

Sporočilo za medije

Avgust 2015

BMW Group na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu 2015 (IAA).

München. BMW Group se bo od 15. do 27. septembra v Frankfurtu predstavil z edinstveno arhitekturo razstavnega prostora, ki ponaša sodobno eksperimentalno trženje na povsem novo raven.

Pod okriljem BMW Group bodo blagovne znamke BMW, MINI in Rolls-Royce pokazale svoje močne, a različne osebnosti.

Razstavni prostor s precej daljšo progo (sedaj v dolžini 400 m) kot leta 2013 bo sedaj prvič ponujal aktivne demonstracije vožnje z vozili blagovnih znamk BMW in MINI in veljal za najbolj edinstven arhitekturni element razstavnega prostora letošnjega avtomobilskega salona.

Tako bodo pred očmi obiskovalcev na neposreden in nazoren način oživele inovativnost, dinamična zmogljivost in raznolikost BMW Group.

S prek 12.000 m² površine v dveh etažah bo letošnji razstavni prostor največji v zgodovini BMW Group doslej. Vse inovacije, novi modeli in celotni portfelj produktov bodo na ogled za medije in vse ostale obiskovalce.

Poudarki tehnologije in produktov BMW in MINI bodo v kratkih predstavitvah na prizoriščih, integriranih v progo, na ogled obiskovalcem 20-krat na dan. Razstavni oder BMW bo s 50 metri zelo širok.

Inteligentna uporaba digitalizacije: Prvič bo BMW s pomočjo aplikacije BMW IAA dovolil obiskovalcem vpogled v zaodre in omogočil dostop do dodatnih vsebin o inovacijah in vozilih.

Aplikacija poleg avdio vodiča ponuja tudi povečane dejanske elemente, kar omogoča povsem novo doživetje novega BMW serije 7 in ostalih razstavnih eksponatov.

Sporočilo za medije

Datum Avgust 2015

Zadeva BMW Group na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu 2015 (IAA).

Stran 2

Steven Althaus, vodja blagovne znamke BMW in trženja pri BMW Group: »Avtentične, edinstvene blagovne znamke, izjemna nova vozila in vznemirljive inovacije bodo s svojim izvirnim načinom predstavitve ustvarjale edinstveno izkušnjo za obiskovalce mednarodnega avtomobilskega salona IAA 2015.«

Glavni poudarek blagovne znamke BMW bo na mednarodnem avtomobilskem salonu novi BMW serije 7. Njegova vizija, inovacije in elementi predstavljajo izhodišče tako v smislu arhitekture kot uprizoritve.

Razstavni prostor BMW je zasnovan v stilu osrednjega prodajanega salona z usklajeno arhitekturo in postavitvijo, kar ustvarja forum, kjer si lahko obiskovalci izmenjajo doživetja in izkušnje z blagovno znamko.

Novi BMW serije 7 pooseblja sodoben luksuz. Na mednarodnem avtomobilskem salonu je to interpretirano z obliko moderne arhitekture, pozornostjo detajlom in najsodobnejšimi tehnologijami – in s tem pozitivno vpliva na vse druge modele blagovne znamke.

Poleg aktivnega voznega koncepta je jedro predstavitve BMW rotunda za uprizoritev poudarkov: obiskovalcem ponuja spreminjajoče se poglede na novi BMW serije 7 in jih vodi na prostoren trg na zgornji etaži.

Trg z »Galerijo BMW serije 7« ponuja vpogled v bistvo produkta BMW serije 7 in pomen sodobnega luksuza: estetska privlačnost, pozornost detajlom, vrhunska izdelava – kot tudi premik tehnoloških meja v povezan svet.

To se kaže prek detajlov vozila in primerov najbolj fine proizvodne umetnosti iz drugih področij, kot je na primer nymphenburška proizvodnja porcelana (Nymphenburg Porcelain Manufactory).

V treh razstavnih sobah lahko podrobno raziščete osrednje teme novega osrednjega modela blagovne znamke BMW. Tri predstavitvena središča za novi BMW serije 7 s paketom M Sports, novi BMW serije 7 s paketom Design Pure Excellence in hibridno različico BMW eDrive: BMW 740 Le.

Sporočilo za medije

Datum Avgust 2015

Zadeva BMW Group na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu 2015 (IAA).

Stran 3

Ob vozilih so postavljeni vrhunski, intuitivni razstavni elementi, s katerimi si lahko obiskovalci bolj detajlno ogledajo posamezne teme. Na interaktivnem multimedijem zidu lahko zunaj avtomobila na primer preizkusijo novo tehnologijo BMW Gesture Control.

Obiskovalci so povabljeni, da se sprehodijo po prostoru in si vzamejo čas za osebno raziskovanje in doživljanje novega BMW serije 7. Okrogle odprtine v arhitekturi omogočajo vznemirljive vpoglede in perspektive na celoten razstavni prostor. To ustvarja veliko prostora in obenem omogoča tematske povezave med luksuznim segmentom v prvem nadstropju in premium segmentom v pritličju.

Poudarek blagovne podznamke **BMW i** se ob razstavi avtomobilov BMW i3 in BMW i8 osredotoča na koncepte inovativnega polnjenja in servisno ponudbo.

Kot naslednje področje inovacij se predstavlja BMW Connected Living. Na letošnjem mednarodnem avtomobilskem salonu bo BMW i prvič predstavil inteligentne aplikacije, ki segajo daleč prek rešitev čiste mobilnosti in zajemajo druga področja uporabnikovega življenja. S tem BMW i znova dokazuje svojo moč inovacij in poudarja svoje poslanstvo: pionirska, trajnostna in individualna mobilnost.

Prostori razstavnega prostora BMW i se iz pritličja nadaljuje prek odprte arhitekture v prvo etažo in pripelje k predstavitvi BMW i8.

Pri tem modelu se napredne tehnologije, kot so karbonsko jedro in laserski žarometi, povežejo s sodobno interpretacijo luksuza.

BMW eDrive – Zmogljivost motorja BMW TwinPower Turbo, povezana z učinkovitostjo električnega motorja: prenos tehnologije iz blagovne podznamke BMW i se nadaljuje s premierami modelov BMW eDrive v BMW serije 2, BMW serije 3, BMW X5 in BMW serije 7.

Obiskovalci doživljajo nove modele v prostoru, ki združuje informacije o zasnovni tehnologiji z močno čustveno privlačnostjo.

Sporočilo za medije

Datum Avgust 2015

Zadeva BMW Group na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu 2015 (IAA).

Stran 4

Blagovna podznamka **BMW M** se predstavlja z nič manj kot petimi modeli, vključno s svetovno premiero: novim BMW M3 Limuzina. Arhitektura, mediji in osvetlitev ustvarjajo idealno atmosfero za predstavitev teh visokozmogljivih avtomobilov.

Rdeči zidovi, odeti v ogledala, in utripajoča svetloba v trenutku dinamično oživijo prostor in produkte – in ponesejo fascinacijo BMW M na povsem nov nivo.

Kreativnost in strokovna izvedba sta tista, ki ustvarjata umetniška dela. Na avtosalonu v Frankfurtu se lahko visok standard in izjemno kakovost materialov in izdelave **BMW Individual**, drugega poslovnega področja BMW M, doživi prek ročno izdelanih eksponatov.

Široka paleta vzorcev in primeri izvedbe po meri so prikazani na skupno štirih vozilih – s poudarkom na zasnovnem modelu BMW Individual – BMW 750 Li. Tako lahko obiskovalci izvejo več o ponudbi BMW Individual in BMW Manufaktur.

Na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu bo BMW prvič predstavil tudi **novi BMW X1**. Druga generacija izjemno uspešnega modela, ki je dosegla prek 730.000 prodanih vozil po vsem svetu, bo razstavljena s tipično zasnovno šasije BMW X, še bolj prostorno notranjostjo in napredno funkcionalnostjo.

Razstavni prostor je opremljen s privlačno inštalacijo in kaže na brezmejne možnosti robustnega Sports Activity Vehicle: 50 m² kamnita struktura se dviga nad obema nivojema razstavnega prostora in postavlja novi BMW X1 na mesto idealnega vsestranskega vozila – ki je domač tako v mestnem svetu kot na širnih prostranstvih.

BMW serije 3, najbolj uspešen model BMW vseh časov, bo na mednarodnem avtomobilskem salonu 2015 praznoval svojo obletnico. Avtomobil, ki je še vedno najbolj prodajana modelna serija BMW, je vstopil v proizvodnjo pred 40 leti in začel pisati novo ero v zgodovini avtomobilizma.

Razstavni prostor uporablja različne medije za upodobitev ključnih dogodkov iz razvoja šestih generacij legendarne športne limuzine: vse od prvega BMW serije 3 s šestvaljnim bencinskim motorjem, ki je ustvaril segment srednje velikih športnih limuzin, pa do najnovejšega modela, novega BMW serije 3 Limuzina.

Sporočilo za medije

Datum Avgust 2015

Zadeva BMW Group na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu 2015 (IAA).

Stran 5

BMW Motorrad svojo avtoriteto znotraj BMW izkazuje s samosvojo identiteto.

Letos se bodo predstavili štirje serijski modeli: BMW F 800, BMW S 1000 RR, BMW S 1000 XR in BMW R nineT, kot tudi prvotna ideja BMW za izvedbo Scrambler: BMW Concept Path 22. Z minimalističnim pristopom vsaka oblika in površina tega motocikla služi svoji funkciji.

Poleg blagovnih znamk pa **BMW Group Junior Campus** znova ustvarja prostor, kjer se mladi obiskovalci mednarodnega avtomobilskega salona 2015 lahko zabavajo s temami, povezanimi z mobilnostjo.

Na zunanji površini ob razstavnih hali Hall 11 North se mladi lahko v praktičnih delavnicah podučijo o trajnosti, mobilnosti, tehnologiji in obliki.

Pod sloganom »Poslanstvo mobilnosti: Razvij. Izdelaj. Preizkusi.« skupine pod vodstvom usposobljenega vzgojitelja sodelujejo pri snovanju go-karta, ki ga potem preizkusijo na posebni stezi. Delavnice so brezplačne za otroke in mladostnike. Potrebna je prijava na bmwjuniorcampus@erlebniskontor.de. Vstopnice so na voljo tekom trgovskega sejma.

Kreativno središče MINI (MINI Creative Hub). V sklopu navzočnosti BMW Group letošnji razstavni prostor MINI poudarja inovativno moč BMW Group in gradi na tradiciji stalnega izpopolnjevanja. MINI se bo prvič predstavil v povsem novi celostni podobi. Pametna in avtentična identiteta blagovne znamke se odraža v arhitekturi, komunikacijah in filmskem gradivu. Nova filozofija blagovne znamke predstavlja napreden življenjski stil kreativnega razreda.

Glavna pozornost je usmerjena na svetovno premiero novega **MINI Clubman**. Z novo šest-vratno različico tega atraktivnega in izjemno uspešnega modela MINI se blagovna znamka prvič podaja v drugi najvišji razred vozil in dviguje standarde na področju oblike, materialov in jedra produkta.

Devet metrov visoko okno pred razstavnim prostorom ponuja pogled v svet novega MINI Clubman. Na osnovi ideje »Dialogi Clubman« so obiskovalci vabljeni, da odkrijejo kreativen, urban svet novega MINI Clubman.

Sporočilo za medije

Datum Avgust 2015

Zadeva BMW Group na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu 2015 (IAA).

Stran 6

Glavni razstavni poudarek ponuja uporabnikom možnost raziskati svet novega MINI Clubman in si ustvariti osebno mnenje.

MINI John Cooper Works popelje obiskovalca v široko odprto, mestno-industrijski svet. Pred kuliso velikega letalskega hangarja bosta razstavljeni dva člana legendarne družine John Cooper Works. Svoboda, dediščina in ekskluzivnost se spremenijo v pravo doživetje za mimoidoče.

Razstavni prostor predstavlja **MINI Countryman** kot avtomobil, ki izkazuje svoje kakovosti v mestu in na podeželju.

MINI Connected je rdeča nit kot izraz digitalne identitete MINI. Sistemi za pomoč vozniku, infozabava v avtomobilu, virtualna resničnost – širok spekter inovativnih razstavnih eksponatov omogoča skoraj brezmejne možnosti interaktivnega doživetja inovativnih tehnologij.

MINI Connected Lounge s svojo sproščeno salonsko atmosfero na zgornji etaži ponuja spektakularen pogled na prizorišče in stezo, medtem ko je z MINI 360° mogoče pokukati v prihodnost.

MINI Yours pomeni umerjeno ekskluzivnost.

Ta prostor vabi obiskovalce, da v kreativnem ateljejskem ozračju odkrijejo prvorazredno obliko in materiale. Velika predstavitevna soba se ponaša z raznovrstnostjo in izbrano strokovno izvedbo MINI Yours.

Dodatna oprema MINI (MINI Accessories) odpira vrata v svet različnih možnosti – z opremo vseh oblik in barv, ki jo je mogoče povezati na nešteto različnih načinov.

Obiskovalci imajo s konfiguratorjem opreme MINI priložnost ustvariti lasten videz MINI.

Letos se bo trgovina **MINI Lifestyle** osredotočala na novo moško kolekcijo MINI Gentleman's Capsule Collection, ki je z modnimi dodatki, kot so pokrivala, očala, čevlji, dišave in ekskluziven komplet za britje, našla svoj navdih v novem MINI Clubman.

Sporočilo za medije

Datum Avgust 2015

Zadeva BMW Group na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu 2015 (IAA).

Stran 7

Rolls-Royce: Koncept razstavnega prostora za avtomobile Rolls-Royce na mednarodnem avtomobilskem salonu 2015 poustvarja moderno vilo – privlačno in sodobno. S svojo atraktivno arhitekturo se blagovna znamka zdi bolj odprta in dostopna v primerjavi s preteklimi razstavnimi prostori.

Svetovna premiera novega **Rolls-Royce Dawn** je letos glavni poudarek blagovne znamke. Impresivno elegantna oblika zunanosti tega luksuznega štirisedežnega vozila z zložljivo streho združuje legendarno navzočnost modela Rolls-Royce s privlačno in sodobno vizijo blagovne znamke. Model Dawn je izjemno atraktivno vozilo, drugačno od drugih modelov Rolls-Royce. Na razstavnem prostoru se bosta predstavili dve različni konfiguraciji.

Poseben izbor vozil bo vsem obiskovalcem na voljo v garaži za zbiratelje (Collector's Garage): nov model Wraith Inspired by Music, Phantom Limelight in Ghost Series II.

V salonu Sir Henry Royce lahko obstoječe in potencialne stranke najdejo navdih za svoj osebni stil in se o njem v sproščenem ozračju pogovorijo neposredno s člani ekipe Rolls-Royce.

Bespoke Rolls-Royce. Eden izmed dejavnikov uspeha »Umerjenost je Rolls-Royce« je tesno sodelovanje med snovalci in strankami, katerih želje se zlahka integrirajo in tako ustvarijo avtomobil, ki je edinstven kot prstni odtis. V umerjenem ateljeju imajo gostje možnost raziskati podrobni proces snovanja številnih legendarnih elementov.

Agencije:

Agencija Meiré und Meiré je odgovorna za nastanek in koncept predstavitve blagovnih znamk BMW in MINI.

Za načrtovanje izvedbe skrbita agenciji Blue Scope Communications za BMW in bfm-net za MINI.

Wolf Production je partner za razstave in predstavitve na avtomobilskem salonu

Agencija Puncher P3 je vodilna za razvoj, koncept in izvedbo predstavitvenega prostora za Rolls-Royce.

Sporočilo za medije

Datum Avgust 2015

Zadeva BMW Group na mednarodnem avtomobilskem salonu v Frankfurtu 2015 (IAA).

Stran 8

Kontakt za medije:

Korporativno komuniciranje BMW Group Slovenija

Gordana Kisilak

Elektronski naslov: gordana.kisilak@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 30 proizvodnih in montažnih obratov v 14 državah in ima globalno prodajno mrežo razporedeno po več kot 140 državah.

BMW Group je v 2014 po celem svetu prodal okoli 2,118 milijona avtomobilov in več kot 123.000 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.

www.bmwgroup.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>