



BMW Motorrad nach zehn Monaten mit neuer Bestmarke. Weltweit wurden 109.052 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert.

BMW Motorrad nach zehn Monaten mit neuer Bestmarke. Weltweit wurden 109.052 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Nach zehn Monaten liegt der Absatz von BMW Motorrad 7,4% über Vorjahr. Per Oktober wurden 109.052 Motorräder und Maxi-Scooter ausgeliefert (Vj.: 101.530 Eh). Im Monat stiegen die Verkäufe um 5,5% auf einen neuen Oktober-Rekord von 8.835 Fahrzeugen (Vj.: 8.376 Eh). Heiner Faust, Leiter Vertrieb und Marketing BMW Motorrad: "Wir haben unsere Auslieferungen seit Jahresbeginn um 7,4% auf über 109.000 Motorräder und Maxi-Scooter gesteigert. Im Oktober haben wir mit 8.835 Einheiten und einem Plus von 5,5% ebenfalls einen neuen Höchstwert erreicht. Die Nachfrage nach unseren Fahrzeugen entwickelt sich weltweit sehr positiv. Damit liegen wir auf Kurs für das Gesamtjahr 2014 den vierten Absatzrekord in Folge zu erzielen." Vor wenigen Wochen hat BMW Motorrad auf der internationalen Motorradmesse INTERMOT in Köln mit der R 1200 R, der R 1200 RS und der S 1000 RR drei hochinnovative Fahrzeuge präsentiert. Auf der EICMA in Mailand standen vor wenigen Tagen zwei weitere Neuheiten im Mittelpunkt des Publikumsinteresses: Die neue S 1000 XR und F 800 R. Mit der S 1000 XR erweitert BMW Motorrad sein Produktportfolio um einen echten Allrounder im Segment Adventure Sport. Das vierte Mitglied innerhalb der Familie leistungsstarker, sportlich orientierter BMW Motorräder mit Vierzylinder-Reihenmotor verbindet dynamische Touringqualitäten, sportliche Performance, hohen Komfort und souveräne Alltagstauglichkeit. Ebenso interessiert waren die über 600.000 Messebesucher an der neuen BMW F 800 R. Der sportliche Roadster mit flüssigkeitsgekühltem Zweizylindermotor wartet mit verbesserten Allroundqualitäten und neuem Design auf. Renate Heim, Kommunikation BMW Motorrad
Telefon: +49 89 382-21615 Fax: +49 89 382-23927 Markus Sageman, Leiter Produkt- und Lifestyle Kommunikation MINI, BMW Motorrad
Telefon: +49 89 382-68796 Fax: +49 89 382-23927 Internet: www.press.bmw.de E-mail: presse@bmw.de Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagstätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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. www.bmwgroup.com Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup> Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup> YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview> Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com> 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

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.