




Die BMW Welt feiert den neuen BMW 7er. Einzigartige Ausstellungsfläche macht die Luxusklasse von BMW erlebbar.

Die BMW Welt feiert den neuen BMW 7er. Einzigartige Ausstellungsfläche macht die Luxusklasse von BMW erlebbar. Die BMW Welt steht im Zeichen des neuen BMW 7er. Besucher aus der ganzen Welt erleben die Luxuslimousine in einem eigenen exklusiven Ausstellungsbereich. Die Ausstellung vermittelt die zentralen Attribute des Fahrzeugs wie Luxus, Komfort und wegweisende Technologien und macht diese für die Besucher erlebbar. Bereits Mitte des Jahres wurde in der BMW Welt das Flaggschiff der Marke feierlich Pressevertretern und Händlern vorgestellt. Kunden können seit kurzem das neue Modell in einer eigens kreierten "Luxury 7" Abholung hier in Empfang nehmen. Hochglanz und Luxus Mit der sechsten Generation des BMW 7er definiert BMW die zeitgemäße und zukunftsweisende Form eines exklusiven, luxuriösen Fahrerlebnisses neu. Passend dazu zeigt die BMW Welt ein Ausstellungskonzept, mit dem das individuelle Erleben von Luxus mit allen Sinnen möglich ist und Kunden sowie Liebhabern der Marke das Fahrzeug entdecken lässt. Direkt am Eingang Süd spiegelt die optische Gestaltung den Anspruch an das Erlebnis wieder: Im Zentrum steht jeweils ein neues Modell auf einem dunklen, elegant glänzendem Glasboden, der mit bronzefarbenen Intarsien verziert ist. Eingefasst wird der Raum von einer großen leuchtenden Patternwand, die ein diagonales Rautenmuster - dem Erkennungszeichen des neuen BMW 7er inszeniert. Über dem Fahrzeug schwebt ein Segel aus Carbonfaser, das den Carbon Core des Modells aufgreift. "Experiential Marketing" schafft Erlebniswelt für die Besucher Weiterhin besticht die Sonderausstellungsfläche durch ihr erlebnisorientiertes Setup, das sich an vier großen Themenbereichen des neuen BMW 7er orientiert: innovative Funktionalität, individueller Komfort, Design und BMW EfficientDynamics. Repräsentiert werden die damit verbunden Charakteristika unter anderem durch Gegenstände von internationalen Künstlern, Designern oder Technik-Pionieren. Exklusive Artefakte aus der Nymphenburger Porzellan Manufaktur München symbolisieren den Anspruch der Luxuslimousine. Die riesige LED-Wand mit Touch-Technologie steht für die Innovationen: Hier wird den Besuchern der neue Display Key, die Interieur-Beleuchtung sowie die einzigartige Gestensteuerung nähergebracht, die erstmals in einem Fahrzeug verbaut wurde. Eine Duftsäule zeigt einen Duft des Ambient Air Packages, mit dem auch der Fahrzeuginnenraum des neuen BMW 7er beduftet werden kann. Das exklusive Abholerlebnis "Luxury 7" Mit "Luxury 7" hat die BMW Welt eine neue und exklusive Abholvariante geschaffen. Diese zentrale Funktion der BMW Welt, die erste Begegnung mit einem Neufahrzeug als unvergessliches Ereignis zu gestalten, wurde für Käufer der Luxusklassen-Limousine speziell erweitert und angepasst. Neben einer individuellen Betreuung beinhaltet das exklusive Angebot unter anderem eine Übernachtung im 5-Sterne-Hotel, ein 3-Gänge-Menü von Spitzengastronom Käfer in der Bavarie sowie ein Chauffeur Service zur Abholung des neuen Automobils. BMW Group Petuelring 130 80788 München Deutschland Telefon: +49 (089) 382 - 0 Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com URL: <http://www.bmwgroup.de> BMW Group Unternehmenskommunikation Bernhard Ederer Pressesprecher BMW Welt Phone: +49-89-382-28556 mailto: Bernhard.Ederer@bmwgroup.com Internet: www.press.bmw.de 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

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.