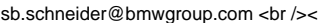




BMW M6 Gran Coupé wird Jubiläumsauto

BMW M6 Gran Coupé wird Jubiläumsauto
Die BMW 6er Reihe in der mittlerweile 3. Generation der großen BMW Coupés leistet einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der BMW Group. Allein im Jahr 2013 wurden rund 26.000 Fahrzeuge an Kunden in aller Welt ausgeliefert. Im März letzten Jahres hieß es im BMW Werk Dingolfing: Start frei für die exklusivste Möglichkeit, ein BMW M Automobil zu erleben - mit dem BMW M6 Gran Coupé, das für die BMW Group leistungsstärkste viertürige Coupé der Oberklasse.
Im Werk Dingolfing hat die BMW 6er Reihe eine lange Tradition: Im Sommer 1978 war der Produktionsstart für den BMW 635 CSi. Kurze Zeit später folgte der BMW M635 CSi. Mit einer Höchstgeschwindigkeit von 255 Km/h ging dieses Sportcoupé als schnellster BMW Viersitzer aller Zeiten in die BMW Geschichte ein. Als im April 1989 das letzte Fahrzeug der ersten BMW 6er Reihe in Dingolfing vom Band rollte, wurde bereits im selben Jahr die Geschichte der großen Coupés mit dem BMW 850i in Dingolfing weiter geschrieben. Das BMW Werk Dingolfing fertigte dieses Sportcoupé knapp zehn Jahre lang auf einer eigenen Montagelinie in der Halle 52.
2003 - vierzehn Jahre nach dem Produktionsende der ersten 6er Reihe - lebte das so erfolgreiche BMW Coupé wieder auf: Mit dem BMW 645 Ci beginnt im Werk Dingolfing eine neue Generation von großen Coupés. Mittlerweile hat der BMW 6er sein Volumen mit der Verfügbarkeit der verschiedenen Modelle wie Coupé, Cabrio, Gran Coupé und der M Varianten mehr als verdoppelt.
"In jedem Fahrzeug steckt ein individueller Kundenwunsch. Und in diesem Fahrzeug, dem neunmillionsten BMW Automobil aus Dingolfing, haben wir Ihren Kundenwunsch verwirklicht", sagte Robert Küssel, Montageleiter im BMW Werk Dingolfing, bei der Übergabe des BMW M6 Gran Coupés am Samstag.
Erst im März letzten Jahres war in Dingolfing Produktionsstart für dieses neue Flaggschiff der BMW Group. Zeitgleich lief der BMW 3er Gran Turismo an, im März dieses Jahres folgt das BMW 4er Gran Coupé. Das Produktionsprogramm am Standort Dingolfing erhöht sich damit auf 5 Baureihen und 17 Modelle. "Unser Werk gilt mittlerweile als eines der flexibelsten in der Automobilindustrie weltweit", so Küssel weiter.
Davon konnten sich das Ehepaar Schulz bereits am Freitag während einer Führung durch die Produktion im BMW Werk Dingolfing überzeugen. "Es ist eine Ehre für mich, den neunmillionsten BMW aus Dingolfing in Empfang zu nehmen", so Dirk Schulz während der Übergabe. "Ich gratuliere BMW zu diesem Modell, das in meinen Augen das schönste Fahrzeug in der doch sehr vielfältigen Produktionspalette ist."
Der Hamburger Geschäftsmann ist schon lange mit der Marke BMW und Dingolfing verbunden: Seinen ersten BMW kaufte er im Mai 1977. "Das war ein BMW 5er 2.8 Liter in weiss. Hab ihn gekauft, so wie er im Laden stand", erinnert er sich. Es folgten verschiedene 3er und 5er Modelle, ein BMW 750 iL in 1997 und die Modelle BMW 635 Csi (1988) und BMW 645 Ci im Jahr 2004. Für den Kauf eines der ersten Z1 entschied er sich, nachdem er die Designstudie dazu gesehen hatte.
Und schon bald könnte neben dem BMW M6 Gran Coupé auch ein BMW i8 in seiner Garage stehen: "Das Design des BMW Concept Vision, so hieß damals die Designstudie des BMW i8, hat mich fasziniert, wie damals beim Z1. Deshalb habe ich mir im Oktober 2010 als einer der ersten in Hamburg eine Option auf das Fahrzeug geben lassen."
Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Bernhard Schneider
Tel.: +49-8731-76-22020
E-Mail Adresse: bernhard.sb.schneider@bmwgroup.com


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.