

BMW Motorrad presenta una nueva motocicleta R 18 personalizada.

“Spirit of Passion” de Kingston Custom.

Múnich. Diseño inconfundible que se distingue de todos los demás: ese es la nueva "Spirit of Passion" de Kingston Custom. Después de Roland Sands, Dirk Oehlerking presta a la BMW R 18 su firma inimitable con la segunda joya R18 de la serie "SoulFuel", una colaboración entre BMW Motorrad y personalizadores seleccionados. Anteriormente, también causó sensación la conversión de R 18 creada por Bernhard Naumann: también conocido como "Blechmann".

Kingston Custom de Oehlerking es bien conocido por su extrema personalización. Sin embargo, cualquiera que espere una reconstrucción completa de la R 18 se llevará una sorpresa. "La BMW R 18 es tan perfecta que dejé la tecnología como está. El cuadro es 100% original y sofisticado, por lo que no se debe cambiar nada aquí", dice Oehlerking. Pero la motocicleta, aun así, se ha transformado en un inconfundible trabajo de Kingston Custom.

La “Spirit of Passion” en detalle.

Lo que más llama la atención, y también el mayor desafío, es el carenado Kingston. La carrocería tiene un acabado de diseño Kingston hecho a mano, al igual que el manillar y el guardabarros. El escape de la BMW R 18 ha sido modificado por Oehlerking en estilo Kingston Roadster, mientras que el asiento proviene de la gama de accesorios universales. Las intermitentes se han sustituido por intermitentes Kellermann y el faro delantero LED ahora está integrado en el carenado. Se han adoptado la pintura y las líneas originales para el carenado y la aleta, con la adición de algunos detalles en estilo Kingston. La suspensión y el depósito de combustible son originales. El diseño en su conjunto se basa en el estilo clásico art decó.

BMW R 18: la original.

Gracias a su arquitectura extremadamente fácil de convertir, la BMW R 18 está predestinada a la personalización. La BMW R 18 presenta una referencia histórica destacada, que se hace eco tanto técnica, como visualmente de modelos famosos como la BMW R 5 y se reenfoca en lo esencial de la motocicleta: tecnología purista, sin lujos y, por supuesto, el "Big Boxer".

Más sobre el maestro.

El piloto de motos, diseñador y artesano Dirk Oehlerking demuestra una vez más en su "Spirit of Passion" que no solo comprende su oficio, sino que lo ha adoptado en su trabajo durante más de 35 años.

Para él, el proceso de diseño comienza mucho antes de que se apliquen los primeros tornillos o se hagan los bocetos: "Lo pensé mucho antes. Mis motos siempre transmiten alma, encanto y carácter. Son ejemplares excepcionales, por lo que

requieren un gran cuidado y atención. Tengo un flujo constante de imágenes que pasan por mi mente cuando se trata de decidir en qué estilo quiero enfocarme. Una vez que he tomado esa decisión, comienzo con un boceto a lápiz y Tipp-Ex. Luego sigo adelante hasta que sé en el fondo de mi corazón: ¡eso es exactamente!"

Oriundo de Hannover, Oehlerking ya tiene su propia tradición de personalizar las máquinas BMW. Alrededor de 17 creaciones propias de la marca son suyas, incluida la "Black Phantom" y su motocicleta hermana, la "White Phantom". Los dos modelos definieron estándares completamente nuevos en la industria en ese momento. Sin embargo, rediseñar la BMW R 18 fue una empresa novedosa para Oehlerking. "Este proyecto es probablemente el más impresionante de toda mi carrera. Significa mucho para mí, si no es que todo en este momento. La confianza que BMW Motorrad ha depositado en mí una vez más es muy importante para mí. Estoy muy agradecido por ello."

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 2020, BMW Group vendió más de 2.3 millones vehículos y más de 169,000 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 contaba con 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/bmw-group/>

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
Julián 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
Angela Del Castillo	adelcastillo@jeffreygroup.com
Federico Martínez	fmartinez@jeffreygroup.com
Paula Argandoña	pargandona@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez	dmendez@jeffreygroup.com
Arturo Tobias	atobias@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/