Der neue BMW 2er Gran Tourer.

Der neue BMW 2er Gran Tourer.

Mit dem neuen BMW 2er Gran Tourer eröffnet BMW einmal mehr ein neues Fahrzeugsegment. Mit seinem großzügigen Raumangebot, seiner Vielseitigkeit und seiner wegweisenden Flexibilität ist der BMW 2er Gran Tourer weltweit das erste Fahrzeug in der Premium-Kompaktklasse mit bis zu sieben Sitzplätzen, das die Mobilitätsansprüche junger Familien perfekt erfüllt.
Kompakt und doch geräumig.
Bei kompakten Abmessungen von nur 4.556 Millimeter Länge, 1.800 Millimeter Breite und einer Höhe von 1.608 Millimeter bietet der neue BMW 2er Gran Tourer Platz und einen großzügigen Kofferraum, der sich von 645 auf 805 Liter erweitern lässt. Bei umgeklappten Rücksitzlehnen stehen sogar bis zu 1.905 Liter Kofferraumvolumen zur Verfügung. Eine serienmäßig längsverschiebbare Rückbank - mit 40:20:40 geteilter und auf Knopfdruck umlegbarer Lehne -, auf der drei Kindersitze montiert werden können, bringt höchste Variabilität. Diese wird durch die optionale, im Ladeboden voll versenkbare dritte Sitzreihe noch gesteigert. Vielfältige Ablagemöglichkeiten in allen drei Sitzreihen sowie die an den Rücklehnen der Vordersitze angebrachten Monorails mit Klapptischen maximieren die Alltagstauglichkeit. Zugleich vereint der neue BMW 2er Gran Tourer erstmals die im Segment üblichen Eigenschaften wie Raumfunktionalität und Komfort mit den BMW typischen Werten Dynamik, Eleganz und Premium-Qualität.
Bereits zum Marktstart: fünf Turbomotoren und Allradantrieb.
Fünf neu entwickelte Turbomotoren mit drei und vier Zylindern (85 kW/116 PS bis 141 kW/192 PS, Kraftstoffverbrauch kombiniert: 6,4-3,9 l/100 km; CO2-Emissionen kombiniert: 149-104 g/km)* garantieren zusammen mit dem einzigartigen BMW EfficientDynamics Maßnahmenpaket ein einmaliges Fahrerlebnis, das sportliche Dynamik mit der höchsten Effizienz und den niedrigsten CO2-Emissionen im Segment vereint. Als einziges Fahrzeug im Premium-Kompaktsegment mit bis zu sieben Sitzplätzen ist der BMW 220d xDrive Gran Tourer bereits zum Marktstart mit Allradantrieb erhältlich.
Die unter BMW ConnectedDrive zusammengefassten Assistenzsysteme, Info- und Entertainmentangebote erhöhen Fahrsicherheit und Fahrkomfort. So werden etwa beim Head-Up Display alle relevanten Informationen direkt ins Blickfeld des Fahrers projiziert und der Stauassistent unterstützt den Fahrer beim Beschleunigen, Bremsen und Spurhalten.
Reiseunterhaltung auch für Kinder.
Mit der neuen App "myKIDIO" (zunächst nur in Deutschland erhältlich) werden längere Reisezeiten selbst für Kinder zum Vergnügen. Die Anwendung ist mit dem BMW 2er Gran Tourer erstmals erhältlich und stellt kinder- und familiengerechte Inhalte wie Serien, Filme, Hörbücher oder Hörspiele für die Passagiere im Fond auf Tablet-Computern (wie Apple iPad) zur Verfügung. Der Fahrer oder Beifahrer behält jedoch die volle Kontrolle über die abgespielten Inhalte, indem sich die Anwendung bequem und sicher über den iDrive Controller und das Control Display bedienen lässt, sobald das mobile Endgerät mit dem Fahrzeug verbunden ist. Dann ermöglicht die "myKIDIO"-App die Steuerung und Freigabe der altersgerechten Inhalte auf den gekoppelten Tablet-Computern und lässt so lange Fahrstrecken auch für Kinder zum unterhaltsamen Erlebnis werden. Im Control Display ist jederzeit zu erkennen, womit sich die Kinder beschäftigen. Zudem können die Kinder im Fond mittels des "BMW Kids Cockpit" fahrtrelevante Informationen (wie Ankunftszeit, Geschwindigkeit oder Außentemperatur) einfach und spielend jederzeit ablesen.
Vier Modellvarianten zur weiteren Individualisierung.
Zusätzlich zum Serienfahrzeug ist der neue BMW 2er Gran Tourer in vier weiteren Modellvarianten erhältlich. Das Modell Advantage bietet eine funktionale Anreicherung des Serienfahrzeugs und beinhaltet unter anderem die Ausstattungen 2-Zonen-Klimaautomatik, Park Distance Control hinten, Geschwindigkeitsregelung mit Bremsfunktion und ein Multifunktionslenkrad. Das Modell Sport Line unterstreicht mit exklusiven Exterieurumfängen, speziellen Leichtmetallrädern und Sportsitzen den sportlichen Anspruch, während das Modell Luxury Line mit Chrom-Applikationen, ausgewählten Leichtmetallrädern und Lederausstattungen für Exklusivität steht. Darüber hinaus steht das Modell M Sport unter anderem mit M Aerodynamik-Paket, BMW Individual Hochglanz Shadow Line, M Lederlenkrad und M Sportsitzen zur Wahl.
* Die Verbrauchswerte wurden auf Basis des ECE-Testzyklus ermittelt, abhängig vom Reifenformat und gewählter Sonderausstattung (z.B. dritte Sitzreihe).
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)

Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Michaela Wiese
Tel.: +49-89-382-25358
Fax: +49-89-382-20626
E-Mail Adresse: michaela.wiese@bmw.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=588335" width="1" height="1">

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

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.