



Metro der Zukunft für Kuala Lumpur.

Metro der Zukunft für Kuala Lumpur. Fast vier Millionen Menschen leben im Klang Valley, dem Ballungsgebiet rund um Malaysias Hauptstadt Kuala Lumpur. Um die Attraktivität dieser schnell wachsenden Metropolregion zu erhöhen und den Herausforderungen moderner Ballungsräume zu begegnen, setzt Kuala Lumpur auf die Metro Inspiro von Siemens. Ab 2017 werden 58 neue Züge im Einsatz sein. Das Design wurde von DesignworksUSA entwickelt, einer BMW Group Tochtergesellschaft, die im Mobilitätsbereich seit vielen Jahren mit Siemens zusammenarbeitet. Design als Identitätsstifter. Die Identität von Metropolen wird in besonderem Maße durch die Qualität und den visuellen Eindruck des öffentlichen Nahverkehrs bestimmt. "Identität" war auch ein wichtiger Treiber bei der Design-Entwicklung der Metro Inspiro für Kuala Lumpur: Das Stadtbild ist geprägt vom engen Zusammenspiel verschiedenster Kulturen. Tradition und Fortschritt prägen das Selbstbewusstsein der Bewohner und den Stolz der Region. Unter dem Namen "Guiding Light" greift das neue Metrodesign diese Themen auf und vereint Symbolkraft und Zukunftsvision in einem fortschrittlichen Entwurf, der sich vor der reichen Vergangenheit der Region verneigt. "Das Exterio-Design ist ein Statement für Dynamik und Modernität. Es strahlt Präsenz und Selbstbewusstsein, technologischen Fortschritt und Sicherheit aus", so Laurenz Schaffer, Präsident von BMW Group DesignworksUSA. Das grafisch orientierte Lichtkonzept am vorderen Zugkopf ist eine Referenz an die facettenreiche Architektur Kuala Lumpurs. Im Interior setzt sich das Zusammenspiel aus Symbolik und Zukunftsorientierung fort: Das Farbkonzept mit modernen, variierenden Blautönen und traditionell angelehnten Mustern im Eingangsbereich steht für die Lebendigkeit und einzigartige kulturelle Vielfalt Kuala Lumpurs. Der Innenraum ist mit LED-Beleuchtung ausgestattet, indirekte Beleuchtung unterhalb der Fahrgastsitze erzeugt ein großzügiges Ambiente und unterstützt die Sicherheit und Sauberkeit im Zug. Metrodesign für Mensch und Umwelt. Ab 2017 werden 58 fahrerlose Züge auf einer Strecke von 51 Kilometern in der Region im Einsatz sein. In der Hauptverkehrszeit sollen die Züge im 3,5-Minutentakt verkehren. Das großzügige Raumkonzept ermöglicht eine hohe Beförderungsrate: jeder Wagen der vierteiligen Züge verfügt über eine Kapazität von 300 Personen. Das Zugdesign ist auch auf die Bedürfnisse von Menschen mit körperlichen Einschränkungen ausgerichtet: Sechs Bereiche in jedem Zug sind mit speziellen Haltegriffen ausgestattet, die es Rollstuhlfahrern ermöglichen, sich während der Fahrt festzuhalten und sicher zu fühlen. Auch die Umweltbilanz der Metro Inspiro überzeugt: Die Züge, die 30 Jahre lang im Einsatz sein werden, sind zu fast 95 Prozent recyclefähig. Sie verfügen über innovative Antriebskonzepte und hoch effiziente Klimatisierungs- und Lichtsysteme, die die Energiekosten während der Nutzungsphase deutlich verringern. Große Raddurchmesser sorgen für einen leiseren Betrieb. Die Metro Inspiro wird die Dynamik, die Eleganz und den technologischen Fortschritt Kuala Lumpurs symbolisch auf Schienen bringen, der Mobilität der Region ein neues Gesicht geben und verantwortungsvoll die Erwartungen der Menschen im Klang Valley mit den Bedürfnisse der Umwelt verbinden. BMW Group DesignworksUSA ist eine Tochtergesellschaft der BMW Group mit Hauptsitz in Kalifornien und einem internationalen Studio-Netzwerk in Europa, Amerika und Asien. Schwerpunkte der Kreativarbeit liegen im Mobilitäts- und Produktdesign sowie in der strategischen Designberatung. Das ehemals selbständige Kreativstudio DesignworksUSA wurde von der BMW Group im Jahr 1995 übernommen und steht heute unter der Leitung von Präsident Laurenz Schaffer. BMW Group DesignworksUSA agiert als Impulsgeber für alle Marken des Mutterkonzerns und als Innovationsmotor für eine Vielzahl namhafter Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen wie der IT- und Unterhaltungselektronik, der Flugzeugtechnik, dem Medizin- und Umweltbereich oder der Lifestyle- und Sportbranche. Zum Kundenportfolio zählen namhafte Marken wie Embraer, Hewlett Packard, Microsoft, Neil Pryde Sennheiser und Siemens. designworksusa.com Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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 acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes. BMW Group Petuelring 130 80788 München Deutschland Telefon: +49 (0)89 382 - 0 Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com URL: <http://www.bmwgroup.de> 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die

Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.