



Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2014: Glanzvolle Tradition, strahlende Sieger

Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2014: Glanzvolle Tradition, strahlende Sieger
Die Vergabe der Trofeo BMW Group bildete am Sonntag den krönenden Abschluss des Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2014 im norditalienischen Cernobbio. Zum traditionsreichen Schönheitswettbewerb für historische Automobile und Motorräder hatten sich am Wochenende erneut Tausende von Besuchern aus aller Welt am Comer See versammelt, um die Paraden der exklusiven Klassiker zu erleben. Die mit der Trofeo BMW Group verbundene Auszeichnung "Best of Show" sprach die Jury in diesem Jahr dem Maserati 450 S aus dem Jahr 1956 zu. Sieger des Publikumsvotums und damit Gewinner der Coppa d'Oro Villa d'Este wurde der Alfa Romeo 6C 1750 GS aus dem Jahr 1931. In der Wertungsklasse "Concept Cars and Prototypes" wurde der Maserati "Alfieri" mit dem Concorso d'Eleganza Design Award ausgezeichnet. Höhepunkt des bereits zum vierten Mal ausgetragenen Concorso di Motociclette war die Ehrung der Opel Motoclub Supersport aus dem Jahr 1929 mit der Trofeo BMW Group für Motorräder.
Drei Tage lang bildeten die Parkanlagen der Villa d'Este und der benachbarten Villa Erba am Ufer des Comer Sees die prachtvolle Kulisse für die ebenso traditionsreiche wie exklusive Schau historischer Automobile und Motorräder. Mit den spektakulären Paraden der Wettbewerbsfahrzeuge sowie mit einer Vielzahl von Sonderausstellungen wurden neben der Eleganz und Ästhetik klassischer Fahrzeuge erneut auch besonders bedeutende Aspekte der Design- und Technologieentwicklung ins Blickfeld gehoben. Einmal mehr wurde der Concorso d'Eleganza Villa d'Este damit zur exklusiven Bühne für Raritäten auf zwei und vier Rädern, die nicht nur durch ihren makellosen Zustand, sondern auch aufgrund ihrer interessanten Geschichte faszinieren. Bei sommerlich warmen Temperaturen hatten am Samstag und Sonntag jeweils Tausende von Besuchern sowohl den Concorso die Motociclette als auch die Parade der historischen Automobile im Wettbewerb verfolgt und dem Wettstreit der Teilnehmer um die Gunst der Jury und des Publikums zu einem stimmungsvollen Rahmen verholfen.
Zu den weiteren Highlights des Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2014 gehörten die Sonderschauen, die anlässlich des 110-jährigen Bestehens der britischen Luxusautomobilmarke Rolls-Royce sowie des 100. Geburtstags des italienischen Sportwagenherstellers Maserati zusammengestellt wurden. Die beiden Jubiläen wurden zudem mit einer jeweils eigenen Wertungsklasse im Schönheitswettbewerb gewürdigt. Zu den Klassensiegern kürte die Jury dabei den Rolls-Royce Phantom II Boat Tail aus dem Jahr 1934 sowie den Maserati V4 Sport, einen von Zagato gestalteten Spider aus dem Jahr 1929.
Der Concorso d'Eleganza wurde in diesem Jahr zum zehnten Mal gemeinsam von der BMW Group Classic und dem Grand Hotel Villa d'Este veranstaltet. Mit einem glanzvollen Rahmenprogramm unter dem Motto "The Great Gatsby" erinnerten die Ausrichter an die "Goldenen 20er-Jahre", in denen auch die Tradition der "Days of Elegance" am Comer See wurzelt. Vor 85 Jahren fand an gleicher Stelle erstmals ein Schönheitswettbewerb für Automobile statt. Heute schlägt der Concorso d'Eleganza Villa d'Este die Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der mobilen Ästhetik. Besonders deutlich machten dies die visionären Entwürfe, die sich dem Wettbewerb der Concept Cars und Prototypen stellten. Darüber hinaus präsentierte die BMW Group außerhalb der Wertung in diesem Jahr gleich drei Aufsehen erregende Konzeptstudien.
Die Studie BMW Vision Future Luxury bot einen Ausblick auf zukünftige Formen der exklusiven Fahrfreude. Wegweisender Bedien- und Fahrkomfort, innovative Leichtbautechnologie und ein Design, das eine neue Dimension der Eleganz im Automobilbau erschließt, vereinen sich bei diesem Fahrzeug zu einer faszinierenden Interpretation von Luxus auf vier Rädern. Als Weltpremiere wurde beim Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2014 die Studie MINI Superleggera™ Vision präsentiert, ein klassischer Roadster mit handgefertigter Aluminium-Außenhaut, Elektroantrieb und minimalistischer Interieurgestaltung, bei dem britische Tradition und italienisches Flair miteinander verschmelzen, um konzentrierten Fahrspaß und pure Emotionalität hervorzubringen. Und weil der Concorso d'Eleganza auch der Schönheit auf zwei Rädern verpflichtet ist, steuerte BMW Motorrad eine zweite Weltpremiere bei: Die Studie BMW Concept Roadster verkörpert eine auffällig dynamische und emotionsgeladene Interpretation der puristischen Fahrfreude auf einem Motorrad. Die moderne Weiterentwicklung des klassischen Roadster-Konzepts, die jüngste Ausführung des traditionellen Boxermotors, ein selbsttragendes Heck aus blankgefrästem Aluminium und innovative LED-Scheinwerfertechnik sind die charakteristischen Merkmale dieser Studie.
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.