



BMW Motorrad presenta una nueva motocicleta personalizada: la Blechmann R 18.

Bernhard Naumann, también conocido como Blechmann en la escena de la personalización, presenta su versión de la BMW R 18.

Salzburgo. Un personaje fuerte necesita un nombre fuerte. "Blechmann" es un nombre tan fuerte como el metal. También es el sobrenombre de Bernhard Naumann, un renombrado personalizador de Austria. Junto con BMW Motorrad presenta su última creación: La Blechmann R 18.

Con la nueva BMW R 18, BMW Motorrad presentó la primera motocicleta de producción de la marca para el segmento "Cruiser" en abril de 2020. Como ninguna otra motocicleta BMW, este modelo se encuentra completamente en la tradición de las motocicletas BMW históricas, tanto desde el punto de vista técnico como en lo que respecta a su diseño. Se basa en modelos ilustres como la BMW R 5 y vuelve a centrarse en los elementos esenciales de la motocicleta. Razón suficiente para que Bernhard Naumann trabajara lo menos posible en el marco y la tecnología y utilizara solo los puntos de montaje originales para la creación de la Blechmann R 18.

La Blechmann R 18 en detalle.

Al comenzar con una nueva creación, Bernhard Naumann nunca usa bocetos de antemano. Se inspira mientras trabaja en la propia motocicleta. "Dibujo mi diseño directamente sobre el objeto utilizando el material final. Esto me permite responder directamente a los requerimientos y estar atento a las proporciones en todo momento", explica el diseñador.

En el caso de la Blechmann R 18, inicialmente "puso el carro delante del caballo" para poder evaluar correctamente las proporciones del carenado frontal. La monoplaza deportiva se basa en la estructura de soporte original de la salpicadera trasera, y los asientos del piloto y el pasajero. La luz trasera procede de Kellermann. El tanque de combustible se ha modificado mucho: por un lado, es más estrecho, lo que lo hace deportivo y expone el motor aún más. Por otro lado, cuenta con cortes a la altura de las rodillas, que apoyan aún más la línea atlética. El tubo de dirección original se utilizó como base para el manillar.

A continuación, Blechmann personalizó los faros. Al igual que con su última motocicleta BMW personalizada "Giggerl", una conversión de la BMW R nineT, los faros delanteros iban a tener un diseño sutil en forma de riñón esta vez. De manera análoga al motor clásico bóxer, Blechmann colocó una lámpara de filamento en un lugar destacado en el centro. Aquí, también, el ángulo de dirección y el faro inclinado hacia adelante determinan el diseño básico de la motocicleta personalizada. Bernard



Neumann perfeccionó sus esfuerzos de personalización con pintura negra discreta y rayas blancas clásicas de BMW Motorrad. En total, el equipo de Blechmann trabajó 450 horas en su versión de la BMW R 18.

Definición de personalización.

Blechmann no percibe que su trabajo sea el de un personalizador clásico. "Mi trabajo comienza quitando partes de la versión original hasta que queda un lienzo en blanco. A medida que avanza la construcción, el diseño se desarrolla. Yo llamo a esto 'prototipado rápido-estilo Blechmann'", dice el personalizador. Esto es lo que hace que su taller sea único.

En su mayoría, Blechmann trabaja solo en su artesanía y diseños. Si es necesario, cuenta con el apoyo de profesionales cuidadosamente seleccionados. "No puedes hacer nada en este mundo por tu cuenta. Estoy más que contento de tener una infraestructura de personal confiable".

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2019, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 175 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2019 fue de aproximadamente 7 mil 118 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 104 mil 210 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2019, BMW Group tenía una mano de obra de 126,016 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

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/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.



La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Vladimir Mello	vladimir.mello@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Édgar Téllez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Tania Gómora	tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
Julian Argüelles	julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño	gonzalo.rodino@bmw.com.ar
Tania Silva	tania.silva@partner.bmw.com.ar

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Adriana Olmedo	aolmedo@jeffreygroup.com
Vanessa Angulo	vangulo@jeffreygroup.com
Antonio Domínguez	adominguez@jeffreygroup.com
Angela Del Castillo	adelcastillo@jeffreygroup.com
Federico Martínez	fmartinez@jeffreygroup.com
Guillermo García	ggarcia@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez	dmendez@jeffreygroup.com
Marisol Borbolla	mborbolla@jeffreygroup.com
Arturo Tobias	atobias@jeffreygroup.com
Zaira Nolasco	znolasco@jeffreygroup.com

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html
www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es
www.press.bmwgroup.com/argentina/