



Sporočilo za medije

September 2014

Deset let BMW serije 1: pionir užitka v vožnji, začetnik BMW EfficientDynamics.

München. Ali lahko tipičen užitek v vožnji navdušuje tudi v kompaktnem segmentu vozil? Konec poletja 2004 je BMW ponudil odgovor na to vprašanje. Takrat je svojo premiero doživel BMW serije 1 – prvi avtomobil, ki je združeval značilno vozno dinamiko blagovne znamke, športno in elegantno obliko ter premium kakovost s funkcionalnimi prednostmi petvratnega avtomobila kompaktnih dimenzij. 10 let kasneje BMW serije 1 v svojem razredu še vedno predstavlja merilo športnosti in utelešenje učinkovitosti, zanesljivosti in inovativnih elementov opreme. Zaradi svojih edinstvenih kvalitiet je postal najuspešnejši model s skoraj 1,9 milijoni prodanimi vozili po vsem svetu.

Medtem pa se je zgodba BMW serije 1 nadaljevala z modelom druge generacije, ki je ponujal številne poudarke, ki odražajo večplastni potencial in visoko stopnjo privlačnosti modelne serije. BMW serije 1 je postal osnova za 5-vratno in 3-vratno različico karoserije, izvedbo karoserije coupé in cabrio, »Zeleni avtomobil leta 2008« (World Green Car of the Year 2008), prvi model s stopnjo emisij CO₂ pod 100 grami na kilometer, prvi električni avtomobil blagovne znamke za vsakodnevno uporabo in avtomobil BMW M z 250 kW/340 KM, najboljši avtomobil v preizkusu vzdržljivosti revije »Auto Bild« in dobitnik nagrade »Zlati volan« (Goldenes Lenkard) leta 2008 in 2011.

Z uvedbo obsežne tehnologije EfficientDynamics je BMW serije 1 oral ledino na področju stalnega zmanjševanja porabe goriva in stopenj emisij. Prva serija blagovne znamke je bila tista, ki je leta 2007 vključevala funkcijo Auto Start-Stop, indikator za optimalno pretikanje prestav, regeneracijo zavorne energije, električni volanski servoojačevalnik in druge elemente. Zaradi izjemne popularnosti je BMW serije 1 prav tako postal gonilna sila stalnega



Sporočilo za medije
Datum September 2014
Zadeva Deset let BMW serije 1: pionir užitka v vožnji, začetnik BMW EfficientDynamics.

Stran 2

povečevanja prodaje, ki jo je beležil najbolj uspešen proizvajalec premium avtomobilov na svetu.

V Sloveniji je bil zelo odmeven mednarodni projekt BMW LaOla leta 2012, kjer je zmagovalec iz Slovenije prejel BMW serije 1 v trajno last.

Edinstven v razredu kompaktnih vozil: tipični BMW za »princip zabave«.

Z vstopom premium proizvajalca avtomobilov s sedežem v Münchnu v razred kompaktnih vozil so edinstvene značilnosti modela BMW prešle v nov format. Tipična razmerja blagovne znamke z dolgim pokrovom motorja, kratkimi previsi, dolgo medosno razdaljo in nazaj pomaknjeno potniško kabino, karakterno in dinamično oblikovanimi površinami karoserije, vozniku prilagojenim kokpitom, močnimi, vzdolžno vgrajenimi motorji, vrhunsko tehnologijo podvozja in pogonom na zadnja kolesa, ki je še danes edinstvena v tem razredu, so pripomogli, da BMW serije 1 zasede svoj prvovrsten položaj, ki je predstavljal izhodišče za njegov svetovni prodajni uspeh. Že od samega začetka je BMW serije 1 poudarjal svoj pomen preko sofisticiranih in inovativnih možnosti dodatne opreme, ki so bili dotlej rezervirane samo za višje razrede vozil. Pnevmatike Runflat, prilagodljivo krmiljenje dometa žarometov, dvostopenjska zavorna luč, enota Start-Stop in možnosti dodatne opreme, kot so komfortni sistem dostopa, krmilni sistem iDrive ter tudi sistemi za pomoč vozniku in storitve mobilnosti iz sklopa BMW ConnectedDrive, ki so uporabljale inteligentno povezljivost, so z BMW serije 1 prodrle v kompaktni razred. BMW serije 1 je prav tako prevzel pomembno vlogo na področju varnosti. Pri preizkusnih trkih Euro NCAP, je tako prva (2004) kot druga (2011) generacija modela dosegla največjo oceno 5 zvezdic.

Da bi poudarili izjemne kvalitete novega modela in dosegli nove ciljne skupine, so tudi na področju odnosov z javnostjo in trženja prevzeli nove



Sporočilo za medije
Datum September 2014
Zadeva Deset let BMW serije 1: pionir užitka v vožnji, začetnik BMW EfficientDynamics.

Stran 3

pristope. Prvič je poleg konvencionalnega oglaševanja ključno vlogo odigrala tudi celostna spletna kampanja skupaj s komunikacijskimi metodami za uporabo na pametnih telefonih. Spletna stran www.Prinzip-Freude.de je že v zgodnji fazi propagirala preizkusne vožnje. Zvezda televizijskega spota z motom »Zabava« ni bil nihče drug kot žabec Kermit. S svojim nekonvencionalnim samo-zasmehovalnim šarmom se je svetovno znani junak Mupetkov izkazal kot idealni lik za promocijo novega modela.

Velika raznovrstnost kompaktnega užitka v vožnji: BMW serije 1 v štirih različicah karoserije.

BMW serije 1 je bil sprva lansiran kot klasičen štirivratni avtomobil z velikimi dvížnimi vrati prtljažnika. V okvirju posodobitve modelne serije spomladi 2007 se je 5-vratnemu avtomobilu pridružila športno usmerjena 3-vratna različica karoserije, ki je kmalu uveljavila dinamične vozne karakteristike BMW serije 1, ki je dotlej beležil preko 200.000 prodanih vozil. Dodatna mera dinamike je prišla na sceno še isto leto novembra s prihodom tretjega modela. V obliki dvo-vratnega modela s klasično obliko Three-Box, štirimi sedeži in izredno močnimi motorji je BMW serije 1 Coupé ponujal najbolj intenzivno obliko užitka v vožnji v kompaktnem razredu vozil in zabeležil preko 150.000 prodanih vozil po vsem svetu, preden je prejšnje leto dobil zamenjavo na proizvodnih linijah. BMW serije 1 Cabrio s klasično platneno streho in nizko ramensko linijo je zagotavljal, da je blagovna znamka s tipičnim doživetjem z odprto streho enako uspešna. Prvi premium avtomobil z odprto streho v kompaktnem razredu je sledil aprila 2008, in do umika iz proizvodne linije zabeležil preko 130.000 prodanih modelov.

Aktualna generacija modela BMW serije 1 (kombinirana poraba goriva: 8,0 – 3,8 l/100 km; CO₂ emisije: 188-99 g/km) je na voljo tako v 5-vratni kot 3-vratni različici. BMW poudarja vse večji pomen premium kompaktnih modelov na mednarodnem avtomobilskem tržišču s širitvijo produktne linije s serijo 2.



Sporočilo za medije
Datum September 2014
Zadeva Deset let BMW serije 1: pionir užitka v vožnji, začetnik BMW EfficientDynamics.
Stran 4

S predstavitvijo BMW serije 2 Coupé (kombinirana poraba goriva: 8,1 – 4,3 l/100 km; emisije CO₂: 189-114 g/km) in BMW serije 2 Cabrio (kombinirana poraba goriva: 8,5 – 4,4 l/100 km; emisije CO₂: 199-116 g/km) sta vozna dinamika in športna eleganca kompaktne razreda vstopila v novo dimenzijo.

Kontakt za medije:

Korporativno komuniciranje BMW Group Slovenija

Gordana Kisilak

Elektronski naslov: gordana.kisilak@partner.bmwgroup.com

Telefon: 00386 1 586 73 74

BMW Group

BMW Group je eden izmed najuspešnejših proizvajalcev avtomobilov in motornih koles na svetu s svojimi blagovnimi znamkami BMW, MINI in Rolls-Royce; ob tem zagotavlja premium finančne storitve in storitve mobilnosti. BMW Group kot globalno podjetje upravlja 29 proizvodnih in montažnih obratov v 14 državah in ima globalno prodajno mrežo razporedeno po več kot 140 državah.

BMW Group je v 2013 po celem svetu prodal okoli 1,963 milijona avtomobilov in več kot 115.215 motornih koles. Dobiček pred obdavčitvijo za finančno leto 2013 je znašal 7,91 milijarde evrov ob dohodkih 76,06 milijarde evrov. 31. decembra 2013 je BMW Group zaposloval približno 110.351 ljudi.

Uspeh BMW Group se je vedno gradil na dolgoročni viziji in odgovornem delu. Podjetje je tako ustvarilo ekološki in socialni trajnostni razvoj preko niza vrednot, celostne proizvodne odgovornosti in jasne predanosti k ohranjanju virov kot integralnega elementa svoje strategije.

Spletna stran za medije: <http://www.press.bmwgroup.com/si.html>

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

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