

VISION BMW ALPINA: GESCHWINDIGKEIT, VEREDELTE

+++ Eine einzigartige Designstudie für ein neues Kapitel von BMW ALPINA +++ Interpretiert das Markenerbe neu – mit zeitgemäßem Design, moderner Ästhetik und Technologie +++ Verkörpert die Werte von BMW ALPINA: Geschwindigkeit, Komfort und Eleganz +++ Klares Bekenntnis der BMW Group zur Bewahrung und Weiterentwicklung von BMW ALPINA +++

München/Cernobbio. Der Vision BMW ALPINA feiert beim Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2026 seine Welt-Premiere. Die Designstudie vereint alles, was die Marke BMW ALPINA auszeichnet: aussergewöhnliche Fahrleistung, Raffinesse und die perfekte Symbiose aus Performance und Komfort.

„Seit jeher steht Alpina für eine ganz besondere Philosophie von Performance und Veredelung – ein Konzept, bei dem Dynamik und Komfort keine Gegensätze, sondern komplementäre Ansprüche sind. Als neue Eigentümer dieser besonderen Marke ist es unsere Aufgabe, den unverwechselbaren Charakter zu bewahren und ihn zugleich zeitgemäss weiterzuentwickeln“, erklärt Adrian van Hooydonk, Leiter BMW Group Design. „Der Vision BMW ALPINA demonstriert, wie sich diese Qualitäten in einer modernen, klaren Formensprache ausdrücken lassen, und zeigt auf, wohin wir die Marke in Zukunft führen werden.“

DESIGN UND FORM: ÄSTHETIK DER GESCHWINDIGKEIT

Der Vision BMW ALPINA versteht sich als respektvolle Interpretation des Markenerbes Alpinas, geprägt von einer zeitgenössischen Designsprache. Mit einer Länge von 5.200 mm strahlt er eine eindrucksvolle Präsenz aus: breit, flach und souverän. Die lang gestreckte, fließend abfallende Coupé-Dachlinie signalisiert Dynamik und bietet zugleich grosszügigen Reisekomfort für vier Personen. Angetrieben wird das Fahrzeug von einem V8-Motor, dessen charakteristischer Alpina-Sound das Fahrerlebnis prägt: sonor und tief im unteren Geschwindigkeitsbereich, kraftvoll und emotional bei hohen Drehzahlen.

„Mit dem Vision BMW ALPINA verdichten wir die Essenz der Marke und interpretieren sie auf eine höchst moderne und zugleich anspruchsvolle Weise neu“, so Maximilian Missoni, Leiter Design BMW obere Mittelklasse, Oberklasse und BMW ALPINA. „Jedes Detail verkörpert Substanz – in der Ingenieurskunst, in den Materialien und in der Geschichte, die es erzählt. Die Statements sind bewusst subtil gehalten und erschliessen sich oft erst auf den zweiten Blick. Es ist das Zusammenspiel aus Klarheit und Tiefe, welches die Designsprache von BMW ALPINA prägen wird.“

Die Frontpartie strahlt mit ihren kraftvollen Flächen und einer nach vorne gerichteten Haltung Dynamik aus, ohne dabei überzeichnet zu wirken. Die sogenannte „Shark Nose“ interpretiert die BMW Niere als skulpturales, dreidimensionales Element neu. Sie strukturiert die Fahrzeugform und umrahmt das Markenemblem zurückhaltend, doch souverän.

Ausgehend von der Front entwickelt sich das Exterieur entlang einer klaren Achse: der speed feature line. Mit einer Neigung von sechs Grad steigt sie aus den unteren Ecken der Front an und führt die Seitenlinie bis ins Heck. Die speed feature line wirkt klar und prägnant: Sie vermittelt Bewegung in ihrer reinsten Form.

MARKENZEICHEN UND PRINZIPIEN: DIE RAFFINESSE DES „SECOND READ“

Erst bei genauerer Betrachtung offenbaren sich subtile Details, die sich nicht in den Vordergrund drängen. Das Prinzip des „Second Read“ prägt den Vision BMW ALPINA bis ins kleinste Detail.

Die Deko-Linien sind seit 1974 fester Bestandteil der Alpina Formsprache. Für den Vision BMW ALPINA wurden sie modernisiert, auf das Wesentliche reduziert und unter dem Klarlack direkt auf die Karosserieflanke aufgebracht – eine zurückhaltende Geste, die zeigt, wie prägende Markendetails in einen zukunftsorientierten Kontext übertragen werden.

Besondere Aufmerksamkeit gilt den nach innen gewandten Rückflächen: Sie sind in einem dunklen Metallic-Ton ausgeführt, der seine volle Wirkung erst beim genaueren Hinsehen entfaltet. Dieser Ansatz ist vom BMW 507 inspiriert, bei dem Chrom ausschliesslich an den Innenseiten der Niere zum Einsatz kam.

Auch die „Shark Nose“ verkörpert diese „Second Read“ Raffinesse: Die inneren Flächen tragen eine fein skalierte Deko-Linien-Grafik, die erst durch eine verborgene, sanfte Hintergrundbeleuchtung sichtbar ist, sobald diese aktiviert wird.

Ein warmer Weissston prägt die Tagfahrlichtsignatur und zeichnet die Konturen der Nieren nach – inspiriert vom ersten Licht über den bayerischen Alpen. Präzise geschliffene Leuchtkristalle setzen innerhalb der schmalen Lichtgrafik akzentuierte Highlights.

Die vier ellipsenförmigen Endrohre bleiben ebenso erhalten wie die „ALPINA“ Wortmarke. Letzterer wurde neu interpretiert und als präzise gefertigtes, poliertes Metallelement in die vordere Schürze integriert. Die 22-Zoll-Räder an

der Vorderachse und 23-Zoll-Räder an der Hinterachse greifen das 20-Speichen-Design auf, das seit 1971 eine Konstante bei Alpina ist.

INTERIEUR UND DETAILS: ARCHITEKTONISCHE KLARHEIT

Der Innenraum besticht durch Grosszügigkeit in jeder Dimension: Raum, Materialqualität und die sorgfältige Integration von Technologie. Architektonische Volumina prägen die Gestaltung; jedes Element ist als eigenständige Form konzipiert, die sich nicht in einem homogenen Interieur verliert.

Die speed feature line setzt sich auch im Innenraum fort und trennt den dunkleren, oberen Bereich vom helleren, unteren Bereich. Vollnarbiges Leder – bezogen von ausgewählten Gerbereien der Alpenregion – wird kombiniert mit Nähten, die von den charakteristischen Deko-Linien inspiriert sind.

Handwerkliche Details sind zurückhaltend, aber wohlüberlegt eingesetzt: Eine spezielle Brückennaht, die von den historischen Lenkrad-Handnähten beeinflusst wurde, erscheint sparsam in den klassischen Heritage-Farben Blau und Grün. Für die Metallkomponenten kam eine von der Uhrmacherkunst abgeleitete Fasentechnik zum Einsatz, die satinierte und polierte Oberflächen kombiniert. Präzise geschliffene Kristalle sind jenen Bedienelementen vorbehalten, die das Fahrerlebnis massgeblich beeinflussen – ein deutliches Zeichen für den hohen Stellenwert, den BMW ALPINA dem Fahren selbst einräumt.

Hinter der Mittelkonsole befindet sich ein Kristallglas-Set mit einer Flasche, die mittels eines selbstöffnenden Mechanismus elegant emporgleitet. Jedes Glas ist mit 20 Deko-Linien graviert und weist ein um sechs Grad geneigtes Randprofil auf, gehalten von verdeckten Magneten und sanft illuminiert vor der offenen Mittelkonsole.

KOMFORT UND GESCHWINDIGKEIT

Burkard Bovensiepen verstand etwas, das in der Automobilwelt vielerorts in Vergessenheit geraten ist: Ein entspannter Fahrer ist ein schnellerer Fahrer. Dieser Gedanke steht im Zentrum des Vision BMW ALPINA. Mit Comfort+ bot ALPINA seit jeher einen Fahrmodus, der über die klassische BMW Komfortabstimmung hinausgeht und ein besonders geschmeidiges, kultiviertes Fahrerlebnis ermöglicht. Auch im Vision BMW ALPINA bleibt dieses Fahrerlebnis bewahrt.

Das BMW Panoramic iDrive mit neuem Passenger Screen erstreckt sich über die gesamte Instrumententafel und verfügt über ein eigens für BMW ALPINA entwickeltes, digitales User Interface. Die traditionellen Heritage-Farben Blau

und Grün werden dabei gezielt sowie diskret eingesetzt und intensivieren sich im BMW Panoramic Vision Head-Up Display beim Wechsel von Comfort+ in den Speed Mode. Die visuelle Gestaltung der Hintergründe folgt einem präzisen gestalterischen Konzept. Die dargestellte Alpenlandschaft zeigt exakt jene Bergkette, die sich vom Blick von Buchloe aus nach Süden eröffnet.

VERWURZELT IN DEN URSPRÜNGEN DER MARKE

Die Geschichte von Alpina begann 1965 in Buchloe, einer kleinen bayerischen Stadt am Fuss der Alpen. Burkard Bovensiepen, der ursprünglich eine Karriere in der Schreibmaschinenindustrie einschlagen sollte, entschied sich stattdessen für die Welt der Hochleistungsautomobile. Mit der Gründung von Alpina begann er, die Strassen- und Rennfahrzeuge von BMW zu veredeln und weiterzuentwickeln. Seine Philosophie war von Beginn an klar: Geschwindigkeit und Komfort sind keine Gegensätze, sondern ergänzen sich vielmehr.

Während Mitbewerber im Langstreckensport konsequent jedes überflüssige Gewicht reduzierten, verfeinerte Burkard Bovensiepen die Fahrersitze um eine zusätzliche Polsterung. Genau diese Haltung prägte auch die späteren Strassenmodelle von Alpina, die für ihren Komfort und ihre souveräne Stabilität bei hohen Geschwindigkeiten geschätzt wurden.

ALPINA B7 COUPÉ: EIN MOMENT DER REIFE

Der Alpina B7 Coupé der späten 1970er-Jahre markierte einen Wendepunkt: Die Philosophie von Alpina wurde erstmals auf ein Luxusautomobil übertragen und prägte fortan jedes weitere Modell. Basierend auf dem BMW E24 der 6er-Reihe verband dieses Fahrzeug eine lange Motorhaube, eine breite Spur und die markante „Shark Nose“ zu einer Präsenz, die selbst im Stand unmittelbare Dynamik ausstrahlte. Gleichzeitig bot der Innenraum auch auf langen Strecken höchsten Reisekomfort für vier Personen. Der Vision BMW ALPINA führt nun diese Geschichte weiter.

BMW ALPINA. EINE EXKLUSIVE MARKE IN DER BMW GROUP

Mit der Einführung von BMW ALPINA als exklusive Marke innerhalb der BMW Group im Jahr 2026 ist der Anspruch verbunden, dieses besondere Erbe würdig in die Zukunft zu führen. Dies erfordert ein tiefes Verständnis für die Essenz der Marke und die Erwartungen ihrer Liebhaber.

„BMW ALPINA schliesst in unserem Portfolio die Lücke zwischen BMW und Rolls-Royce und eröffnet zusätzliches Potenzial im Top-End-Segment. Mit BMW ALPINA bauen wir auf einem substanziellen Erbe und einer globalen Community auf – ohne dabei den Markenkern aus den Augen zu verlieren: Geschwindigkeit, Komfort und Raffinesse“, erklärt Oliver Viellechner, Leiter BMW ALPINA.

Im nächsten Jahr können Kunden das erste Modell der Marke BMW ALPINA erleben – inspiriert von der BMW 7er Reihe, aber unverkennbar BMW ALPINA.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**Corporate Communications and Governmental Affairs,**

BMW Group Switzerland

Fabio Zingg, Manager Corporate Communications

E-Mail: fabio.zingg@bmw.ch

Tel: +41 58 269 1094

Sven Grützmacher, Director Corporate Communications and Governmental Affairs

E-Mail: sven.gruetzmacher@bmw.ch

Tel.: +41 58 269 1091

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2025 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,46 Mio. Automobilen und über 202.500 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2025 belief sich auf 10,2 Mrd. €, der Umsatz auf 133,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.540 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.comLinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>