BMW
Konzernkommunikation und Politik
Vertriebskommunikation Österreich

Presse-Information
Oktober 2011

Das Besondere Sehen: BMW 1er meets Red Bull Flying Bach.

Bach oder Beats? Sport oder Urban Line? Anfang November prallen im Wiener Burgtheater zwei Welten aufeinander; vereint in einem neuartigen Gesamtkonzept.

Salzburg/ Wien. Bei Red Bull Flying Bach treffen zwei völlig konträre Kunstrichtungen aufeinander und sprengen damit die Grenzen zwischen Hoch- und Jugendkultur. Doch nur auf den ersten Blick. Denn bei genauerer Betrachtung sieht man die Gemeinsamkeiten: kraftvolle Eleganz, flammende Leidenschaft und imposante Harmonien.

Ganz ähnlich verhält es sich auch beim neuen BMW 1er – denn gerade dieser vereint, so wie Red Bull Flying Bach, zwei Welten in einem faszinierenden, neuen Ganzen. Nicht nur, dass mittels Fahrerlebnisschalter die Fahrdynamik des neuen BMW 1er in Sekundenschnelle zwischen sportlich- dynamisch und effizient individuell gewählt werden kann, bietet der BMW 1er völlig neue Möglichkeiten zur Individualisierung mit den erstmals präsentierten BMW Lines. Mit exklusiv zusammengestellten Ausstattungsmerkmalen für das Exterieur und das Interieur tragen die BMW Sport Line und die BMW Urban Line wirkungsvoll dazu bei, die dynamischen beziehungsweise progressiven Facetten des neuen BMW 1er besonders hervorzuheben.

Während die Sport Line auf schwarze und rote Farbakzente sowie kraftvolle Ausstattungsattribute setzt, überzeugt die Urban Line mit ihren weißen Designdetails. Stärker als die Unterschiede wiegen auch hier die Gemeinsamkeiten: Unverkennbare BMW Formensprache, ein fahrerorientiertes Cockpit, perfekte Dynamik bei gleichzeitig optimaler Effizienz und die BMW typische Freude am Fahren kennzeichnen den neuen BMW 1er.

Über das kulturelle Engagement der BMW Group

BMW ist einer der drei Partner des Österreich Gastspiels von Red Bull Flying Bach, das insgesamt sechs Vorstellungen an den ersten beiden November-Wochenenden umfasst.

2011 feiert die BMW Group 40 Jahre internationales Kulturengagement. Die Kulturförderung der BMW Group mit über 100 Projekten weltweit ist essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Schwerpunkte des langfristig angelegten Engagements setzt die BMW Group in der zeitgenössischen und modernen Kunst sowie in klassischer Musik, Jazz, Architektur und Design. 1972 fertigte der Künstler Gerhard Richter drei großformatige Gemälde eigens für das Foyer der Münchener Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol und Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Thomas Demand und Jeff Koons mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen berühmte Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au

Firma
BMW Austria
Gesellschaft mbH

Postanschrift
PF 303
5021 Salzburg

Telefon
+43 662 8383 9100

Internet
www.bmwgroup.com

mit der Planung wichtiger Gebäude und Werke des Unternehmens. Bei allem Kulturengagement setzt die BMW Group stets auf die absolute Freiheit des kreativen Potentials – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen.

Der neue BMW 1er. Fahrfreude – einzigartig im Premium-Kompaktsegment.
Der BMW 1er wurde Mitte September am Markt eingeführt. Auch die zweite Generation nimmt dabei mit modernster Motoren- und Fahrwerkstechnik, weiter gesteigerter Effizienz, einem spürbar erweiterten Raumangebot und innovativen Ausstattungsmerkmalen kräftig an Fahrt auf. Das nach wie vor einzige über die Hinterräder angetriebene Fahrzeug seiner Klasse baut die Stärken des weltweit mehr als eine Million Mal verkauften Vorgängermodells konsequent aus. Mit seinen herausragenden Qualitäten in den Bereichen Handling, Design, innovative Technologie und Premium-Ausstrahlung festigt der neue BMW 1er seine Position als wegweisender Individualist im Wettbewerbsumfeld der kompakten Fünftürer.

Eine optimierte Balance zwischen Sportlichkeit und Fahrkomfort, ein spürbares Plus an Funktionalität und zahlreiche bislang nur in höheren Automobilsegmenten verfügbare Fahrerassistenzsysteme untermauern den gereiften Fahrzeugcharakter des Einstiegsmodells von BMW. Neue Möglichkeiten zur Individualisierung schaffen die erstmals angebotenen BMW Lines. Die BMW Sport Line und die BMW Urban Line zeichnen sich durch ihre exklusiven Design- und Ausstattungsmerkmale im Exterieur und im Interieur aus.
Umfassende Informationen unter www.das-besondere-sehen.at

Red Bull Flying Bach.
Hochkultur trifft auf Urban Art. Klassik auf Hip Hop. Mit jugendlicher Leichtigkeit vereint Red Bull Flying Bach Elemente aus zwei völlig konträren Kunstrichtungen und sprengt damit die Grenzen zwischen Hoch- und Jugendkultur. Heraus kommt eine völlig einzigartige Vorführung, gefüllt mit dem Besten aus Breakdance, Ballett, Theater und Klassik: atemberaubende Moves, kraftvolle Eleganz, flammende Leidenschaft und eine stimmige Mischung aus Beats und Klavierfugen – eingebettet in die imposante Kulisse des Burgtheaters. Weitere Informationen unter www.redbullflyingbach.at

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg
Tel.: +43 662 8383 9100

BMW Motoren Gmbh
Hinterbergerstrasse 2, 4400 Steyr
Tel: +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

✧ ✧ ✧

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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. Entsprechend ist die BMW Group seit mittlerweile sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.