Zweifachsieg für BMW bei der 'Design Trophy 2015'

Zweifachsieg für BMW bei der "Design Trophy 2015"

Bei der Leserwahl des Fachmagazins "Auto Zeitung" konnten gleich zwei BMW Modelle mit ihrem einzigartigen Design überzeugen: In der Kategorie "Limousinen / Kombis / Vans" gewann das Design des sportlich-eleganten BMW 4er Gran Coupé. In der Kompaktklasse überzeugte die extrovertierte Formensprache des BMW 2er Cabrio. Des Weiteren wurde in der Kategorie Kleinwagen der MINI 5-Türer, bei den Sportwagen der BMW M3/M4 und bei den SUVs der BMW X6 unter die Top Drei der ästhetischsten Automobile gewählt.
Um die Gewinner der "Design Trophy 2015" zu ermitteln, rief die Redaktion die Leser der "Auto Zeitung" sowie die Nutzer von www.autozeitung.de auf, den Neuerscheinungen mit dem besten Design ihre Stimme zu geben. Mehr als 22.000 Leser folgten dem Aufruf zum Voting. Auf Basis der Stimmabgabe wurden die Sieger und Platzierten in fünf Fahrzeugklassen ermittelt.
Die hervorragende Qualität des Designs der BMW Group wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich von den Lesern der "Auto Zeitung" gewürdigt. So wählten sie im vergangenen Jahr den urbanen und rein elektrisch angetriebenen BMW i3, den sportlichen Plug-in-Hybrid BMW i8 sowie das BMW 2er Coupé auf den ersten Platz der jeweiligen Kategorie.

Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Kai Lichte
Tel.: +49-89-382-51240
E-Mail Adresse: kai.lichte@bmwgroup.com
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=591483" 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.