



Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2015: Strahlende Sieger beim traditionellen Classic Weekend am Comer See

Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2015: Strahlende Sieger beim traditionellen Classic Weekend am Comer See
Mit einer beeindruckenden Parade aller an den Schönheitskonkurrenzen teilnehmenden Automobile und Motorräder und der Bekanntgabe der diesjährigen Preisträger ging am späten Sonntagnachmittag vor Tausenden von Zuschauern ein glanzvolles Classic Weekend am Comer See zu Ende. Der Concorso d'Eleganza Villa d'Este hatte wieder einmal seine Ausnahmestellung unter den exklusiven Veranstaltungen für historische Fahrzeuge unterstrichen. Zwei Tage lang drehte sich alles um wertvolle Klassiker und ungewöhnliche Concept Cars. Das Motto "Seventies Style - The Jet Set is back" bildete bei sonnigem Wetter und angenehmen Temperaturen mit einer Vielzahl von Sonderschauen und Programmhilights den passenden Rahmen für ein unvergessliches Wochenende.
Das Beste kam wie immer am Schluss: Mit dem Trofeo BMW Group verlieh die Experten-Jury die damit verbundene Auszeichnung "Best of Show" als krönenden Höhepunkt der Veranstaltung an den Alfa Romeo 8C 2300 Spider aus dem Jahre 1932. Das Publikumsvotum zum Coppa d'Oro Villa d'Este entschied der Ferrari 166M Barchetta aus dem Jahr 1950 für sich. In der Wertungsklasse "Concept Cars and Prototypes" wurde der Bentley Exp 10 Speed Six Coupé mit dem Concorso d'Eleganza Design Award ausgezeichnet. Zum fünften Mal wurde in diesem Jahr der Concorso di Motociclette, ein Schönheitswettbewerb für klassische Motorräder, ausgetragen. Als Sieger erhielt die Münch-4 TTS-E aus dem Jahr 1973 die Trofeo BMW Group für Motorräder.
Viel Applaus vom fachkundigen Publikum aus aller Welt
Die Parks und Grünanlagen des Grand Hotel Villa d'Este und der benachbarten Villa Erba erwiesen sich einmal mehr als ideale Kulisse für die hochkarätige und traditionsreiche Veranstaltung rund um historische Automobile und Motorräder. Mit viel Applaus begleiteten die Besucher aus aller Welt die Paraden der Wettbewerbsfahrzeuge, bei denen die Eleganz und Ästhetik der Raritäten auf vier und zwei Rädern ebenso zum Tragen kamen wie die Extravaganz der Prototypen und Concept Cars.
Zum stimmungsvollen Ambiente trugen auch die verschiedenen Sonderschauen und das Motto der Veranstaltung "Seventies Style" bei. So wurde das Jubiläum "90 Jahre Rolls-Royce Phantom" mit einer eigenen Wertungsklasse im Schönheitswettbewerb gewürdigt. Das 70er Jahre Thema fand sich in einer Sonderausstellung zum 40-jährigen Bestehen der BMW 3er Reihe ebenso wieder wie bei der Ausstellung ausgesuchter BMW Art Cars. Die ersten vier Exemplare des einzigartigen Projekts, bei dem Kunst und Automobil eine ungewöhnliche Symbiose eingehen, waren ebenso zu sehen wie das jüngste Exemplar der Sammlung, die aus insgesamt 17 Fahrzeugen besteht. 1975 hatte Alexander Calder erstmals einen BMW Rennwagen bemalt. Noch in der gleichen Dekade folgten Kunstwerke auf Rädern von Frank Stella, Roy Lichtenstein und Andy Warhol 2010 schuf Jeff Koons das jüngste Modell der BMW Art Cars Collection. Alle fünf in Cernobbio gezeigten BMW Art Cars gingen übrigens jeweils im berühmten 24-Stunden-Rennen von Le Mans an den Start.
Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft
Die Geschichte des Concorso d'Eleganza Villa d'Este begann im Jahr 1929, als an gleicher Stelle erstmals ein Schönheitswettbewerb für Automobile stattfand. In diesem Jahr wurde das exklusive Treffen zum elften Mal gemeinsam von der BMW Group Classic und dem Grand Hotel Villa d'Este veranstaltet. Heute werden am Comer See nicht nur besonders wertvolle und rare historische Fahrzeuge präsentiert, sondern die gesamte Veranstaltung schlägt eine Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der mobilen Ästhetik. Dies wird deutlich an den visionären Entwürfen der gezeigten Prototypen und Concept Cars und wird darüber hinaus in jedem Jahr durch neue BMW Konzeptstudien unterstrichen, die allerdings nicht an den Wettbewerben teilnehmen.
Weltpremiere für zwei BMW Konzeptstudien
In diesem Jahr präsentierte die BMW Group zwei Aufsehen erregende Konzeptstudien. Mit dem BMW 3.0 CSL Hommage setzte das BMW Design Team ein besonderes Ausrufezeichen und ehrte eine zeitlos klassische BMW Coupé-Ikone der 70er Jahre, den BMW 3.0 CSL. "Mit unseren Hommage Cars zeigen wir, wie stolz wir auf unsere Herkunft sind, und gleichzeitig wie bedeutend die Vergangenheit für unsere Zukunft sein kann. Mit dem BMW 3.0 CSL Hommage verneigen wir uns vor der Ingenieursleistung, die beim BMW 3.0 CSL hinsichtlich Leichtbau und Fahrleistungen vollbracht wurde. Die Hommage überträgt den Charakter des damaligen Fahrzeugs in Form von intelligentem Leichtbau und modernen Materialien in die heutige Zeit und zeigt ihn in einer neuen, aufregenden Gestalt", erläutert Adrian van Hooydonk, Leiter BMW Group Design, die Herangehensweise an den BMW 3.0 CSL Hommage.
Da der Concorso d'Eleganza Villa d'Este auch der Schönheit auf zwei Rädern verpflichtet ist, steuerte BMW Motorrad eine zweite Weltpremiere bei: Mit dem BMW Motorrad "Concept 101" zeigte das BMW Motorrad Design Team ein vollkommen neues Verständnis des Tourers: Elegant, exklusiv, extrovertiert und getragen von purer Kraft. Unter dem Motto "The Spirit of the Open Road" entstand ein leistungsstarkes, emotionales und höchst exklusives Sechszylinderfahrzeug, mit dem jede Fahrt zu einem besonderen Erlebnis wird.
Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Stefan Behr
Tel.: +49-89-382-51376
Fax: +49-89-382-20626
E-Mail Adresse: stefan.behr@bmw.de


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.