



## 'Green Mobility Trophy' 2014: BMW siegt in sechs von sieben Kategorien

"Green Mobility Trophy" 2014: BMW siegt in sechs von sieben Kategorien  
Leser der "Auto Zeitung" wählen BMW zur "umweltfreundlichsten Marke" - Doppelerfolg für den BMW i3 - weitere Auszeichnungen für den BMW i8, den BMW 320d EfficientDynamics Edition und die Vierzylinder-Ottomotoren mit BMW TwinPower Turbo Technologie.  
Sechsfacher Sieg dank Efficient Dynamics: Mit seinem aktuellen Modell- und Motorenangebot hat BMW einen überragenden Erfolg bei der "Green Mobility Trophy" 2014 des Fachmagazins "Auto Zeitung" erzielt. Die auf Basis einer Leserbefragung vergebenen Auszeichnungen gingen in sechs von insgesamt sieben Kategorien an den Münchner Premium-Automobilhersteller. Drei Klassensiege entfielen dabei auf Fahrzeuge der neuen Marke BMW i, zwei weitere auf den BMW 320d EfficientDynamics Edition und die Vierzylinder-Ottomotoren mit BMW TwinPower Turbo Technologie. Abgerundet wurde der Triumph durch die Wahl von BMW zur "umweltfreundlichsten Marke" des Jahres. Das Votum würdigt sowohl die konsequente Entwicklungsarbeit als auch den Mut zu innovativen Konzepten für eine kontinuierliche Reduzierung der Verbrauchs- und Emissionswerte im Rahmen von Efficient Dynamics.  
An der diesjährigen Abstimmung über die "Green Mobility Trophy" beteiligten sich 13 733 Leser der "Auto Zeitung". Besonders beeindruckend fiel dabei das Abschneiden des BMW i3 aus. Der rein elektrisch angetriebene Fünfsitzer kam zu einem Doppelerfolg und verzeichnete dabei die höchsten Stimmenanteile im gesamten Wettbewerb. Mit glatten 30,0 Prozent der Stimmen wurde er zum "besten Elektroauto" gewählt. Die Auszeichnung als "bestes Leichtbauauto" gewann der BMW i3 sogar mit einem Anteil von 31,1 Prozent. Beide Ergebnisse zeigen, dass sowohl die BMW eDrive Antriebstechnologie als auch das Leichtbau-Konzept mit der aus carbonfaserverstärktem Kunststoff (CFK) gefertigten Fahrgastzelle und dem Aluminium-Chassis als überzeugende Lösungen für nachhaltige Mobilität angesehen werden.  
Ganz vorn landete auch der nach dem gleichen Konstruktionsprinzip entwickelte Plug-in-Hybrid-Sportwagen BMW i8. Im vorigen Jahr noch auf Platz drei seiner Klasse gelegen, wurde der BMW i8 diesmal nur wenige Wochen nach Beginn seiner Markteinführung mit 20,9 Prozent der Stimmen zum "besten Hybridauto" gekürt.  
Zwei weitere Klassensiege errang BMW mit konventioneller Antriebstechnologie. Der BMW 320d EfficientDynamics Edition setzte sich gegen 20 Mitbewerber um den Titel "Bester Spardiesel" durch. Die Mittelklasse-Limousine wird von einem 120 kW/163 PS starken Vierzylinder-Dieselmotor mit BMW TwinPower Turbo Technologie angetrieben, beschleunigt in 8,0 Sekunden von null auf 100 km/h und kommt im EU-Testzyklus auf einen Durchschnittsverbrauch von 4,1 Litern je 100 Kilometer sowie auf einen CO2-Wert von 109 Gramm pro Kilometer. Mit dieser Kombination aus Fahrfreude und Effizienz konnte der BMW 320d EfficientDynamics Edition 19,3 Prozent der Umfrageteilnehmer überzeugen und damit seinen Titel aus dem Vorjahr verteidigen. Mit einem ähnlich klaren Ergebnis sicherten sich auch die aktuellen Vierzylinder-Ottomotoren im Antriebsportfolio von BMW eine Auszeichnung. Bei der Wahl der "besten Downsizing-Motoren" entschieden sich 18,7 Prozent der Leser für die 2,0 Liter großen und bis zu 180 kW/245 PS starken Motoren mit BMW TwinPower Turbo Technologie.  
Die große Vielfalt der erfolgreichen Konzepte und Technologien für nachhaltige Mobilität spiegelt sich schließlich auch im Ergebnis der Abstimmung über die "umweltfreundlichste Marke" wider. Mit einem Stimmenanteil von 22,6 Prozent liegt BMW auch in dieser Kategorie deutlich an der Spitze. Die Kombination aus Sportlichkeit und Effizienz, die das gesamte aktuelle Modellprogramm des Münchner Premium-Automobilherstellers prägt, sorgte damit für den sechsten Titel bei der "Green Mobility Trophy" 2014.  
Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch, den offiziellen spezifischen CO2-Emissionen und dem Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen können dem "Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen und unter <http://www.dat.de/angebote/verlagsprodukte/leitfaden-kraftstoffverbrauch.html> erhältlich ist. LeitfadenCO2 (PDF ? 2,7 MB)  
BMW Group  
Petuelring 130  
80788 München  
Deutschland  
Telefon: +49 (089) 382 - 0  
Mail: [bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto:bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com)  
URL: <http://www.bmwgroup.de> 

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

[bmwgroup.de](http://www.bmwgroup.de)  
[bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto:bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com)

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

[bmwgroup.de](http://www.bmwgroup.de)  
[bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto: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.