



Sporočilo za medije
13. januar 2012

»Obraz« avtomobilov BMW serije 3 skozi čas: dinamičen, inovativen, ampak vedno izrazito BMW.

Vsak model BMW serije 3 je harmonična kombinacija tradicije BMW in sodobnosti ter klasičnih in inovativnih elementov.

München. Tekom treh desetletij in pol se je »obraz« avtomobilov BMW serije 3 neprestano razvijal. Oblikovalcem je vedno uspelo vključiti dinamiko, inovacije in estetiko v harmoničen, sodoben in v prihodnost usmerjen koncept, obenem pa so ohranili tradicionalne vrednote. Rezultat tega je, da so vsi avtomobili BMW serije 3 obdržali svojo identiteto in jih lahko na prvi pogled prepoznamo kot BMW. Korenine serije 3 pa segajo celo v šestdeseta leta prejšnjega stoletja ...

Kot proizvajalec športno-elegantnih limuzin je BMW že v tistih časih razvil svoj značilen profil. Z obliko limuzine, motorjem spredaj in pogonom na zadnja kolesa se je uveljavil osnoven koncept vozila (z modelom BMW 1500/2000), ki velja še danes. S predstavitvijo BMW 1600 v letu 1966 se je na trgu uveljavila dvovratna serija 02, v okviru katere je BMW predstavil slavne modele avtomobilov, kot sta 1600ti in 2002ti, ki jo je sčasoma nadomestila BMW serije 3.

Predstavitve prvega modela BMW serije 3 v juliju 1975 označuje pričetek ene največjih zgodb o uspehu v zgodovini avtomobilov BMW. Kljub temu, da je bila limuzina z dvema vrati zelo podobna leta 1972 predstavljenemu avtomobilu BMW serije 5, je na trg prišel popolnoma nov avtomobil - s kompaktnimi dimenzijami in športnim karakterjem. Na prednji strani avtomobila je najbolj izstopal značilni element blagovne znamke BMW, ki se ga je lahko prepoznalo že na daleč – značilne BMW ledvičke.

1975–1983. Obliko prvega modela BMW serije 3 so zaznamovala velika okna, izrazito aerodinamična oblika in, seveda, značilni obraz vseh modelov BMW, prepoznavna maska, na kateri dominirata ledvički, ki nekoliko izstopata izpred pokrova hladilnika in se prelijeta v rahlo izboklino na pokrovu motorja, ki se nadaljuje vse do vetrobranskega stekla. S kratkim nosom in razmikom med kolotekoma (spredaj samo 1364 mm) se je lahko nova športna limuzina pohvalila z »znižanim« videzom. Navpično postavljeni smerni kazalniki so



obrobljali velike okrogle žaromete na vsaki strani, Ob predstavitvi je BMW možnosti avtomobila za uspeh na trgu označil kot odlične: »Brezčasna oblika brez nepotrebnih ornamentov je zagotovilo za to, da bo videz avtomobila BMW serije 3 znanilec trendov za naslednje desetletje.«

1982–1993. Leta 1982 se je predstavila druga generacija BMW serije 3, ki se je izkazala kot dostojen naslednik prve generacije. Rezultat dodatno izboljšane oblike in boljše aerodinamike je avtomobil s precej večjo navzočnostjo v vidnem polju opazovalca. Približno 35 mm večja širina prav tako poskrbi za značilni mogočnejši videz limuzine. V celoti šasija avtomobila deluje bolj zaobljeno. Tudi mehke linije prednjega dela, ki so rezultat obširnih testov v zračnem tunelu, katerih rezultat je nenazadnje tudi koeficient upora 0,37. Spuščen prednji del avtomobila s sploščeno BMW masko z ledvicami razširi celotni prednji del avtomobila, še posebej zato, ker sta dvojna žarometi, ki sta značilna za vse nove modele BMW serije 3, nameščena daleč na vsaki strani avtomobila. Gladek prehod s sprednjega na preostale površine avtomobila poskrbijo ne samo za značilno obliko, ampak tudi za dober tok zraka okoli vozila. Nizek pokrov motorja, ki se počasi dviga iznad široke odprtine za zračenje izboljša aerodinamiko avtomobila, saj njegovo površino ne prekinjajo reže za vstop zraka.

1990–1997. V letu 1990 je prišel čas, da dotedanji BMW serije 3 nasledi precej bolj eleganten naslednik. Naslednik je bil povsem na novo zasnovana športna limuzina, katere dimenzije so se v primerjavi s predhodnikom povečale v vseh smereh, kar je tako presenetilo, kot navdušilo javnost. K odličnemu koeficientu zračnega upora 0,29 (pri modelu 316i) prispevajo, tako dinamične linije in izrazita klinasta oblika, kot tudi občutno nižji pokrov motorja in dvignjen zadek, svoje pa prispevajo tudi tehnične izboljšave, kot so vstavljenost stekel v šasijo brez robov in usmerjen tok hladilnega zraka motorja. Ta BMW tako nima skoraj ničesar skupnega s predhodnikom, a je družinska podobnost vseeno prepoznavna. Zahvaljujoč tipičnim oblikovnim elementom, kot je maska z ledvičkami in dvojnimi prednjimi žarometi je še vedno tipični BMW, kljub temu, da so najbolj očitni oblikovni elementi in simboli blagovne znamke sedaj širši in nižji.

1998–2005. V maju 1998 predstavljena četrta generacija avtomobilov BMW serije 3 je 40 mm širša, prav tako pa je za 60 mm širši kolotek v primerjavi s predhodnim modelom. Takrat so BMW oblikovalci videz prednjega dela avtomobila opisali takole: »V celoti



gledano, pa tudi če se posvetimo podrobnostim, je sprednji del avtomobila, značilni BMW obraz, interpretiran na novo, vseeno pa gre za prepoznaven obraz BMW serije 3.« Maska z dvojno ledvičko je sedaj integrirana v pokrov motorja in skupaj z dvojnimi žarometi poskrbi za zmogljiv videz obraza novega modela BMW serije 3. V primerjavi s prednjim delom avtomobilov BMW serije 5 in BMW serije 7 nižji prednji žarometi poskrbijo za očitno ločnico: zaobljenost luči, vstavljenih v šasijo je nežno nakazana z lahnim namigom na krivulje, katerega rezultat je vidna prekinitev v vodoravni črti nad prednjim odbijačem.

2005–2011. S predstavitvijo pete generacije v letu 2005 je BMW trgu predstavil avtomobil BMW serije 3 z močnim karakterjem, ki izžareva precej več moči in prisotnosti kot njegov predhodnik. Samo leto po predstavitvi so nova strategija oblikovanja in progresivni oblikovalski elementi prejeli najvišje priznanje – BMW serije 3 je bil v New Yorku razglašen za Svetovni avto leta (nagrada »World Car of the Year«). Člani kreativne oblikovalske ekipe pri BMW so bili že vnaprej prepričani, da so pri svojem delu izbrali pravo smer: »Znotraj linije se je oblika avtomobila dosledno razvijala tako z majhnimi kot velikimi koraki. Novi BMW serije 3 predstavlja še posebej velik napredek v zgodovini oblike teh vozil.« Kljub temu, da je avtomobil po dimenzijah le malenkost večji od predhodnika, v očeh opazovalca vidno in očitno izstopa. Z dvojno ledvičko na maski in dvojnimi prednjimi žarometi je izraz na obrazu novica tipičen za sodoben avtomobil BMW – osredotočen.

Od leta 2011. Šesta generacija vozil BMW serije 3 ključne prednosti sodobnih limuzin, kot so okretnost, športnost in dinamika izraža na povsem nov način. Nova interpretacija klasičnih oblikovnih elementov jim je podaljšala življenjsko dobo, spominjajo pa na tiste pri modelih iz šestdesetih let prejšnjega stoletja. Dvojni prednji žarometi z LED "obrvmi" na športni limuzini leta 2011 segajo vse do ledvičk, s čimer na videz tvorijo neprekinjeno celoto, kot sodoben poklon predhodnikom. Atletsko izbočen pokrov motorja dodatno naglašuje prednji del avtomobila ter izpostavlja njegovo prisotnost in športnost. Namesto osrednjega dovoda zraka za hlajenje ima novi BMW serije 3 dva večja dovoda zraka neposredno pod prednjimi žarometi. Dodatni kanali za zrak so na zunanjem robu dovodov zraka, s čimer ustvarijo t.i. »zračno zaveso«. Z dodatnimi izboljšavami zračnega toka okoli prednjih koles zračna zavesa poskrbi za zmanjšanje porabe goriva pri visokih hitrostih in odločilno prispeva k odličnemu koeficientu zračnega upora, ki znaša 0,26.



Kljub temu, da je od predstavitve prve generacije BMW serije 3 v letu 1975 do danes minilo več kot 35 let, prednji strani obeh avtomobilov pričata o značilni identiteti blagovne znamke, tako da sta, kljub veliki razliki v starosti, oba takoj prepoznavna kot člana iste družine. Tako takrat kot tudi danes je ta prepoznavna oblika BMW limuzinam vdahnila značilen videz in osebnost, ki oznanjata sodobne trende in izražata sodobnost, dinamiko, inovacije in estetiko. Vsaka generacija kompaktnih športnih limuzin tako hkrati predstavlja tradicijo BMW in sodobnost. Vsak model pa s kombinacijo klasičnih in inovativnih elementov na novo interpretira to temo na povsem svoj način.

Za dodatne informacije se lahko obrnete na :

Gordana Kisilak, predstavnica za odnose z javnostmi BMW Group Slovenija

E-mail: gordana.kisilak@partner.bmwgroup.com

Telefon: 01/ 586 73 74;

O skupini BMW Group

Skupina BMW Group je ena najbolj uspešnih proizvajalcev avtomobilov in motornih koles na svetu, ki združuje blagovne znamke BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles in Rolls-Royce. Skupina BMW Group kot globalno podjetje upravlja z 25 proizvodnimi obrati v 14 državah, s svojo prodajno mrežo pa je prisotna v več kot 140 državah.

V poslovnem letu 2011 je skupina BMW Group prodala 1,67 milijona avtomobilov in več kot 113.000 motornih koles. Dobiček pred odbitkom davkov je v letu 2010 ob 60,5 milijarde prometa znašal 4,8 milijarde evrov. 31. decembra 2010 je bilo v skupini BMW Group zaposlenih približno 95.500 ljudi.

Uspeh skupine BMW Group je vedno temeljil na dolgoročnem načrtovanju in odgovornem ravnanju. Podjetje je zato vzpostavilo ekološko in družbeno trajnostno naravnost v celotni verigi, odgovornost za svoje izdelke in jasno zavezo k ohranjanju virov kot sestavnem delu svoje strategije. Rezultat teh prizadevanj je tudi prvo mesto na lestvici Dow Jones Sustainability Index znotraj svojega sektorja v zadnjih sedmih letih.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>