW Group Design gestaltet schon heute, wie die Freude am Fahren zukünftig erlebbar wird. Die Innovationsfelder Autonomes Fahren, Connectivity, Elektrifizierung und Services (ACES) eröffnen dabei vollkommen neue Möglichkeiten und Erlebnisse. Sie läuten regelrecht einen Paradigmenwechsel in der Automobilindustrie ein. Für die BMW Group ist Design dabei ein wichtiger Schlüssel zu dieser Zukunft. Es gibt den Innovationsfeldern Gestalt und macht die Technologie erlebbar (D+ACES). Darüber hinaus hat Design die Kraft über das Mögliche hinaus zu denken und ambitionierte Entwicklungen anzustoßen. Dies zeigte die BMW Group bereits mit dem ersten BMW X5, der sprichwörtlich das SUV Segment erfand, dem iDrive-Controller, der heute so oder ähnlich in fast jedem Fahrzeug zu finden ist oder auch die BMW i Modelle. Sie alle waren die ersten ihrer Art und haben das automobiler Umfeld nachhaltig geprägt.

Wir gestalten Erlebnisse.

In Zukunft hat der Fahrer die Wahl, ob er autonom gefahren werden (EASE) oder selbst steuern möchte (BOOST). EASE- und BOOST-Momente sind die Grundlage bei der Gestaltung jedes zukünftigen BMWs. Kurz gesagt: „EASE your Life – BOOST your Moment.“ Die Erlebniswelten EASE und BOOST zeigen, welcher Anspruch BMW Group Design treibt und damit auch die zukünftigen Produkte auszeichnen wird: Die Aufgabe von Design geht weit über das Finden einer Form hinaus, BMW Group Design gestaltet Erlebnisse. Das Automobil ist nicht mehr nur „Fahrzeug“. Es wird zum Ort der Entspannung, der Interaktion, des Entertainments, der Konzentration. Ebenso kann es zur ultimativen Fahrmaschine werden, die Fahrdynamik in neuen Facetten erlebbar macht. Das Automobil wird zu einer neuen Form von Lebensraum, der die Bedürfnisse und Wünsche des Menschen in den Mittelpunkt stellen kann. Und diesen Erlebnisraum gestaltet BMW

Presse-Information
Datum 25. Juni 2019
Thema Designing for tomorrow.
Seite 2

Group Design mit Hilfe der Innovationsfelder ACES in unterschiedlichsten Facetten.

EASE your Life – BOOST your Moment.

Wie diese Erlebnisse in Zukunft konkret aussehen könnten, zeigen die beiden Visionsfahrzeuge, der BMW Vision iNEXT aus dem Jahr 2018 wie auch der BMW Vision M NEXT in sich. Sie verkörpern jeweils eine prototypische Ausprägung der beiden zukünftigen Erlebniswelten von BMW „EASE“ (BMW Vision iNEXT) und „BOOST“ (BMW Vision M NEXT). EASE umfasst alle Erlebnisse während der Fahrt, wenn das Fahrzeug die Fahraufgabe selbst übernimmt. BOOST steht dagegen für das ultimative, aktive Fahrerlebnis. Mit der kommenden Produktpalette wird BMW Group Design in naher Zukunft vielfältige Erlebnisse in der Schnittmenge dieser beiden Ausprägungen realisieren.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

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

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

Benjamin Titz, Head of BMW Group Design, Innovations & Motorsports Communications
Tel: +49-89-382-22998
E-mail: presse@bmw.de



Presse-Information
Datum 25. Juni 2019
Thema Designing for tomorrow.
Seite 3

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 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>