

Dr. Norbert Reithofer, Ian Robertson, Dr. Klaus Draeger, Weltpremiere der neuen BMW 3er Limousine, München, BMW Welt, 14. Oktober 2011.

- Es gilt das gesprochene Wort -

Dr. Norbert Reithofer
Vorsitzender des Vorstands der BMW AG

Ian Robertson
Mitglied des Vorstands der BMW AG,
Vertrieb und Marketing

Dr. Klaus Draeger
Mitglied des Vorstands der BMW AG,
Entwicklung

Weltpremiere der neuen BMW 3er
Limousine

München, BMW Welt, 14. Oktober 2011

Meine Damen und Herren,

auf dieses Auto sind wir besonders stolz. Der BMW 3er hat den weltweiten Ruf der Marke BMW entscheidend mitbegründet. Dafür haben unsere Kunden in der ganzen Welt gesorgt: Seit 1975 haben über 12 Millionen Menschen einen BMW 3er gekauft. Damit haben sie den BMW 3er zur erfolgreichsten Baureihe im Premium-Segment gemacht.

Jede neue 3er Generation bietet den Kunden mehr Innovationen:

- Als die erste Generation des BMW 3er 1975 auf den Markt kam, war ich Student. Ich konnte mir das Auto nicht leisten, aber die zweitürige Limousine mit Vierzylinder-Motor und fahrerorientiertem Cockpit hat mich schon damals beeindruckt.
- Mit der zweiten Generation wurde der BMW 3er variantenreich: Viertürer, Cabrio, M3 und Touring. Hinzu kamen der erste Diesel und der erste Allradantrieb in der BMW 3er Reihe.
- In der dritten Generation wuchs die BMW 3er Reihe um das Coupé und den Compact.
- In der vierten Generation kletterte der BMW 3er in Deutschland auf einen Spitzenplatz in der Zulassungsstatistik. Das war noch keinem Vertreter seiner Klasse gelungen.
- In der fünften Generation wurde die Freude am Fahren mit Efficient Dynamics deutlich effizienter.

Fünf Generationen – das sind 36 Jahre BMW 3er. Sie beweisen: Wir haben unseren Vorsprung im Premium-Segment „Sportliche Mittelklasse“ kontinuierlich ausgebaut.

Der BMW 3er ist und bleibt die volumenstärkste Baureihe unseres Unternehmens – obwohl wir unser Produktprogramm weiter ausbauen und auffächern. 2010 war jedes dritte verkaufte Fahrzeug der Marke BMW ein 3er.

Jede Generation der 3er Limousine wurde in München gebaut. Hier schlägt das Herz unseres Unternehmens. Hier stehen unsere Konzernzentrale, unser Stammwerk, die BMW Welt und das BMW Museum. Für uns war immer klar: Auch die sechste Generation des BMW 3er fertigen wir hier in München.

Für die Mitarbeiter im Werk München ist dieser Anlauf eine besondere Herausforderung:

1. Sie sorgen dafür, dass der neue 3er für die Kunden pünktlich zur Markteinführung am 11. Februar 2012 weltweit zur Verfügung steht. Später folgen die Werke Regensburg, Rosslyn und Shenyang.
2. Wir zeigen einmal mehr: Automobilproduktion in einem städtischen Umfeld ist auch im 21. Jahrhundert möglich, sofern sie modern und nachhaltig ist.

Bei der Premiere heute Nachmittag im Werk konnte jeder spüren: Unsere Mitarbeiter brennen darauf, endlich loszulegen. Sie sind vom neuen BMW 3er begeistert. Am Montag ist es soweit, dann startet die Produktion.

Was der neue BMW 3er den Kunden bietet – dazu gleich mein Kollege Ian Robertson.

Vielen Dank.

Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing

In den vergangenen 36 Jahren stand die 3er Reihe im Zentrum der Marke BMW und das ist leicht nachzuvollziehen:

- Sie hat das dynamische Wachstum der BMW Group angekurbelt.
- Sie hat den Kunden die Möglichkeit gegeben, sich zwischen verschiedenen Karosserievarianten zu entscheiden.
- Sie hat mehr Zuneigung erhalten als irgendein anderes Modell in ihrer Klasse. Und dabei läuft sie sich gerade erst warm.

Von Beginn an war die BMW 3er Limousine ein weltweiter Erfolg. Inzwischen ist sie das meistverkaufte BMW Modell aller Zeiten. Jedes fünfte verkaufte BMW Fahrzeug ist eine 3er Limousine.

Die BMW 3er Reihe ist heute in 132 Ländern erhältlich. Für die BMW Group ist sie Motor für langfristiges Wachstum. Seit ihrer Einführung wurden insgesamt über 12,5 Millionen Fahrzeuge verkauft. Durch ihr ambitioniertes Wachstum hat sich die 3er Reihe weltweit als Marktführer in ihrem Segment etabliert. Gleichzeitig war der BMW 3er immer auch Pionier.

Der historische Erfolg des BMW 3er beruht auf seinem Variantenreichtum. Er war das erste Modell in seinem Segment, das neben der Limousine ein so breites Spektrum an Karosserievarianten bot:

- Cabrio
- Coupé
- Touring
- und zeitweise Compact.

Kein anderes sportliches Mittelklassefahrzeug verfügt über so viele Varianten wie der BMW 3er. Ermöglicht hat dies letztlich die starke, selbstbewusste Position der sehr erfolgreichen 3er Limousine.

Schon immer hat die BMW 3er Reihe die Kunden durch Fahrzeuge begeistert, die perfekt auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Daran knüpft die neue 3er Limousine an. Als sportlichste Limousine im Segment setzt die sechste Generation durch innovative Design-Optionen neue Maßstäbe für eine weitere Personalisierung. So wird die neue 3er Limousine in drei Linien mit jeweils einem eigenen, unverwechselbaren Charakter erhältlich sein:

- Die „Sport line“ stärkt den ohnehin sportlichen Charakter des Fahrzeugs durch die besondere Betonung seiner dynamischen Anmutung.
- Die „Luxury line“ unterstreicht in besonderer Weise das elegante Fahrzeugdesign.
- Die „Modern line“ kreiert einen harmonischen Innenraum durch den Einsatz natürlicher Elemente und Rohstoffe.

Neben diesen neuen Linien ist die neue 3er Limousine selbstverständlich auch mit M Sportpaket erhältlich.

Mit ihrer Mischung aus sportlichen Fahreigenschaften, Ästhetik und hoher Kraftstoffeffizienz bietet die 3er Reihe den Fahrern genau das, was so unverfälscht, begehrt und schwer zu quantifizieren ist: „Freude am Fahren“ oder „Sheer Driving Pleasure“.

Egal in welcher Sprache, die Botschaft ist stets dieselbe: Die 3er Limousine ist ein echter Botschafter der Marke BMW. Und genau aus diesem Grund steht die 3er Reihe im Zentrum der Marke BMW.

Vielen Dank!

Dr. Klaus Draeger, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Entwicklung

Neben dem Design überzeugt der neue BMW 3er aus meiner Sicht durch seine technischen Innovationen.

Schon immer war der BMW 3er ein sportliches Statement in seinem Segment. Dafür stehen nicht zuletzt die Motorsport-Varianten aller BMW 3er Generationen – die Ahnengalerie erfolgreicher Tourenwagen- und Langstecken-Fahrzeuge. Der BMW M3 der ersten Generation ist bis heute der erfolgreichste Tourenwagen aller Zeiten.

Agilität und Fahrdynamik bleiben auch bei der sechsten Generation die Parade-Disziplinen. So passt die variable Sportlenkung das Übersetzungsverhältnis im Lenkgetriebe rein mechanisch an die jeweiligen Bedingungen an und unterstreicht die Leichtfüßigkeit in schnell gefahrenen Kurven.

Oft sind es Details, die das sportliche Fahren erleichtern: Ein Beispiel ist die optionale M Sportbremse. Diese Mehrkolbenbremse mit Aluminium-Festsätteln und besonders grossen Bremscheiben wiegt weniger und realisiert kürzeste Bremswege. Auch das neue Head-Up Display unterstützt die sportliche Fahrt. Zum ersten Mal bieten wir es in dieser Fahrzeugklasse mit vollständigem Farbspektrum an – für weniger Ablenkung beim Fahren.

Besonders am Herzen liegt mir die Vernetzung des Fahrzeugs. Sie ist in dieser Klasse einzigartig:

- Mit BMW ConnectedDrive erfüllt der neue BMW 3er modernste Ansprüche an Infotainment.
- Unsere Premiumkunden erwarten zu Recht, dass wir eine besonders leistungsfähige Schnittstellentechnologie bieten.
- Eine Fülle an Fahrerassistenzsystemen erhöht die Sicherheit beim Fahren.

Neben der Sportlichkeit wurde der Fahrkomfort deutlich gesteigert. Neue Efficient Dynamics Features bieten noch mehr Performance bei noch weniger Verbrauch.

Zur Markteinführung der neuen BMW 3er Limousine gibt es neben den optimierten Dieselmotoren und dem bekannten Sechszylinder-Benziner einen neuen Vierzylinder-Ottomotor. Wie die anderen Motoren verfügt auch

er über die BMW TwinPower Turbo Technologie. Sie bewirkt eine deutliche Leistungssteigerung und einen signifikant geringeren Kraftstoff-Verbrauch.

Unterstützt wird dieser Effekt durch eine Reihe anderer Innovationen:

- Auto Start Stop: serienmässig.
- Fahrerlebnisschalter mit ECO PRO Modus: serienmässig.
- Achtgang-Automatik: Zum ersten Mal erhältlich in diesem Segment.

Zur Reduzierung des Verbrauchs trägt auch die aerodynamische Karosserie bei: Als Ingenieur finde ich einen Cw Wert von 0,26 sehr beeindruckend. Durch intelligenten Leichtbau wurde der neue BMW 3er um rund 40 kg leichter.

All diese Verbrauchsvorteile gipfeln im neuen BMW 320d EfficientDynamics Edition. Mit einer Höchstleistung von 163 PS und einem maximalen Drehmoment von 380 Nm beschleunigt das Fahrzeug in nur 8 Sekunden von null auf hundert und verbraucht im EU-Testzyklus 4,1 Liter auf 100 Kilometer. Das entspricht einem CO₂-Ausstoss von 109 Gramm pro Kilometer.

Der BMW 3er war in seiner Geschichte innovativer Trendsetter und Vorreiter bei Motoren- und Antriebstechnologie. Im Herbst 2012 bereichern wir die BMW 3er Reihe um eine neue Antriebsvariante.

Hier ist der neue BMW ActiveHybrid 3.

Er ist der weltweit erste Full-Hybrid unter den kompakten Sportlimousinen im Premium-Segment. Damit bieten wir den Kunden in unserer absatzstärksten Baureihe ein hocheffizientes Hybrid-Fahrzeug an.

- Maximal abrufbar sind 340 PS.
- Der Antrieb entwickelt bis zu 450 Nm.
- Der Benzinverbrauch liegt pro 100 Kilometer bei 6,4 Liter im EU-Testzyklus.

Ich könnte Ihnen noch viele Details zu diesem Fahrzeug erzählen, aber Sie erhalten alle Informationen im Anschluss auf einem USB-Stick.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Für weitere Informationen: BMW (Schweiz) AG
Corporate Communications
Axel Schmidt
Industriestrasse 20
8157 Dielsdorf
Tel. 058 269 10 92
Fax 058 269 15 13
E-Mail Axel.AS.Schmidt@partner.bmw.ch
www.press.bmwgroup.com

Dielsdorf, 17. Oktober 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.