

Presse-Information
18. September 2012

BMW stellt beim interdisziplinären Gipfeltreffen „Tourism meets Industry“ in Seefeld Mobilitätsangebote vor.

iSKI App integriert in BMW Online Drive&Ski – neues DriveNow Paket eGAP – MINI E im touristischen Umfeld.

München/Seefeld in Tirol . Die Premiere des neuen interdisziplinären Gipfeltreffens „TMI - Tourism meets Industry“ fand am vergangenen Freitag in der Olympiaregion Seefeld statt. Im Rahmen der Veranstaltung, die federführend von den Partnern „Best of the Alps – The classic Mountain Ressorts“, BMW und der Standortagentur Tirol initiiert wurde, diskutierte eine hochkarätige Expertenrunde die Zukunft nachhaltiger Mobilitätskonzepte im Alpentourismus. Mit der Präsentation einer iSKI App für BMW Online, einem Modellprojekt für Elektromobilität in den Alpen, und einem brandneuen DriveNow Angebot für die kommende Wintersaison präsentierte BMW in Seefeld innovative Mobilitätsangebote für den alpinen Ferientourismus.

Für die Initiatoren Markus Tschoner, Präsident von Best of the Alps – dem Marketingverbund von zwölf Tourismusdestination der Alpenregion, und Harald Gohm, GF der Standortagentur Tirol, ist die neue Initiative ein Gebot der Stunde: „Von der noch stärkeren Vernetzung von Tourismus, Technologie, Industrie, Gesundheit und Lifestyle können alle Partner profitieren. Zu sehr verändern sich gesellschaftliche Werte im digitalen Zeitalter, verschmelzen vormals strikt getrennte Arbeits- und Freizeitbereiche zu einheitlichen Lebenswelten, müssen komplementäre Wirtschaftsbereiche gemeinsame Wettbewerbsstrategien im Markt entwickeln. Deshalb wollen wir mit dieser Initiative ein Forum schaffen, in dem der Gedankenauftausch aber auch konkrete Kooperationen zwischen exklusiven Partnern angeregt werden!“ Mit dem neuen Format „TMI - Tourism meets Industry“ sollen diesen Symbiosen in Form einer jährlichen Veranstaltung Raum gegeben.

Die diesjährige Veranstaltung stand thematisch ganz im Zeichen nachhaltig orientierter Mobilitätskonzepte - Alpiner Tourismus als Labor für nachhaltige Mobilität. Im Wissen, dass der Großteil der Urlauber nach wie vor mit dem eigenen Auto in die Berge anreist, sind innovative automobile Zukunftsszenarien vor dem Hintergrund nachhaltiger, umweltorientierter, gesellschaftlicher Trends gefragt. Gerade der alpine Tourismus könnte mit seinen Angeboten und seinen natürlichen Ressourcen perfekt die gesellschaftliche Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit abdecken, erklärte etwa der

Datum	Presse-Information
	18. September 2012
Thema	BMW stellt beim interdisziplinären Gipfeltreffen „Tourism meets Industry“ in Seefeld Mobilitätsangebote vor.
Seite	2

führende deutsche Trendforscher **Peter Wippermann**. Natur sei ein Wert geworden, ein Rückzugsort mit viel Konjunktur in einer unübersichtlichen Überforderungswelt. Alpine Destinationen, die in Kooperation mit anderen Partnern glaubwürdig Modelle für nachhaltige Mobilität schaffen, könnten ebenso nachhaltige Wettbewerbsvorteile lukrieren. Der ehemalige Swarovski-Manager und Tourismusvisionär **Andreas Braun** rief in diesem Kontext die alpinen Touristiker dazu auf Mobilitätsavantgarde zu werden. „Denn künftige Gäste wollen ganz andere Fakten – etwa ökologische Kennzahlen – über eine Region wissen als bisher gewohnt.“ Einig zeigte sich das Podium, dass gerade der alpine Tourismus zu einem Labor für nachhaltige Mobilität werden könnte. Denn gerade im Urlaub seien die Menschen für neue Mobilitätslösungen – etwa E-Mobilität – aufgeschlossen, vorausgesetzt die vor Ort lebenden Menschen würden diese ebenfalls konsequent nützen. **Peter Post**, GF der führenden deutschen Multimediaagentur Scholz & Volkmer, betonte die Veränderungsbereitschaft der Kunden. Gerade junge Menschen hätten im Bezug auf Autos viel weniger Besitz- und Statusdenken. Alternative Dienstleistungen würden den Trend zu individueller Mobilität rasch verstärken.

Andreas-Christoph Hofmann, Leiter der BMW Markenkommunikation, bestätigte diese Entwicklungen: „Junge Menschen ändern ihr ‚Mindset‘, ihre Denkweise – wir bewegen uns auf sie zu und bieten neue Mobilitätslösungen mit nachhaltigem Charakter an. Für uns ist klar, dass wir mit BMW i die Speerspitze der Entwicklung im Bereich Elektromobilität sein wollen.“

Ähnlich argumentiert der Verkehrsexperte **Markus Mailer** von der Universität Innsbruck. Nicht zuletzt aufgrund der beschränkten Raumkapazitäten, permanenter Staus und der steigenden Kosten verliere das Auto in den urbanen Ballungsräumen an Bedeutung. Für die Stadtflucht und die kurzfristige Reise in den Alpenraum hätten jetzt auch im Naherholungstourismus Car Sharing Modelle eine Chance.

Vernetzte Kommunikation

Die digitale Vernetzung ist eine große Chance auch für neue nachhaltige Formen des Reisens, so die Experten. Kommunikation ist die neue Mobilität und die immer intelligentere Kommunikationsinfrastruktur werde auch neue Formen der multioptionalen Mobilität befördern. Wenn die Transparenz steige wann ich wo mit welchem Verkehrsmittel unter neuen Gesichtspunkten wie sicher, bequem, leistbar, nachhaltig und

Presse-Information
18. September 2012
BMW stellt beim interdisziplinären Gipfeltreffen „Tourism meets Industry“ in Seefeld
Mobilitätsangebote vor.
Seite 3

gesellschaftlich akzeptiert mein Ziel erreiche, dann steigt auch die Bereitschaft alternative Modelle zu nützen, so die Experten.

Die spannende Diskussion direkt im Ortszentrum von Seefeld fand beim eingeladenen rund 80-köpfigem Publikum großen Anklang. Neben den ehemaligen deutschen Skistars Rosi Mittermaier und Christian Neureuther, die extra von Garmisch Partenkirchen mit einem Mini E angereist kamen, waren u.a. auch Fritz Kaltschmid, Vertreter der größten Hotelier-Familie Österreichs, Josef Margreiter, Geschäftsführer der Tirol Werbung, Stefan Isser, Geschäftsführer der Swarovski Tourism Service GmbH und Josef Schirgi, Präsident des Bundesverbandes der österreichischen Tourismusmanager, anwesend.

BMW iSKI App – schon vor der Abfahrt wissen, wo der beste Schnee liegt.

BMW ConnectedDrive setzt seit Jahren Maßstäbe im Bereich automobiler Vernetzung und steht für zukunftsorientierte Konzepte und Technologien im Fahrzeug mit maximalem Kundennutzen. Unter dem Begriff ConnectedDrive vereint die BMW Group einzigartige innovative Funktionen, die Fahrer, Fahrzeug und Umwelt intelligent miteinander vernetzen. Sie erhöhen den Komfort, machen Infotainment in einer neuen Dimension erlebbar und steigern außerdem die Sicherheit in den Fahrzeugen der BMW Group signifikant. Mit dem BMW Online Portal verfügt der Fahrer über individuelle und internetbasierte Dienste im Fahrzeug.

Schon vor Abfahrt wissen, wo der beste Schnee liegt - die Einführung der neuen iSKI App liefert einen echten Mehrwert für Wintersportfans. BMW Online und BMW Live bringen rechtzeitig zur Skisaison 2012/13 alle wichtigen Informationen zum perfekten Skiurlaub in jeden BMW: Webcams liefern Echtzeitbilder von der Skipiste. Weitere Informationen zum Wetter, Neuschnee, geöffneten Liften, Hotels, Restaurants und Skiverleih werden selbstverständlich mitgeliefert.

Der MINI E im touristischen Umfeld.

Die Bayerische Staatsregierung hat sich zum Ziel gesetzt, Bayern zum Leitmarkt und zum Leitanbieter für Elektromobilität zu machen. In der Modellkommune Garmisch Partenkirchen genannt „eGAP“, die nach München, Bad Neustadt an der Saale und dem Bayerischen Wald die vierte Modellregion Elektromobilität in Bayern darstellt, soll ein ganzheitliches Mobilitätskonzept entwickelt werden. Zukünftige Herausforderungen

Datum	Presse-Information 18. September 2012
Thema	BMW stellt beim interdisziplinären Gipfeltreffen „Tourism meets Industry“ in Seefeld Mobilitätsangebote vor.
Seite	4

werden modellhaft gelöst und die dazu notwendigen innovativen Technologien werden auf ihre Funktionalität, Alltagstauglichkeit und Nutzerattraktivität geprüft.

Die BMW Group unterstützt dieses Vorhaben und stellt in Garmisch-Partenkirchen in einem eigenen Forschungsprojekt sechs MINI E zur touristischen Kurzzeitvermietung zur Verfügung. Gemeinsam mit der Universität Passau wird die Anwendung von Elektromobilität im Tourismus untersucht. Die Erkenntnisse des Versuchs fließen zudem in die nachhaltigen Mobilitätskonzepte von BMW i ein.

Der MINI E wird zu 100% elektrisch betrieben und unterscheidet sich damit von Hybridantrieben. Dank des Elektromotors, der sein maximales Drehmoment beinahe sofort erreicht, ist die Beschleunigung im MINI E unglaublich schnell, leise und sanft.

„Drive & Ski“ – Das DriveNow Angebot für die kommende Wintersaison.

Die BMW Group ist nicht nur Hersteller von Premiumautomobilen, sondern entwickelt auch Angebote für den zunehmenden Bedarf an flexiblen Mobilitätslösungen im urbanen Umfeld. DriveNow, das Carsharing-Angebot von BMW i, MINI und der Sixt AG, ist das erste Car Sharing Konzept das konsequent auf effiziente Premiumfahrzeuge sowie umfassenden Service setzt. Die Fahrzeuge lassen sich spontan überall dort anmieten und abstellen, wo Kunden sie benötigen.

DriveNow kooperiert für die kommende Wintersaison mit der Bayerischen Zugspitzbahn Bergbahn AG und bietet Wintersportlern ein ganz besonderes Angebot. Das „Drive & Ski“ Angebot beinhaltet das 9-Stunden-Paket mit 200 Freikilometern und eine 10 Prozent-Ermäßigung auf den Tagesskipass für das Skigebiet Garmisch Classic. Der Kraftstoff ist wie bei allen DriveNow Angeboten inklusive. Gegen Vorlage des Führerscheins mit der DriveNow ID, erhält der Nutzer an der Kasse der Bayerischen Zugspitzbahn Bergbahn AG den ermäßigten Tagesskipass.

Ein Video zur Veranstaltung finden Sie hier:

<http://vimeo.com/49598586>

Presse-Information
18. September 2012
BMW stellt beim interdisziplinären Gipfeltreffen „Tourism meets Industry“ in Seefeld
Mobilitätsangebote vor.
Seite 5

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen 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 Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Website: www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>