



BMW stellt drei Sieger bei den 'Motor Klassik Awards' 2015.

BMW stellt drei Sieger bei den "Motor Klassik Awards" 2015. Mehr als 20.000 Leser beteiligten sich an der diesjährigen Wahl der "Motor Klassik Awards". Dabei wurden in sechs Altersklassen die "Klassiker des Jahres" gesucht, gleich neun Kategorien gab es für die Wahl zum "Klassiker der Zukunft". Die Ergebnisse unterstreichen einmal mehr, dass BMW Modelle auch nach vielen Jahrzehnten äußerst attraktive und begehrte Fahrzeuge sind und neue BMW Modelle auf Anhieb das Potenzial zum zukünftigen Klassiker aufweisen. Mit dem BMW 328 Mille Miglia Roadster und dem BMW 507 holten sich zwei historische Modelle von BMW Klassensiege, die schon in jungen Jahren als außergewöhnliche Fahrzeuge galten und die heute zu den Ikonen der Automobilgeschichte gehören. Die Leser der "Motor Klassik" stimmten aber auch darüber ab, welche neuen Modelle aus ihrer Sicht begehrteste Sammlerstücke werden können, und wählten das BMW 4er Coupé in der Mittelklasse zum "Klassiker der Zukunft". In den sechs Altersklassen der "Klassiker des Jahres" standen historische Automobile aus rund acht Jahrzehnten zur Wahl - allesamt Fahrzeuge, die zu ihrer jeweiligen Zeit durch ihre Form und ihre Fahreigenschaften hervorstachen und die bis heute nichts von ihrer Faszination verloren haben. Von den 20.257 abgegebenen Stimmen entfielen in der Altersklasse von 1931 bis 1946 26,6 Prozent auf den BMW 328 Mille Miglia Roadster und kürten ihn zum Sieger dieser Klasse. Das legendäre Modell belegte im Jahr 1940 den 3. Platz in der Gesamtwertung der berühmten Mille Miglia und trug maßgeblich zum BMW Teamsieg bei. Ähnlich wie beim BMW 328 Coupé bestand auch beim BMW 328 Mille Miglia Roadster die aerodynamisch hoch entwickelte und extrem leichte Karosserie aus einem Gitterrohrrahmen mit Aluminium-Außenhaut. Angetrieben wurde der Roadster von einem Reihensechszylinder-Motor mit zwei Liter Hubraum und 130 PS. Dank seines extrem leichten Gewichts von nur 700 Kilogramm kam der Zweisitzer auf eine Höchstgeschwindigkeit von 200 km/h. Der BMW 328 Mille Miglia Roadster ist heute noch auf zahlreichen Motorsportveranstaltungen für historische Automobile zu sehen. In der Wertungskategorie für Fahrzeuge der Baujahre 1947 bis 1961 heißt der Sieger dank 32,6 Prozent der Stimmen BMW 507. Im Vorjahr hatte sich der Zweisitzer noch Platz eins mit seinem ewigen Rivalen Mercedes-Benz 300 SL teilen müssen, in diesem Jahr gebührt ihm die Ehre des Sieges allein. Der BMW 507 zählt heute zu den begehrtesten automobilen Sammlerstücken. 1955 wurde er erstmals auf der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt gezeigt, die Produktion lief von 1956 bis 1959. Unter der beeindruckend langen Fronthaube trug der von dem jungen Designer Albrecht Graf Goertz gestaltete Roadster einen 150 PS starken Leichtmetall-V8-Motor mit 3,2 Liter Hubraum. Der BMW 507 kam nur einmal im Jahr 1957 bei der letzten als Wettfahrt ausgetragenen Mille Miglia zum Einsatz, 1992 gelang mit diesem Modell der Sieg bei der Neuauflage für historische Fahrzeuge. Auch bei der vierten Auflage der in der aktuellen Form durchgeführten Wahl waren die Leser der "Motor Klassik" aufgefordert, das Klassiker-Potenzial aktueller Modelle zu beurteilen. In neun nach Fahrzeugsegmenten geordneten Wertungsklassen konnten sie die "Klassiker der Zukunft" bestimmen. In der Kategorie "Mittelklasse" fiel ihr Votum deutlich aus: Mit 30,2 Prozent der Stimmen wählten Sie das BMW 4er Coupé zum Sieger. Das Mittelklasse-Coupé verkörpert in der nunmehr vierten Generation den Inbegriff von Ästhetik und Dynamik im Premium-Segment. Die Formensprache steht für kraftvolle Präsenz auf der Straße, überragende Dynamik und Fahrvergnügen. Die "4" im Typenschild steht für die neue Ära des Coupés und unterstreicht nicht nur das eigenständige Design, sondern gleichermaßen eine noch stärkere technische Differenzierung zur BMW 3er Reihe. Das BMW 4er Coupé wird aktuell in acht verschiedenen Motorvarianten angeboten (drei Benziner, fünf Diesel - sowohl Vier- als auch Sechszylinder). Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: BMW Group Konzernkommunikation und Politik - Stefan Behr - BMW Group Classic, Leiter Pressekommunikation und Events - Telefon: +49-89-382-51376 - Email: Stefan.Behr@bmw.de - Internet: www.press.bmw.de - BMW Group Classic - Gabriele Fink - Konzernkommunikation und Politik - Leiterin BMW Museum, BMW Group Classic Kommunikation - Telefon: +49-89-382-51375 - Email: gabriele.fink@bmw.de - Internet: www.bmwgroup.com - BMW Museum - Geschichte zum Anfassen - In dem Ensemble aus BMW Welt, Museum und Werk können Besucher jeden Alters hautnah die Historie, Gegenwart und Zukunft der Marke BMW erleben. Dabei nimmt das BMW Museum eine wichtige Funktion ein. Seit seiner Neueröffnung im Jahr 2008 präsentiert es erfolgreich die BMW Historie und gibt einen Ausblick in die Zukunft. Das Thema Mobilität geht das Museum auch für junge Besucher umfassend an. Mit dem Junior Museum bietet es für Kinder und Jugendliche ein spezielles Programm, dessen pädagogisches Konzept auf spielerisches Entdecken setzt. Auch das Museum selbst hat schon Geschichte: Es ist eines der ältesten Automobilmuseen Deutschlands, wurde 1973 erbaut und steht seit 1999 unter Denkmalschutz. Die BMW Group - Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. www.bmwgroup.com - Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup - Twitter: http://twitter.com/BMWGroup - YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview - Google+: http://googleplus.bmwgroup.com -  src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_591715" 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.