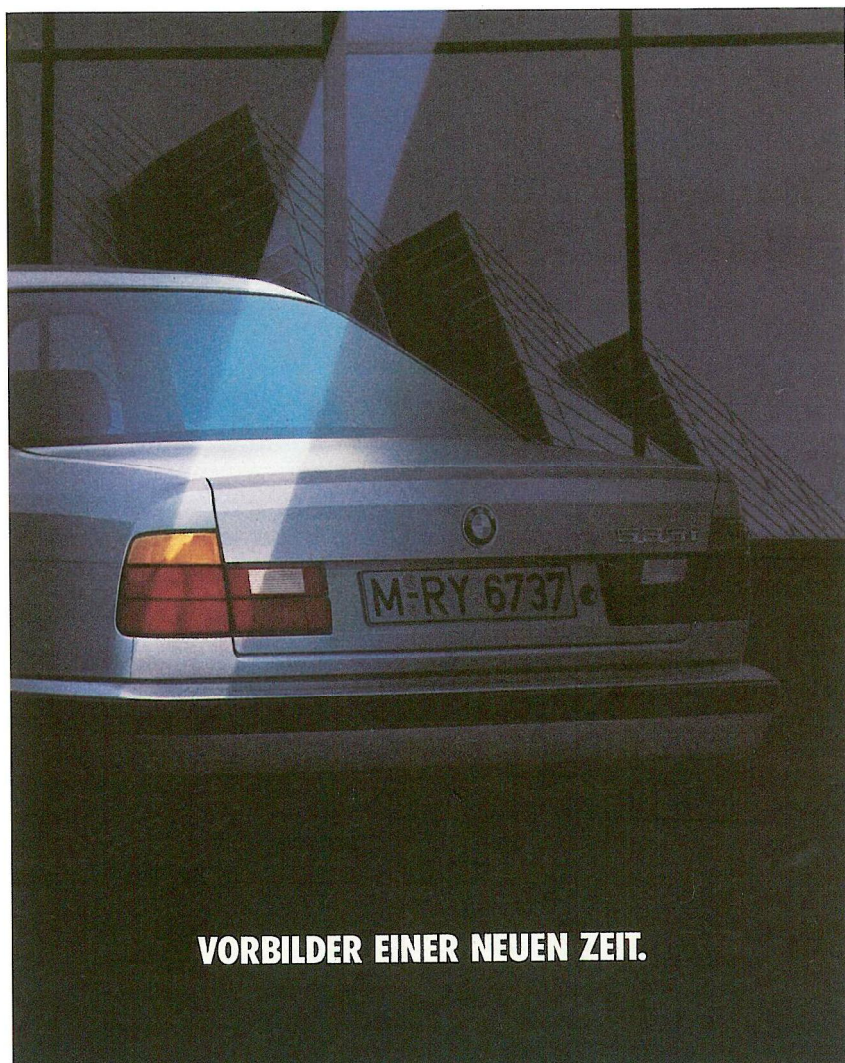


KATEGORIE GEBRAUCHSGÜTER

BMW.

B M W (C O L D - E F F I E)

Offensive '89



Dreiseitige Anzeige geschlossen . . .

MARKETING-SITUATION

Mit der Einführung der 7er-Reihe im Frühjahr 1986 begann für das Unternehmen BMW die Zeit der Neuorien-

tierung. Ziel dabei war es, BMW als einen der führenden Hersteller im Luxury-/Performance-Segment zu etablieren.



DIE FASZINIERENDE AUSSICHT AUF DAS LANGZEIT

Die neuen 5er von BMW bieten ein Maß an Qualität und Funktionssicherheit, das in dieser Klasse bisher unerreichbar schien. Schon die konstruktiven Merkmale der völlig neu entwickelten Karosserie stehen für

höchste Präzision. Ausgeprägte Trägerstrukturen, großvolumige Karosserieverbindungen und geklebte Front- und Heckscheibe geben ihr eine hohe statische und dynamische Biege- sowie Torsionssteifigkeit. Die Stabilität

setzt vollkommen neue Maßstäbe für die Solidität und für den Fahrkomfort.

Vorbildlich ist auch der Schutz der Rohkarosserie. Bereits bei der Konstruktion wurde auf optimale Durchflußmöglichkeiten für Korrosions-

... und geöffnet

Inzwischen liegt BMW mit der 7er-Reihe weltweit Kopf an Kopf mit den Limousinen der Mercedes S-Klasse. In Europa wurde bereits eine klare Führungsposition von BMW erreicht.

Ein weiterer wichtiger Schritt zur Zielerreichung war zu Beginn des Jahres 1988 die Einführung der neuen BMW 5er-Reihe.



IT AUTOMOBIL.

schutzmittel geachtet. Zusätzlich kommen überall dort, wo es sinnvoll ist, verzinkte Bleche zum Einsatz.

Eine weitere Voraussetzung für die ausgezeichnete Langzeitqualität sind die präzisen Fertigungsmethoden.

Die computerüberwachte Montage sichert höchste Präzision. Der lasergesteuerte Einbau der Türen, der Front- und der Heckklappe begrenzt Fertigungstoleranzen auf ein absolutes Minimum.

Beispiele, die beweisen, warum die neuen 5er Maßstäbe in der

Langzeitqualität setzen.

Die neuen 5er. Kauf, Finanzierung oder Leasing – Ihr BMW Händler ist der richtige Partner.

BMW in Brix • 20000 •



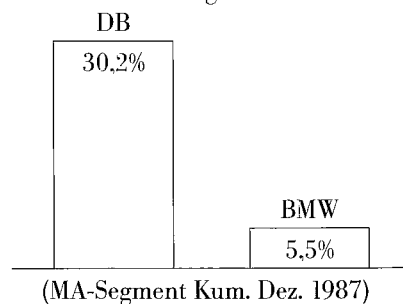
**Freude
am
Fahren**

Rahmenbedingungen

Mit drei Punkten lassen sich die Rahmenbedingungen beschreiben:

1. Im Segment der mittleren Vergleichsklasse besetzte Mercedes mit der 200er- bis 300er Reihe seit Jahren eine dominante Position.

Mittlere Vergleichsklasse



2. Im Firmenwagen-Segment nimmt Mercedes, vor allem auch in der 200er- bis 300er-Baureihe, eine führende Position ein. Dies wurde zwar nie kommunikativ genutzt, aber wer in deutschen Unternehmen eine führende Position erreicht hat, fährt Mercedes. Auch in der breitesten Öffentlichkeit war dies eine akzeptierte und bewußte „Kleiderordnung“.
3. Nach der erfolgreichen BMW 7er-Einführung war die Erwartungshaltung der Öffentlichkeit und die Vorberichterstattung der Presse eindeutig und vorkonditioniert: „Der neue BMW 5er ist ein kleiner BMW 7er“.

MARKETING-ZIELE

- Drei Marketing-Ziele sind zu nennen:
- Erhöhung des Marktanteils der

BMW 5er-Reihe in der mittleren Vergleichsklasse

- Vermeidung der Kannibalisierung BMW 5er-Reihe mit BMW 7er-Reihe
- Erreichung der psychologischen Leadership im Firmenwagenbereich mit Abstrahleffekt auf alle anderen Zielgruppenpotentiale.

HINTERGRUND

Die Ausgangslage für BMW vor der Einführung der neuen 5er-Reihe (E 34) wird durch die auslaufende „alte“ 5er-Reihe (E 28) geprägt, im einzelnen sind zu nennen:

- „optisches“ Alter der E 28-Baureihe: 14 Jahre
- durchschnittliches Fahrzeugalter und Zweit-/Dritthandbesitz relativ hoch
- das insgesamt – besonders im Vergleich zur 3er- und 7er-Reihe – in der Öffentlichkeit geringer ausgeprägte Profil der 5er-Reihe
- In diesem Sinne kann die aktuelle Einschätzung des E 28 die Erreichung des Positionierungsziels des E 34 hemmen.

Zusammenfassend kann eine kommunikative Herausforderung für die Höherpositionierung des E 34 abgeleitet werden.

Eckpfeiler des Produktkonzeptes

Das neue Produktkonzept wird durch einige Eckpfeiler charakterisiert.

- Das E 34 Konzept ist geprägt von einem völlig neu gestalteten Auftritt im Hinblick auf Styling/Karosserie.

- Die innovative Technik wurde aus der automobilen Spitzenklasse des 7er abgeleitet und in die neue E 34 Klasse integriert.
- Gegenüber den E 28 geäußerten Vorbehalten kann mit selektiven technischen Innovationselementen begegnet werden. Baureihenbedingte Besonderheiten können zur kompetitiven Eroberungsargumentation benutzt werden.

Wettbewerbsumfeld

Die Vergleichsklasse des neuen 5er wird international durch die bereits erfolgreich eingeführte Baureihe von DB (200er- bis 300er-Modelle) bestimmt.

Zusätzlich sind höherqualifizierende Maßnahmen der Wettbewerber gerade mit Zielrichtung auf dieses Segment zu beachten.

Insbesondere sind die folgenden Wettbewerber zu nennen: Lancia Thema, Saab, Rover, Opel Omega, Audi 90.

Besonders die massive Aufstiegsstrategie der Japaner stellt an die Höherpositionierung des E 34 sowie an die adäquate Durchsetzung hohe Ansprüche.

Der E 34 trifft auf ein Wettbewerbsumfeld, das sich vornehmlich durch Technologie und Herausstellung von modernen technischen Einzellösungen zu profilieren sucht.

Der E 34 muß sich der Herausforderung des klassenspezifischen Wettbewerbs stellen, im Sinne eines Technologieträgers die technische Spitzenstellung des Klassenbesten für sich reklamieren sowie gleichzeitig das gesamte BMW Markenprofil in

Kontinuität prägnant gestalten.

WERBEZIELE

Aus den Marketingzielen und vor dem Wettbewerbshintergrund sind die folgenden Werbeziele abzuleiten:

1. Verdeutlichung der Eigenständigkeit der neuen BMW 5er-Reihe in Abgrenzung zur BMW 7er-Reihe sowie in Abgrenzung zum Wettbewerbsumfeld.
2. Durchsetzung der innovativen Produktsubstanz als *die* technologisch-funktionale Innovationsleistung in seiner Klasse.
3. Erreichung der psychologischen Führerschaft im Segment als „Business tool for professionals“.

Das bedeutet im einzelnen in quantitativer Hinsicht:

- Stärkung der Loyalitätsrate
- Rückführung ehemaliger 5er-Fahrer zum neuen BMW 5er
- Sicherstellung der Aufstiegschancen für BMW 3er-Fahrer
- Ausbau der Eroberungsfähigkeit gegenüber einem erstarkten Wettbewerb.

Positionierung

Die Positionierung des neuen Fahrzeugs wird in einem klaren Statement zusammengefaßt.

- Der E 34 ist das innovativste Automobil in seiner Klasse.
- Er erreicht in einzigartiger Form eine Verknüpfung der automobilen Persönlichkeitsmerkmale:
 - dynamisch
 - technisch-funktionale Präzision
 - ästhetisch.
- Die neue 5er-Reihe erwächst

damit zur dynamischen Synthese aus ästhetisch-funktionaler Form und aus der Technologie der Spitzenklasse.

- Profilierung der BMW 5er-Reihe als Technologieträger
- Besetzung des Feldes als „Business tool for professionals“.

Zielgruppe

Die Zielgruppe ist in Hinblick auf das Berufsbild sowie ihre psychologische Struktur zu charakterisieren.

Zielgruppenprojektion nach dem Berufsbild

- „Führungsmannschaft“, leiten-der Angestellter, Management
- mittelständische Unternehmer/Selbständige
- Freiberufler, Ärzte, Architekten, Anwälte.

Psychologische Struktur

Bedingt durch die Zugehörigkeit zu den angeführten Berufsgruppen erhält die „Professionalität“ als Anspruch an die Eigenbefindlichkeit sowie an akzeptierte Angebote eine besondere Bedeutung.

Beispielhafte Anforderungen an Produkte in der Zielgruppe sind:

- erfolgreich
- qualitätsbewußt
- leistungsbewußt
- aktiv
- genußorientiert
- anspruchsvoll.

KREATIVE-STRATEGIE

Drei Elemente bestimmen die Kreative-Strategie:

- Kanalisierung der Erwartungshaltung und Verdeutlichung der Eigenständigkeit des BMW 5er-Konzeptes

Umsetzung/Tonality

Entsprechend der Positionierung muß der Gesamtauftritt einen eher „rationalen“ Tenor enthalten.

Herauszuheben ist der funktionale Aspekt sowohl der technologischen Innovation als auch der Ästhetikdimension.

Aus dieser Ansprache muß sich dann die Faszination der Botschaft ergeben, die auch einer rationalen Grundtonalität inhärent sein kann.

Das faszinative Element leitet sich dabei aus der bildlichen Darstellung des E 34 ab. Es wird unterstützt durch die detailhafte Stimmigkeit des funktionalen Gesamtkonzeptes und dessen geeigneter Herausstellung.

Abgeleitet aus den kommunikativen Zielen erfolgt die Kommunikation der 5er-Gesamtkompetenz, jeweils exemplarisch mit geeigneter Modell-Key-Aussage. Wichtig dabei ist der „Kommunikative Link“, der das Konzept auch insgesamt erlebbar macht, ohne die gewünschte und abstrahierende Exemplarität zu verschleiern.

Für die exemplarische Kommunikation ergeben sich beispielhaft für die einzelnen Modelle folgende Themenschwerpunkte:

520i	Basismodell	6-Zylinder-Technologie beginnt bei 2 l Hubraum. Hochwertige 5er-Technik ohne jeden Abstrich
525i	Kernmodell	Das ausgewogene Konzept von technologischer Spitzenleistung mit einem leistungsorientierten, dynamischen Triebwerk
530i	Leitmodell	Der repräsentative BMW 5er in Leistung, Komfort und Sicherheit
535i	Leitmodell	High Performance in Leistung, Qualität und Funktion
M5	Topmodell	Technologie der Spitzenklasse, Individualisierung „at its best“
524td	Dieselprogramm	Ein typischer 5er. Ein typischer BMW. 6 Zylinder und technologische Spitzenleistung bei hoher Wirtschaftlichkeit

MEDIA-STRATEGIE

Die Umsetzung der Werbeziele in Mediaziele war eine weitere praktische Forderung an das kommunikative Konzept.

Werbeziel	Mediaziel
1. Durchsetzung der Baureihe als vollständig neue, eigenständige Modellreihe	Hohe Kampagnenreichweite, hohe werbliche Ansprachehäufigkeit
2. Übernahme der Funktion des Technologie-Kommunikators	Frequenzstarke Penetration über das E 34 Potential hinaus
3. Positive Wirkung für die Marke insgesamt 4. Höherpositionierung gegenüber E 28	Ausweitung des Zielgruppenpotentials in Spitzensegmente
5. Neucinführung bei Vermeidung einer Kollision mit 7er-Werbung	Aufmerksamkeitsstarker, großformatiger Auftritt, unterschiedliche Werbeträger zu 7er-Reihe

Mit einer zielgruppenspezifischen Strategie von 3 Phasen wurde das neue Produkt im Markt vorgestellt. Der Überblick zeigt die Media-Schwerpunkte der drei Zeitabschnitte.

Die Titelauswahl orientierte sich entsprechend an den Aufgaben der einzelnen Phasen.

Phase 1 (Januar)

Teaserkampagne
Kanalisierung der Erwartungshaltung

Kernzielgruppe
(1,46 Mio.): potentielle E 34 Käufer
Vorbesitz E 28 /Vergleichsklasse
Format: 2/1 S. 4c

Phase 1

Überregionale TZ, Stern, Spiegel, Bams.
Einmaliger Anstoß
Kanalisierung der Erwartungshaltung

Phase 2 (Februar/März/April)

Produktsubstanzkampagne
Durchsetzung des technologischen Führungsanspruchs

Kernzielgruppe und weiteste Zielgruppe (14,41 Mio.):
BMW-Fahrer und Personen mit Kaufabsicht BMW

Format:
6-Seiter 4c
3-Seiter 4c
2/1 S. 4 c

Phase 2

Breitentitel, überr. TZ, Automobilzeitschriften, Wirtschaftsmagazin, hohe Reichweite zu Lasten der Kontaktintensität, Durchsetzung der Produktsubstanz

Phase 3 (Mai-August)

Identifikationskampagne
Verdeutlichung des Identifikationsangebotes als „business tool for professionals“

Kernzielgruppe
(1,46 Mio.): potentielle E 34 Käufer
Format: 2/1 S. 4 c

Phase 3

Wirtschaftsmagazine
hohe Kontaktintensität, hohe Reichweite in der Kernzielgruppe, geringe Reichweite in Breitenzielgruppen,
Identifikationsangebot
„Business tool for professionals“

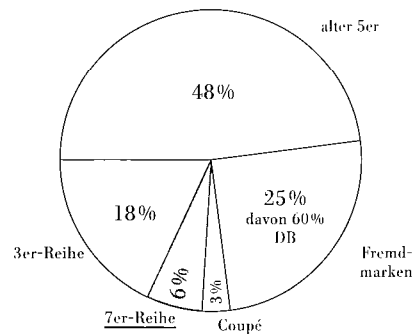
ERGEBNISSE

1. Der Marktanteil im Segment entwickelt sich positiv.

Dez. 1987 (kum.)	Dez. 1988 (kum.)
DB 30.1 %	28.5 %
BMW 6.5 %	15.2 %

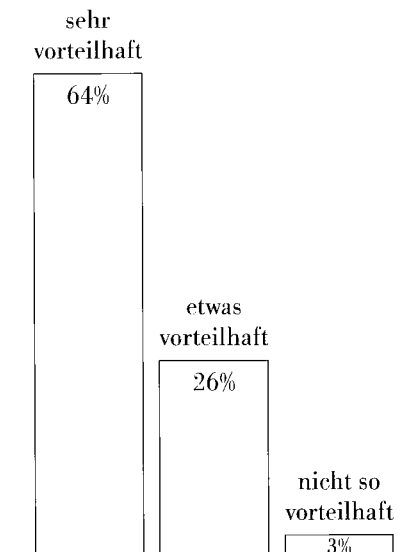
2. Eine Kannibalisierung von 5er- und 7er-Reihe findet kaum statt.

Die Vorbesitzstruktur neuer 5er zeigt die hohe Eroberungsrate des neuen Modells. Nur 6 % der Fahrer des neuen 5er kommen vom alten 7er: Die Eigenständigkeit des neuen 5er-Konzepts hat sich durchgesetzt.



3. Die Verwandtschaft 5er/7er erhält einen positiven Gehalt (BMW Mafo/Kommunikationswirkung). Auf die Frage: Wie wirkt der neue 5er im Vergleich zum 7er? antworten 56 %: „5er hat eigenen Charakter.“

Das ist in den Augen der Befragten ausgesprochen positiv.



Die Eigenständigkeit des 5er wird begründet durch:

- eigener Charakter
- sportlicher, kompakter als 7er
- selbständige Modellreihe
- andere Klasse.

BMW und der Agentur Scholz & Friends gelingt die ausgesprochen erfolgreiche Neueinführung des neuen BMW 5er.

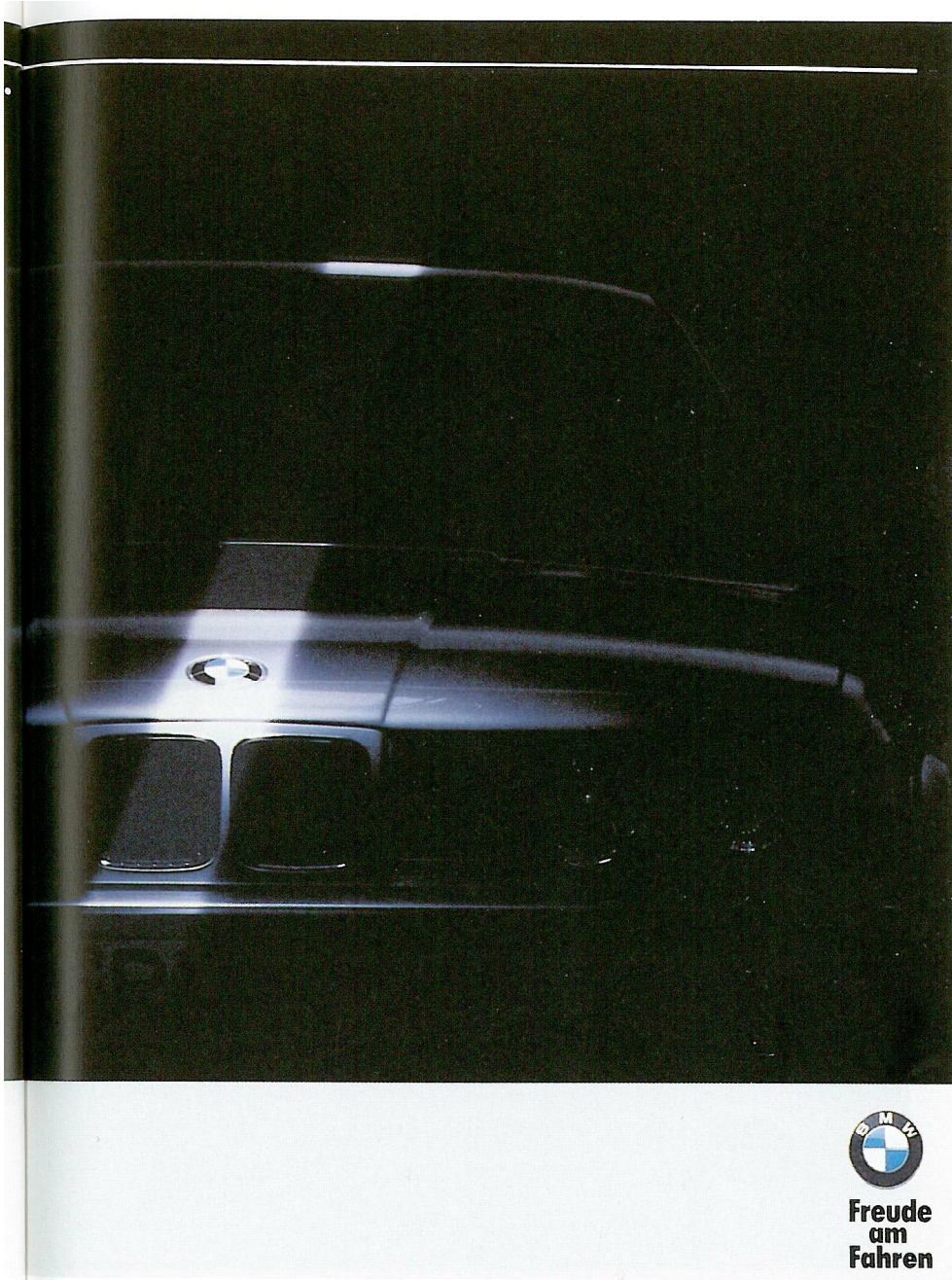
KATEGORIE GEBRAUCHSGÜTER

DIE NEUEN S ER .
VISION VON NEUEN WERTEN .

**„Wir waren überzeugt,
der Wert der Intelligenz wächst mit
den Rahmenbedingungen.“**

Phase 1 (zweiseitige Anzeige)

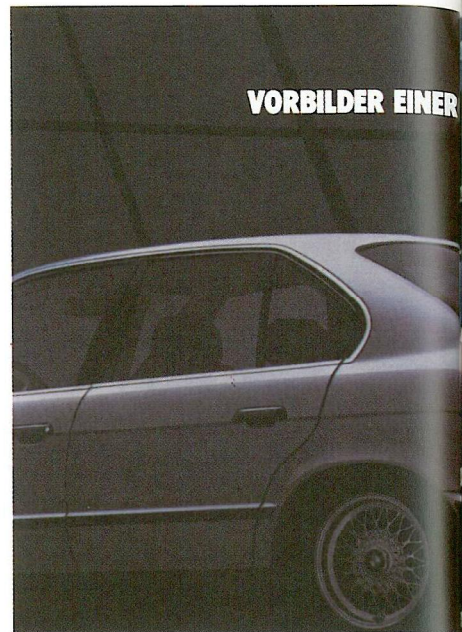
B M W (G O L D - E F F I E)



**Freude
am
Fahren**

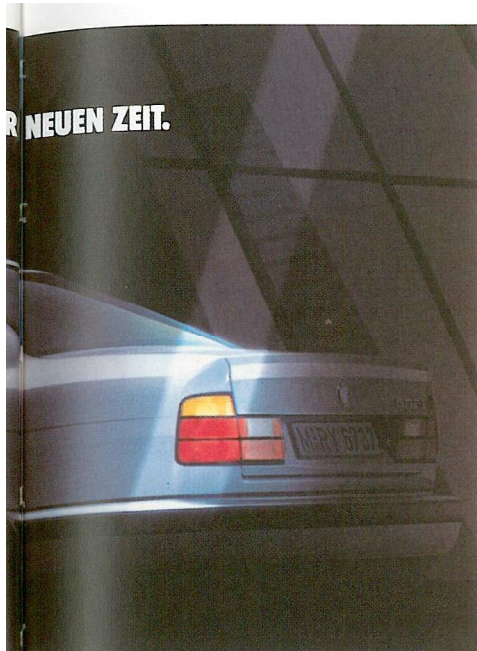
KATEGORIE GEBRAUCHSGÜTER

Phase 2



Sechsstellige Anzeige geschlossen (oben) und geöffnet (unten)

BMW (GOLD-EFFIE)



FUNKTION FORMT DEN CHARAKTER.

1987 hat BMW mit Automobilen Akzente gesetzt, die Innovation und Charakter perfekt vereinen. Der BMW 750 und der BMW 711 haben aber nicht nur ein neues Kapitel Automobilgeschichte geschrieben, sie haben auch das verdeutlicht, was BMW unter Neuem Denken versteht. Jetzt werden die neuen 5er präsentiert. Mit ihrer hohen Funktionalität, ihrem eigenständigen, harmonischen Design und mit ihrer Spitzenkraft sind sie ein Meilenstein dafür, daß Neues Denken eine ganz eigene Klasse prägt. Um diesen hochgestellten Anspruch zu realisieren, gingen die BMW Designer bei der Aerodynamik neue Wege. Die Karosierform der

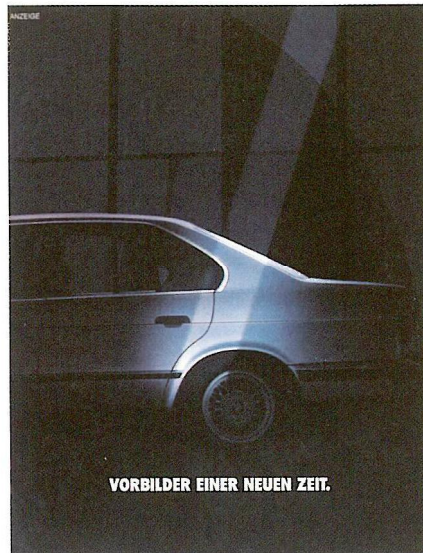
neuen 5er wurde z.B. so ausgelegt, daß sie eine aktive Windleitfunktion übernimmt. Trotz des niedrigen c_w -Werts von bis zu 0,30 wurde in aufwendiger Detailarbeit an Karosserie und Fahrwerk eine erhebliche Verbesserung der Seitenwindstabilität erreicht. Weitere raffinierte Detaillösungen bei der Karosseriegestaltung ermöglichen im Gesamtergebnis eine bisher unbekannte Funktionalität. Die ausgereiften Aerodynamik sorgt für mehr Wirtschaftlichkeit, reduziert den Aufwuchs an der Vorderachse und optimiert die Fahrstabilität. Sie gewährleistet durch gezielte Führung der Luftströme und des Regenswassers weitestgehend schmutzfreie

Seitenscheiben und Rückleuchten. Und auch dies ist bei der vorbildlichen Aerodynamik einleuchtend. Der Innenraum wird angenehm gering aufgelastet. Die vollkommene Harmonie der neuen 5er, ihre zeitlose Ästhetik und richtungweisende Funktionalität zeigen, zu welcher faszinierenden Lösung Neues Denken führt. Die neuen 5er sind einzigartige Automobile und doch unverkennbar typisch BMW. Die neuen 5er Kauf, Finanzierung oder Leasing – Ihr BMW Händler ist der richtige Partner.



BMW ist ein Produkt der BMW Group.

KATEGORIE GEBRAUCHSGÜTER



INDIVIDUALITÄT OHNE GRENZEN.

Neue eigenständige Lösungen sichern den neuen Seren überlegen Eigenschaften in jedem wichtigen Bereich. Und sie ermöglichen eine Funktionalität, die vorbildlich ist. Dem Gesamtkonzept entsprechen die Möglichkeiten.

Sicherstellen, einen Seren vollkommen auf die persönlichen Anforderungen abzustimmen. Für noch mehr Bedienungs komfort gibt es z.B. eine Servotronic, die technisches Lenken beim Parken

und exaktes Lenken bei hohen Geschwindigkeiten gewährleistet. Es gibt eine elektrische Sitzverstellung, die sowohl die vorderen Sitzpositionen als auch die hinteren Außenverstellungsmöglichkeiten von drei

Personen speichert. Es gibt eine Komfortschleifung, die automatisch mit der Türverriegelung, die Fenster und das Schließsystem schließt. All dies sind Sonderausstattungen, die in dieser Klasse neu und einzigartig sind.

Wie sie für den 525i in Kürze

erlebens. Automatische Stabilitäts Control (ASC). Sie verhindert das Durchdringen der Motorbremse z.B. auf glatter Fahrbahn oder beim Übergraben. Das Fahrzeug bleibt richtig auf der Straße. Eine BMW Innovation für mehr Sicherheit. Um nur ein paar Beispiele für technische Perfektion.

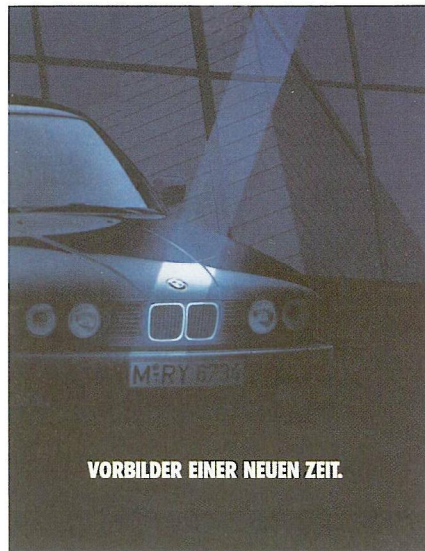
in ganz individueller Ausgestaltung. Die neuen Seren. Aus der Freude am Fahren.



Dreiseitige Anzeige

BMW (GOLD-EFFIE)

Phase 2



HIER WERDEN DER BEWEGLICHKEIT NEUE DIMENSIONEN ERÖFFNET.

BMW präsentiert das neue Ser-
eine neue Größe automobile Erst-
klassigkeit. Sie bieten eine so große
Summe anspruchsvoller, moderner

Automobilhersteller, wie nie in dieser
Rasse nie zuvor vereinfacht wurde.
Die neuen Ser sind ausschließlich
mit Reihen-6-Zylinder-Motoren

ausgestattet, eine weltweit einzigartige
Auswahl. Jedes Modellwerk ist für sich
ein Vorbild an höchster Lachkultur und
geschmeidiger Kraftentfaltung.

Das Fahrwerk ist der neuen
Präzisionslenk- und Lenk-
auch Maßstäbe beim Fahren. Die
einzigartige dynamische
Stabilität der Karosserie, die hohe
Antriebsleistung - langer Reich-
breite Spur, tiefer Schwerpunkt - und
die umfassende Abschwung-
50-50% ermöglichen BMW typische

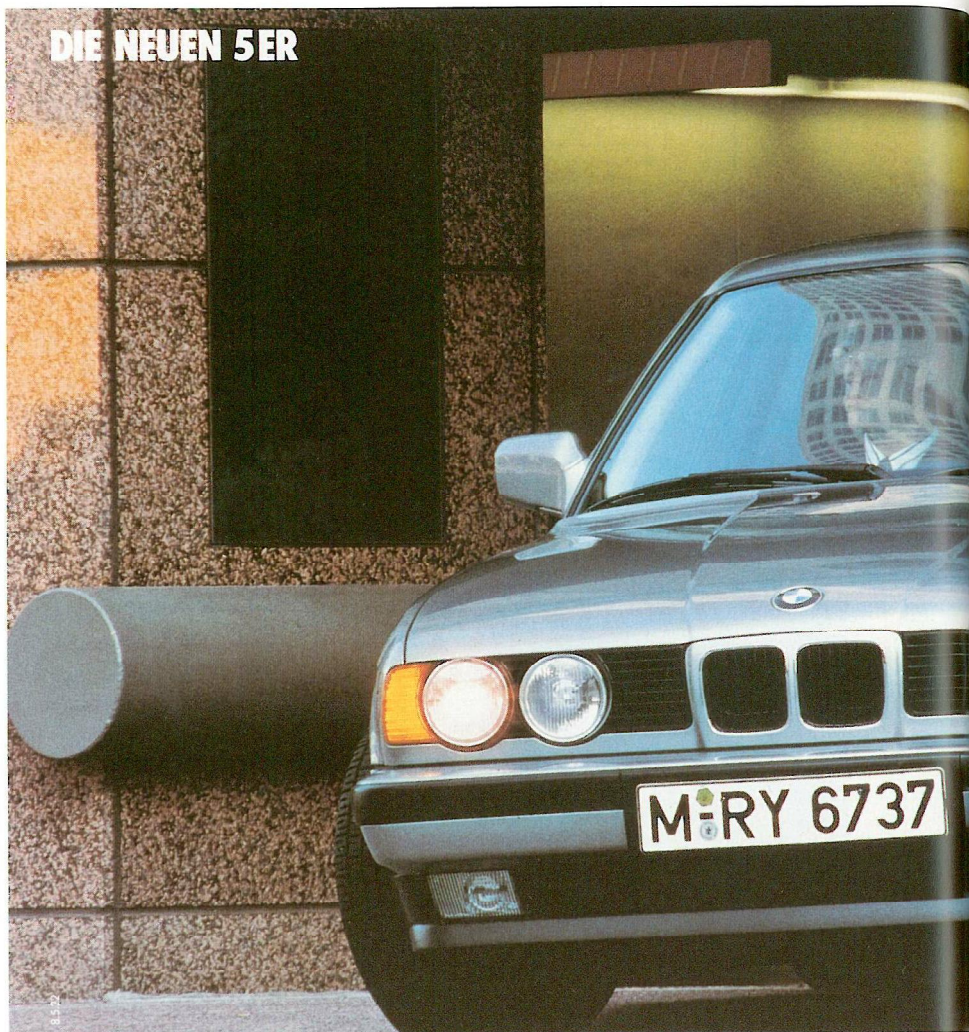
Fahrdynamik in neuer Qualität. Das
Fahrverhalten begeistert für vor-
Geräuschauslast: geringe Lastwechsel-
reaktion, ausgeglichene Lenk-
und damit sehr gute Wertefahren-
schaffen, seitliche Standfestig-
Lenkpräzision und Seitenwindstabilität.
Kulturelle Dynamik und Beweglichkeit
in vollkommen neuer Dimension

- ein herausragender
Schritt in die
automobile Zukunft.
Die neuen Ser-
Kauf-Finanzierung
oder Leasing-
für BMW Händler ist
der richtige Partner.
www.bmw.de



Innenteil einer dreiseitigen Anzeige

DIE NEUEN 5ER



WIE MAN FÜR HARMONISCHE VERHANDLUNGEN

Die persönliche Kondition kann das wichtigste Kapital in schwierigen Verhandlungen sein.

Denn Aufmerksamkeit und schnelles Reaktionsvermögen sind im Geschäftsleben ebenso wichtig wie bei der aktiven Teilnahme am Straßenverkehr. Und oft steht beides

in einem direkten Zusammenhang.

Denn nur ein Automobil, das im Straßenverkehr die Kondition des Fahrers erhält, kann ihn auch in Bestform ans Ziel bringen.

Gerade dies ist einer der Hauptgründe für den großen Erfolg der neuen 5er von BMW. Sie bieten ihrem

Fahrer alles, was er benötigt, um souverän und entspannt zu fahren. Die Bedienungselemente der neuen 5er sind nach den aktuellsten Erkenntnissen der Ergonomieforschung gestaltet.

Die weitgehende Automatisierung von Nebenfunktionen wie z.B.

Phase 3 (Zweiseitige Anzeige)



SORGT.

der Regelung der Innenraumtemperatur und der sinnvolle Einsatz elektronischer Kontrollsysteme wirken erleichternd für den Fahrer. Er findet so die Möglichkeit, sich vollkommen auf das Fahren selbst zu konzentrieren: in den neuen 5ern ein besonderes Vergnügen. Die Beweglichkeit

überrascht in dieser Klasse. Hohe Fahrwerks- und Leistungsreserven schaffen ein beruhigendes Wissen um das jederzeit abrufbare Sicherheitspotential.

Und da diese Form der Fahraktivität in Automobilen erlebt wird, die zu den leistungsfähigsten ihrer Klasse zählen, erreicht man ausgeruht sein Ziel. So angenehm kann es sein,

schon im Vorfeld für harmonische Verhandlungen zu sorgen.

Die neuen 5er. Kauf, Finanzierung oder Leasing – Ihr BMW Händler ist der richtige Partner.

BMW in Brix • 20900 •



**Freude
am
Fahren**

KATEGORIE GEBRAUCHSGÜTER

Phase 3

DIE 5ER-SERIE



EINE FORTSCHRITTLICHE EINSTELLUNG ZEIGT SICH SOFORT.

Wer den Fortschritt für sich annehmen will, braucht zweifellos seine Lebensqualität. Und gerade beim Automobil ist diese Einstellung von besonderem Wert.

Ein BMW der 5er Reihe überträgt wie kaum ein anderes Automobil durch die Vorzüge modernster Technik, die es kompetent darauf abzielt, Sie bestmöglich zu erfüllen.

Das bewährte Cockpit im Innenraum, gesteuert nach den modernsten Erkenntnissen der ergonomischen Forschung, gewährleistet Ihre vorzügliche Bedienungsfreundlichkeit.

Aktive Systeme, wie z.B. die elektronische Motorbremse oder die Check Control, übernehmen einzelne Aufgaben ab.

Schon dadurch können Sie Ihre ganze Aufmerksamkeit auf den Straßenverkehr und das Fahren selbst lenken. Was Ihnen eine weitere lazierende Seite des Fortschritts nahebringt.

Fast spielerisch lässt sich die 5er bewegen. Die Handlichkeit ist für Limousinen dieser Klasse unübertroffen.

Zunächst die ausgesprochen durchgehenden und dreifachdrehenden 6-Zylinder höchsten Ansprüche an Fahrdynamik und Akustik genügt, was Sie in einem BMW der 5er Reihe eine unvergleichliche Freude am Fahren. Galt es einen angenehmen Anlauf, sich zum Fortschritt zu bekennen?

Die BMW 5er. Kauf, Finanzierung oder Leasing. Ihr BMW Händler ist der richtige Partner.

Freude am Fahren

Zweiseitige Anzeige

DIE 5ER-SERIE



WIE MAN EINE ZUKUNTSORIENTIERTE ENTSCHEIDUNG TRIFFT.

Eine Entscheidung, die langfristig gut sein soll, muss sich an richtungweisenden Entwicklungen orientieren. Das gilt in besonderem Maße auch für Automobile. Denn fortschrittliche Technologie ist hier das wichtigste Entscheidungskriterium.

Wie sich für einen BMW der 5er Reihe entscheidet, kann sicher sein, geschult zu sein und im Comfort bester zu fahren.

Ein 5er ist mit seiner fortschrittlichen Technik der ideale Geschäftswagen für viele mit seinen vielfältigen Ausstattungsvarianten. 6-Zylinder-Motoren, die einen hohen Leistungsgrad bei niedrigen Drehmomenten erreichen, ermöglichen ein sparsames Fahren. Ein vorzüglich niedriger Innenraumverbrauch und eine einstellbare

Fahrerposition erhalten die Kondition auf langen Strecken.

Zu den besonderen Qualitäten eines BMW 5er gehört aber auch, dass er unsere Anforderungen perfekt erfüllt. Sein sparsames Fahrverhalten z.B. spricht sich ungefragt mit dem Umwelt

das großzügige Raumangebot sowie der Kofferraum mit der riesigen Ladekapazität machen einen 5er zu einem ausgesprochen familienfreundlichen Automobil.

Die Entscheidung für einen 5er ist also in jedem Fall die richtige. Und eine zukunftsorientierte dazu, weil fortgeschrittene Technologie und die BMW

typischen Qualitäten für dauerhafte Freude sorgen. Die BMW 5er. Kauf, Finanzierung oder Leasing. Ihr BMW Händler ist der richtige Partner.

Freude am Fahren

Zweiseitige Anzeige

B M W (G O L D - E F F I E)

DIE NEUEN 5ER



WIE MAN SICH EINEN DEUTLICHEN VORSPRUNG

Wer in jeder Hinsicht Spitzenleistungen sucht, wird sich auch für das entsprechende Automobil entscheiden: den neuen 5er von BMW. Die Technik der Spitzenklasse ermöglicht es dem 5er-Fahrer, das Fahren selbst in einer ganz neuen Qualität zu erleben. Ihm sei schnell ein größtmöglicher Handlungsraum durch die Entlastung von Routineaufgaben, die an zuverlässige Systeme delegiert werden. Wie z.B. die Überwachung der Funktionsicherheit. Die ab 320 km/h

misst Onco Control eventuelle eventuelle auftretende Unregelmäßigkeiten mit höchster Präzision. Nach Priorisierung, erscheinen die Informationen im Display im primären Sichtfeld des Fahren. Übergeschwindigkeit kann der Fahrer sich der besonderen Agilität

SICHERT.

Der neue 5er von BMW. Die hervorragende Handlichkeit resultiert sowohl aus der perfekten Abstimmung der ausgeklügelten Fahrwerkskonstruktion als auch aus der hohen Torsions- und Biegeelastizität der Karosserie. Fahrten werden somit die vorbildliche Laufkultur und

spontane Durchschlagskraft des Triebwerks. Ein Reihen-6-Zylinder, der keine Wünsche offen lässt. Ein BMW, also wie er im Grunde steht – und ein Auto, das forsch und verlässlich für lange Zeit neuer Maßstab in seiner Klasse sein wird. In der Fülle der großen Annehmlichkeiten mit 17.900. Erleben Sie auf einer Probefahrt,

wie faszinierend es ist, sich einen deutschen Vorsprung zu sichern. Der neue 5er. Nahe, Finanzierung oder Leasing – Ihr BMW Händler ist der richtige Partner. www.bmw.de

Freude am fahren

Zweiseitige Anzeige