



'Goldenes Klassik-Lenkrad' 2015: Vier Auszeichnungen für die BMW Group.

"Goldenes Klassik-Lenkrad" 2015: Vier Auszeichnungen für die BMW Group.

Prachtvolle Vergangenheit und glänzende Zukunft treffen aufeinander, wenn die diesjährigen Gewinner des "Goldenen Klassik-Lenkrads" präsentiert werden. Gleich vier Modelle der Marken BMW und MINI erhalten die begehrte Auszeichnung der Fachzeitschrift "Auto Bild Klassik". Dieser Erfolg ist das Ergebnis der jüngsten Leserbefragung, bei der sowohl der BMW 507 als auch die BMW Isetta zu den Favoriten in ihrer jeweiligen Fahrzeugklasse gewählt wurden. Und da beim aktuellen Publikumsvotum erneut auch der Blick nach vorn gefragt war, kommen zwei weitere Ehrungen hinzu. Der Titel "Klassiker der Zukunft" geht an den BMW X6 sowie an den neuen MINI 5-Türer. Die Auszeichnungen werden am 20. Oktober 2015 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung übergeben.
Bei den Preisträgern aus der Riege der historischen Automobile handelt es sich um Zweisitzer höchst unterschiedlichen Charakters. In der Klasse "Cabrios und Roadster" setzte sich der von dem Designer Albrecht Graf Goertz ebenso elegant wie dynamisch gestaltete BMW 507 durch. Mit dem "Goldenen Klassik-Lenkrad" in der Kategorie "Kleinwagen und Kompakte" wird die BMW Isetta ausgezeichnet, die einst als preisgünstiges, zuverlässiges und vor allem wetterfestes Transportmittel zum Verkaufserfolg wurde. Beide Gewinner sind auf ihre Art unwiderstehlich, beide zählen zu den Meilensteinen in der Modellgeschichte von BMW. Darüber hinaus haben sie noch eine weitere Gemeinsamkeit. Sie wurden vor 60 Jahren erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Die BMW Isetta absolvierte ihren ersten Auftritt im Frühjahr 1955 bei einer Präsentation am Tegernsee. Der BMW 507 war wenige Monate später das Highlight der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt.
Die BMW Isetta basierte auf einer Entwicklung der italienischen Firma Iso. Da auch in Deutschland zu Beginn der 1950er-Jahre das Segment der sogenannten Rollermobile boomte, sicherte sich BMW eine Lizenz zur Produktion des kompakten Rundlings. Die BMW Isetta bot zwei Insassen auf nebeneinander angeordneten Sitzen Platz und war damit dem Konzept eines "vollwertigen" Automobils deutlich näher als viele Wettbewerber. Dennoch wurde das neue Modell als "Motocoupé" vermarktet. Wichtigste Modifikationen waren die Umrüstung auf zwei Hinterräder und der Einsatz eines Motorrad-Antriebs von BMW. Der Einzylinder-Viertakt-Motor der BMW Isetta 250 Standard leistete 12 PS. Bereits im Herbst 1955 folgte die 13 PS starke BMW Isetta 300 Standard. Für verschiedene Märkte kamen weitere Versionen hinzu, darunter ein Cabrio, der viersitzige BMW 600 und ein dreirädriges Modell. Selbst in den USA, dem Land der Straßenkreuzer, wurde die BMW Isetta erfolgreich angeboten. Weltweit wurden bis 1962 mehr als 160 000 Einheiten der "Knutschkugel" verkauft.
Einem deutlich exklusiveren Kundenkreis war die zweite BMW Neuheit des Jahres 1955 vorbehalten. Mit dem BMW 507 lebte die Tradition der sportlichen Roadster der Marke wieder auf. Der zeitlos faszinierende Zweisitzer wurde bereits unmittelbar nach seiner Vorstellung als "Traum von der Isar" gefeiert. Unter der lang gestreckten Fronthaube war ein 150 PS starker Leichtmetall V8-Motor platziert. Je nach Hinterachsübersetzung erreichte der BMW 507, der zu Beginn seiner Produktionslaufzeit auch bei Bergrennen eingesetzt wurde, eine Höchstgeschwindigkeit von bis zu 220 km/h. Bis 1959 entstanden 251 Exemplare des BMW 507, der heute zu den begehrtesten Sammlerstücken mit BMW Logo gehört.
Evergreens von morgen kommen bei der Kür der "Klassiker der Zukunft" zu Ehren. In der Kategorie "Geländewagen und SUV" bescheinigten die Leser der "Auto Bild Klassik" der aktuellen Generation des BMW X6 das größte Potenzial für dauerhafte Faszination. Der BMW X6 hat sich seinen Platz in der Automobilhistorie als weltweit erstes Sports Activity Coupé gesichert. Kraftvolle Präsenz, überlegene Dynamik und innovativer Luxus kennzeichnen den Charakter des Modells, von dem seit dem Start der ersten Generation weltweit bereits fast 300 000 Einheiten verkauft wurden.
In der Klasse "Kleinwagen und Kompakte" fiel die Wahl der Leser einmal mehr auf einen MINI. Ähnlich wie dem neuen MINI 3-Türer, der im vorigen Jahr von den Lesern der "Auto Bild Klassik" zum "Klassiker der Zukunft" gewählt wurde, gelingt es auch dem beim aktuellen Votum siegreichen neuen MINI 5-Türer, mit ausdrucksstarkem Design, begeisternder Agilität, individuellem Stil und Premium-Qualität zu einer Ausnahmeerscheinung im Kleinwagen-Segment zu werden. Dank seines erweiterten Platzangebots im Interieur verkörpert er auf neue und besonders attraktive Weise das für die Marke traditionelle Prinzip der kreativen Raumnutzung. Der neue MINI 5-Türer bietet eine einzigartige Kombination aus Fahrspaß und Funktionalität. Er ist zudem der erste fünftürige Kleinwagen in der mehr als 55-jährigen Geschichte der britischen Marke und damit ein weiteres Beispiel für die Fähigkeit von MINI, mit innovativen Fahrzeugkonzepten zusätzliche Zielgruppen zu begeistern.

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.