BMW Lichtdesign. Leuchtende Coronaringe, LED- und Laserlicht.

BMW Lichtdesign. Leuchtende Coronaringe, LED- und Laserlicht.

Das BMW Lichtdesign prägt das unverwechselbare Erscheinungsbild eines jeden BMW - neben den dynamischen Proportionen, der seitlichen Sickelinie, der Fenstergrafik mit Hofmeister-Knick und dem nierenförmigen Kühlergrill. Traditionell kennzeichnet ein Vier-Augen-Gesicht zusammen mit der typischen BMW Niere den Frontbereich eines BMW und macht ihn selbst ohne Markenemblem sofort als BMW erkennbar.
Fokussierter Blick nach vorne.
Bereits 1968 führte BMW mit dem 2800 CS (E9) Doppelrundscheinwerfer für getrenntes Abblend- und Fernlicht ein. Seitdem sind die doppelflutigen Scheinwerfer, die im oberen Bereich angeschnitten sind, mit ihrem entschlossenen Blick auf die vorausliegende Straße ein klassisches Markenzeichen der BMW Modelle.
Einmaliger Wiedererkennungswert auch bei Dunkelheit.
Die 2001 erstmals präsentierten leuchtenden Coronaringe um die Doppelrundscheinwerfer inszenieren das charakteristische Vier-Augen-Gesicht und damit die Wiedererkennbarkeit eines BMW auch bei Nacht. Zudem verdeutlichen sie die Innovationsführerschaft von BMW. Die LED-gespeisten Coronaringe sorgen mit ihrem einheitlich weißen Licht für ein Tag und Nacht präsentes Vier-Augen-Gesicht bei allen BMW Fahrzeugen und garantieren so einen einmaligen Wiedererkennungswert.
Durch die Verwendung platzsparender LED-Leuchten oder lichtstarkem und effizientem Laserlicht ergeben sich zusätzliche funktionale Gestaltungsmöglichkeiten. Zudem lässt sich mit tiefen Lichtkörpern, etwa präzise ausgearbeiteten 3D-Lichttuben, oder dreidimensionalem, technisch anmutendem Leuchtenglas der Premium-Anspruch eines BMW noch stärker verdeutlichen.
Auch in der Heckansicht unverwechselbar.
Ebenso charakteristisch wie das Lichtdesign der Frontpartie ist die L-förmige Gestaltung der Heckleuchten der BMW Modelle. Dieses typische Erkennungsmerkmal betont vor allem die Breite des Hecks, lässt sie optisch prägnant und stabil erscheinen und macht sie bei Tageslicht und Dunkelheit unverwechselbar. LED-gespeiste Lichtbänke oder Leuchtkörper verdeutlichen die L-Form bei Nacht und erhöhen so die Erkennbarkeit eines BMW auch bei Dunkelheit.
Organische Leuchtdioden (OLEDs) im BMW Organic Light bieten den Designern zukünftig vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten. Durch ihre extrem flache Bauhöhe und Biegsamkeit, die Fähigkeit, über ihre gesamte Fläche ein sehr homogenes blendfreies Licht abzugeben, und die Möglichkeit, einzelne Module separat anzusteuern, erlauben OLEDs damit zukünftig Lichtinszenierungen der Heckleuchten oder Blinker.

BMW Group
Petuelring 130
80788 München
Deutschland
Telefon: +49 (089) 382 - 0
Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com
URL: http://www.bmwgroup.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=562297" width="1" height="1">

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.