

Die BMW Group auf der IAA 2011.

BMW Weltpremierer fahren erneut auf dem Messestand. BMW setzt das erfolgreiche, fahraktive Konzept aus 2009 fort.

BMW wird auf der diesjährigen IAA ihre Weltpremierer erneut fahraktiv auf einem Rundkurs in der Halle 11 auf dem Frankfurter Messegelände präsentieren. Das erfolgreiche und prämierte Konzept aus 2009, die Automobile fahrend zu zeigen, wurde konsequent weiterentwickelt. Für Presse und Publikum werden dadurch Effizienz und Dynamik durch die Produkte selbst erlebbar gemacht. Mit einer Kombination aus Messe und Event in Form von bewegten Bühnenshows kann der Messebesucher in die Welt der Marke eintauchen.

Das diesjährige Highlight von BMW auf der IAA und damit auch das Herzstück des Messestandes werden die Fahrzeugkonzepte der neuen BMW Submarke BMW i sein. Mit den Studien BMW i3 Concept und BMW i8 Concept stellt die BMW Group ihre Visionen für die Mobilität der Zukunft vor. Die Konzeptfahrzeuge geben einen Ausblick auf die ersten elektrischen Serienautomobile unter der neuen Submarke BMW i. Bereits Ende Juli konnten sich ca. 300 internationale Journalisten auf einem Teil des IAA Messestandes ein Bild von den Fahrzeugen und der Lebenswelt von BMW i machen.

Eine weitere Premiere auf dem Messestand ist der neue BMW 1er. Mit umfangreichen Individualisierungsmöglichkeiten durch die erstmals angebotenen Lines hat sein Auftritt einen besonderen Anspruch an eine individuelle und differenzierte Präsentation.

Die individuellen Markenauftritte auf der IAA nutzt die BMW Group auch zur Information und Motivation des Handels. Bereits seit Mitte Juli finden auf dem Messestand in Frankfurt branchenübliche Veranstaltungen für Händler und Verkäufer statt. Dort werden den ca. 9.000 Teilnehmern die neuen Produkte der BMW Group präsentiert und in Workshops nähergebracht.

Zusätzlich können aktuelle und zukünftige Produkte wie beispielsweise der neue BMW 1er oder das MINI Coupé auf den weitläufigen Aussenflächen des Frankfurter Messegeländes und im Grossraum Frankfurt von den Händlern und Verkäufern getestet werden.

Wie 2009 wird die BMW Group mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce unter einem Dach in Halle 11 zu finden sein. Aber auch die BMW Group als Unternehmen hat ihren Auftritt. So werden die Markenpräsentationen an den beiden Foyerseiten der Halle eingerahmt durch Bereiche, die das Nachhaltigkeitsengagement des Unternehmens darstellen und vermitteln. Das Geschäftsfeld Motorrad präsentiert seine zwei Marken BMW Motorrad und Husqvarna Motorcycles auf der Aussenfläche vor der Halle 11 und komplettiert damit den Auftritt der BMW Group.

Die bewegte BMW Präsentation in der damals neuen Halle 11 auf der Internationalen Automobilausstellung 2009 wurde 2010 mit dem jährlich vom Rat für Formgebung verliehenen Designpreis der Bundesrepublik Deutschland in Silber ausgezeichnet. Der innovative Markenauftritt gewann auch einen silbernen Löwen in Cannes sowie Auszeichnungen des Art Directors Club von Deutschland und New York sowie weitere Kreativ-Wettbewerbe.

Für weitere Informationen:

BMW (Schweiz) AG
Corporate Communications
Finn Stein
Industriestrasse 20
8157 Dielsdorf
Tel. 058 269 10 93
Fax 058 269 15 13
E-Mail finn.stein@bmw.ch
www.press.bmwgroup.com

Dielsdorf, 4. August 2011

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Entsprechend ist die BMW Group seit sechs Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.