BMW
Corporate Communications

Δελτίο Τύπου
22 Σεπτεμβρίου 2014

10 χρόνια BMW Σειρά 1: Πρωτοπόρος της οδηγικής απόλαυσης και του BMW EfficientDynamics.

Σπορ ταμπεραμέντο, διαφορετική σχεδίαση, πρωτοποριακή απόδοση, premium ποιότητα και καινοτόμος εξοπλισμός, παράγοντες επιτυχίας στη μικρή κατηγορία – με πωλήσεις σχεδόν 1,9 εκατομμυρίων μονάδων σε όλο τον κόσμο.

Μόναχο. Μπορεί η κλασική οδηγική απόλαυση BMW να βρει γόνιμο έδαφος και στη μικρή κατηγορία; Στα τέλη του καλοκαιριού του 2004, δόθηκε μία αξιόπιστη και εντυπωσιακή απάντηση στο ερώτημα με το ντεμπούτο της BMW Σειράς 1 – του πρώτου αυτοκινήτου που συνδύαζε τη δυναμική συμπεριφορά BMW, σπορ φινέτσα και premium ποιότητα με τα λειτουργικά πλεονεκτήματα ενός 5θ μοντέλου μικρών διαστάσεων. Μετά από 10 χρόνια, η BMW Σειρά 1 παραμένει σημείο αναφοράς για το σπορ χαρακτήρα της στην κατηγορία και η επιτομή της απόδοσης, αξιοπιστίας και καινοτομίας. Μοναδικές αρετές που ανέδειξαν το μοντέλο σε bestseller, με πωλήσεις σχεδόν 1,9 εκατομμυρίων μονάδων σε όλο τον κόσμο.

Η ιστορία της BMW Σειράς 1 συνεχίστηκε με τη δεύτερη γενιά με αξιοσημείωτες εξελίξεις που αντανακλούν τις πολυδιάστατες δυνατότητες και την υψηλή της απήχηση. Η BMW Σειρά 1 αποτέλεσε τη βάση για 5θ, 3θ, coupe και Cabrio εκδόσεις αμαξώματος, το 'Παγκόσμιο Πράσινο Αυτοκίνητο της Χρονιάς 2008', την πρώτη BMW με εκπομπές CO2 κάτω από 100 g/km, το πρώτο ηλεκτρικό όχημα της μάρκας που είναι κατάλληλο για καθημερινή χρήση και για μία BMW M με 250 kW/340 hp, για τον επικρατέστερο των συγκριτικών δοκιμών αντοχής που διοργάνωσε το περιοδικό του ειδικού Τύπου "Auto Bild" και για το νικητή του 'Χρυσού Τιμονιού' το 2008 και 2011.

Χάρη στην εκτενή εφαρμογή της τεχνολογίας EfficientDynamics, η BMW Σειρά 1 άνοιξε το δρόμο στη συνεχή μείωση της κατανάλωσης και των ρύπων. Ήταν η πρώτη Σειρά της BMW που περιλάμβανε από το 2007 λειτουργία Auto Start Stop, ένδειξη σχέσης κιβωτίου, ανάκτηση ενέργειας μέσω πέδησης, ηλεκτρικό τιμόνι, αλλά και πολλά ακόμα. Χάρη στην τεράστια δημοτικότητά της, η BMW Σειρά 1 έγινε επίσης η κινητήρια δύναμη για τη συνεχή αύξηση πωλήσεων του παγκοσμίως πιο επιτυχημένου κατασκευαστή premium αυτοκινήτων.

Μοναδική στη μικρή κατηγορία: Μία κλασική BMW στην υπηρεσία της Οδηγικής Απόλαυσης.

Με το εγχείρημα της BMW στη μικρή κατηγορία, τα στοιχεία προϊοντικής ταυτότητας της μάρκας αποτυπώθηκαν σε μία νέα φόρμα. Οι κλασικές αναλογίες - μακρύ καπό, κοντοί πρόβολοι, μεγάλο

μεταξόνιο και καμπίνα επιβατών ‘τραβηγμένη’ προς τα πίσω – οι τολμηρές και δυναμικά σχεδιασμένες επιφάνειες αμαξώματος, το οδηγοκεντρικό cockpit, οι ισχυροί διαμήκως τοποθετημένοι κινητήρες, η κορυφαία τεχνολογία ανάρτησης και η ισχυρή πίσω κίνηση, που μέχρι σήμερα παραμένει μοναδική στην κατηγορία, όλα συνέβαλαν στην εξαιρετική θέση της BMW Σειράς 1 που οδήγησε στην παγκόσμια επιτυχία πωλήσεων. Από την αρχή, η BMW Σειρά 1 υπογράμμισε τη σπουδαιότητά της μέσα από προηγμένα, καινοτόμα στοιχεία εξοπλισμού που μέχρι πρότινος ήταν διαθέσιμα μόνο σε υψηλότερες κατηγορίες. Ελαστικά Runflat, προσαρμοζόμενοι προβολείς, φώτα φρένων δύο σταδίων, μονάδα Start/Stop και επιλογές όπως Comfort Access, το σύστημα ελέγχου iDrive καθώς και συστήματα υποστήριξης οδηγού και υπηρεσίες μετακίνησης του BMW ConnectedDrive με χρήση ευφυούς δικτύωσης επικοινωνίας έκαναν την είσοδό τους στη μικρή κατηγορία με τη BMW Σειρά 1. Επιπλέον, η BMW Σειρά 1 έγινε σημείο αναφοράς και στον τομέα της ασφάλειας. Στο Euro NCAP crash test, τόσο η πρώτη (2004) όσο και η δεύτερη γενιά του μοντέλου (2011) βαθμολογήθηκαν με 5 αστέρια.

Προκειμένου να προβληθούν οι έξοχες αρετές του νέου μοντέλου και να γίνει άνοιγμα σε καινούργια target groups, υιοθετήθηκαν νέες στρατηγικές στο χώρο του PR και του μάρκετινγκ. Για πρώτη φορά πέραν της συμβατικής διαφήμισης, μία ολοκληρωμένη online καμπάνια και μέθοδοι επικοινωνίας μέσω smartphone έπαιξαν ουσιαστικό ρόλο. Στο διαδικτυακό τόπο www.Prinzip-Freude.de, test drives άρχισαν να μεταδίδονται από τα πρώτα στάδια λανσαρίσματος. Ο πρωταγωνιστής του τηλεοπτικού σποτ που κυκλοφόρησε με το σύνθημα ‘Χαρά’ δεν ήταν άλλος από το βάτραχο Kermit. Με την αντισυμβατική, αυτοσαρκαστική γοητεία του, ο παγκοσμίου φήμης πρωταγωνιστής του Muppet Show αποδείχτηκε η ιδανική φιγούρα για την προώθηση του νέου μοντέλου.

Ποικίλες μορφές οδηγικής απόλαυσης στη μικρή κατηγορία: 4 εκδοχές της BMW Σειράς 1.

Η BMW Σειρά 1 αρχικά λανσαρίστηκε σαν κλασικό 4θ hatchback με μεγάλη πίσω πόρτα. Στη φάση αναβάθμισης του μοντέλου την άνοιξη του 2007, το 5θ car πλαισιώθηκε από μία σπορ 3θ έκδοση, που σαφώς αναδείκνυε τα δυναμικά οδηγικά χαρακτηριστικά της Σειράς 1, η οποία είχε ξεπεράσει σε πωλήσεις τις 200.000 μονάδες εκείνη την εποχή. Ακόμα πιο δυναμικό όμως ήταν το τρίτο μοντέλο που κυκλοφόρησε το Νοέμβριο της ίδιας χρονιάς. Σαν δίθυρο με κλασική σχεδίαση τριών όγκων, τέσσερα καθίσματα και πανίσχυρους κινητήρες, η BMW Σειρά 1 Coupe προσέφερε την πιο δυνατή δόση οδηγικής απόλαυσης στη μικρή κατηγορία με πωλήσεις που ξεπέρασαν τις 150.000 μονάδες σε όλο τον κόσμο πριν αντικατασταθεί πέρσι. Η BMW Σειρά 1 Cabrio με κλασικό soft top και χαμηλή μεσαία γραμμή που παραπέμπει στην απόλαυση της ‘ανοιχτής οδήγησης’ BMW ήταν εξίσου επιτυχημένη. Το πρώτο ανοιχτό premium μοντέλο στη μικρή κατηγορία ακολούθησε τον Απρίλιο του 2008, με πωλήσεις που ξεπέρασαν τις 130.000 μονάδες.

Η τρέχουσα γενιά της BMW Σειράς 1 (κατανάλωση μικτού κύκλου: 8.0–3.8 l/100 km; Εκπομπές CO2 στο μικτό κύκλο: 188–99 g/km) διατίθεται σε 5θ και 3θ εκδόσεις. Επιπλέον, η BMW υπογραμμίζει στη σπουδαιότητα των premium μικρών μοντέλων στις διεθνείς αγορές συμπληρώνοντας την προϊοντική γκάμα με μία δεύτερη σειρά. Με το λανσάρισμα της BMW Σειράς 2 Coupe (κατανάλωση μικτού κύκλου: 8,1–4,3 l/100 km, εκπομπές CO2 στο μικτό κύκλο: 189–114 g/km) και της BMW Σειράς 2 Cabrio (κατανάλωση μικτού κύκλου: 8,5–4,.4 l/100 km, εκπομπές CO2 στο μικτό κύκλο: 199–116 g/km), η δυναμική συμπεριφορά και η σπορ φινέτσα αγγίζουν μία νέα διάσταση στη μικρή κατηγορία.

-Τέλος Δελτίου Τύπου-

Το BMW Group

Το BMW Group είναι από τους πιο επιτυχημένους κατασκευαστές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο με τις μάρκες BMW, MINI και Rolls-Royce. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 29 μονάδες παραγωγής σε 14 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2013, το BMW Group πούλησε 1.963 εκατομμύρια αυτοκίνητα και 115,215 μοτοσικλέτες παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το 2013 ήταν 7.91 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 76.06 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2013, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό περίπου 110,351 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊοντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

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

BMW Group Hellas

Κωνσταντίνος Διαμαντής

Corporate Communications

Τηλέφωνο: +30 2109118151

Fax: +30 210 9118007

e-mail: konstantinos.diamantis@partner.bmw.gr