**Next Premium: BMW i3 gewinnt Automotive Interiors Expo Award 2014.**

Next Premium: BMW i3 gewinnt Automotive Interiors Expo Award 2014.<br /><br />Der nachhaltige Charakter des BMW i3 hat viele Facetten. BMW i steht für "next premium", die nächste Generation von Luxus, die sich stark über die Nachhaltigkeit der verwendeten Materialien definiert. Das daraus resultierende Ambiente des BMW i3 ist während der Fahrt intensiv erlebbar und hat jetzt auch die internationale Fachjury des Automotive Interiors Expo Award 2014 überzeugt. Sie zeichnete den elektrisch angetriebenen BMW i3 mit dem Preis für das Serienfahrzeug-Interieurdesign des Jahres aus. Die Preisverleihung, mit der bereits zum dritten Mal besonders innovative Konzepte und Lösungen auf dem Gebiet der Innenraumgestaltung gewürdigt wurden, fand gestern im Rahmen der Fachmesse Automotive Interiors Expo in Stuttgart statt.<br />Im ganzheitlichen Konzept der Marke BMW i für Nachhaltigkeit spielen die Aspekte Materialauswahl und -einsatz eine zentrale Rolle. Dies gilt im großen Maßstab für die Verwendung von carbonfaserverstärktem Kunststoff (CFK) für die Fahrgastzellen der BMW i Automobile und kommt darüber hinaus in vielen Details der Innenraumgestaltung zur Geltung. Die charakteristische LifeDrive Architektur schafft neue Möglichkeiten für die Optimierung der Raumökonomie und für das Design des Interieurs. Das Material- und Farbkonzept beinhaltet eine außergewöhnlich umfassende Verwendung von nachwachsenden Rohstoffen und Recyclaten sowie von umweltschonend behandelten Holz- und Lederoberflächen.<br />Nachhaltigkeit soll bewusst im Fahrzeugdesign visualisiert werden, deshalb hat der BMW i3 einen modernen und futuristischen Look. Die großen, klaren Flächen sowie das lichte Ambiente stehen für saubere Luft und Emissionsfreiheit. Große Glasflächen inszenieren den Leichtbau und verleihen dem Innenraum einen luftigen Loungecharakter. Daneben bieten sie dem Fahrer einen besseren Blick auf den Straßenverkehr. Zum bequemen Einstieg und der erhöhten Sitzposition gesellt sich sowohl vorn als auch im Fond eine außergewöhnliche Bewegungsfreiheit aufgrund des über die gesamte Innenraumbreite hinweg ungeteilten Fußraums.<br />Unterstrichen wird die ebenso innovative wie exklusive Anmutung durch BMW i typische Gestaltungsmerkmale und neuartige Materialien, deren besondere Eigenschaften sowohl sicht- als auch spürbar sind. Der im Innenraum des BMW i3 verwendete Kunststoff besteht zu 25 Prozent seines Gewichts aus Recycling-Material. Die für die Sitzoberflächen eingesetzten Textilien sind vollständig aus Recycling-Fasern gefertigt, die eine natürliche und zugleich hochwertige Oberflächenanmutung gewährleisten. Auch die Textilien für den Dachhimmel, die Innen- und Gepäckraumverkleidungen, die Instrumententafel sowie die Fußmatten entstammen einem nachhaltigen Produktionsverfahren. Die Türverkleidungen des BMW i3 bestehen aus Kenaf-Fasern, einem Malvengewächs, dessen natürliche Struktur auch im verarbeiteten Zustand erkennbar ist. Eukalyptus-Holz aus zertifiziertem Anbau in Europa dient als Rohstoff für Teile der Instrumententafel. Das für das Interieur des BMW i3 bestimmte Leder wird auf natürliche Weise mit einem Extrakt aus Olivenbaumblättern gegerbt.<br />Mit dieser konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Materialauswahl leistet auch das Interieurdesign einen maßgeblichen Beitrag zur hervorragenden Öko-Bilanz des BMW i3. Zudem macht es das ganzheitliche Konzept, das dem weltweit ersten von Beginn an für rein elektrische Mobilität entwickelten Premium-Automobil zugrunde liegt, auf Anhieb sichtbar. <br /><br />BMW Group<br />Petuelring 130<br />80788 München<br />Deutschland<br />Telefon: +49 (089) 382 - 0<br />Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com<br />URL: http: //www.bmwgroup.de <br /><img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=568484" 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.