



## Erlebnis Automobilabholung: Neuer Rekord in 2014

Erlebnis Automobilabholung: Neuer Rekord in 2014  
BMW Welt - Innenansicht Premiere (03/2011)  
Mehr Kunden denn je nehmen ihren neuen BMW persönlich in der BMW Welt in Empfang  
Die BMW Welt ist seit Eröffnung im Jahr 2007 ein Magnet für Münchner, Touristen und Fans der Marken der BMW Group. Sie ist ein Erlebniszentrum, angesagte Veranstaltungslocation und mittlerweile auch ein Gourmettempel. Aber nicht nur: Die BMW Welt ist ein beliebter Auslieferungsort für neue BMW Fahrzeuge. Jahr für Jahr holen immer mehr Kunden aus aller Welt ihren neuen BMW in München ab. Im Jahr 2014 begrüßte die BMW Welt rund 22.500 Automobilabholer und verzeichnet damit einen neuen Rekord. Auch die Abholung der neuen Elektrofahrzeuge lief dieses Jahr erfolgreich an: In 2014 wurden 31 BMW i3 und 35 BMW i8 von ihren Käufern in der BMW Welt in Empfang genommen.  
"Jeder BMW Kunde erhält beim Kauf eines Neufahrzeugs die Möglichkeit, seinen Wagen im Herzen der Marke, in der BMW Welt abzuholen. Viele, oft weit angereiste BMW Kunden und Fans nutzen diese Möglichkeit und erleben einen unvergesslichen Tag", so Helmut Käs, Leiter der BMW Welt. "Der Erfolg zeigt, dass wir den Kunden genau das bieten, was sie sich wünschen - ein einmaliges Erlebnis und ein individuelles Programm für jeden Kunden."  
Von München auf Europatour  
Die Kunden nehmen oft eine lange Anreise auf sich. Etwa 90 Prozent der Abholer kommen aus ganz Deutschland. Viele von ihnen kommen mit ihren Familien und fahren aus der BMW Welt mit ihrem neuen BMW direkt in den Urlaub nach Italien oder Österreich, bevor es dann wieder in die Heimat geht. Fast jeder zehnte Abholer nimmt die Anreise aus den USA und Kanada über den Atlantik auf sich. Wie zum Beispiel eine Gruppe von Kanadiern, die im Juni dieses Jahres von München aus in ihren BMW M3 Limousinen und BMW M4 Coupés zu einer Europareise aufbrach. Nach Abschluss der Reise wurden die Fahrzeuge zu den Kunden nach Übersee verschifft.  
Flotten, Sportler und Prominenz  
Die BMW Welt ist auch eine beliebte Plattform für die Abholung von Flottenfahrzeugen. Die Firma Saarstedt hat im März 2014 66 Fahrzeuge für ihre Firmenflotte abgeholt. Das Landesamt für zentrale Polizeidienste NRW nahm im Oktober 2014 drei BMW 7er High Security in Empfang.  
Auch der BMW i3 wird häufig als Fuhrparkfahrzeug ausgeliefert. So holte Ilse Aigner, Bayerische Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, einen BMW i3 für ihr Ministerium ab.  
Bei der weltweit ersten Auslieferung eines BMW i8, die im Juni 2014 feierlich in der BMW Welt begangen und von Thomas Gottschalk moderiert wurde, war die Liste der Prominenten lang.  
Auch Sportler tauchen gerne in das BMW Markenerlebnis ein. Die Übergabe von mehreren Fahrzeugen an den Deutschen Eishockeybund fand im Januar 2014 statt. Und auch der schnellste Mann der Welt, Usain Bolt, ließ sich auf der Premiere der BMW Welt mit dem BMW M3 ablichten.  
Ihren Erstauftritt feierten in diesem Jahr auf der Abholungsfläche der BMW Welt: BMW 2er Active Tourer, BMW 4er Cabrio und Gran Coupé, BMW X6 und BMW X4 sowie die beiden BMW i Modelle.  
Die Automobilabholung in der BMW Welt - ein unvergessliches Erlebnis  
Die Kunden erhalten ein individuell abgestimmtes Tagesprogramm mit persönlicher Betreuung: Je nach Wunsch werden die Abholer in der exklusiven Premium Lounge empfangen, erhalten eine Führung durch das Stammwerk und die BMW Welt oder besuchen das BMW Museum. Den emotionalen Höhepunkt des Aufenthalts bildet dann die Automobilübergabe: Nach einer individuellen anderthalbstündigen Einführung in das Fahrzeug durch einen Spezialisten nimmt der Kunde den Fahrzeugschlüssel entgegen und unternimmt mit seinem Neuwagen die Jungfernfahrt im Auslieferungsbereich der BMW Welt. Täglich finden zwischen 80 und 120, in Spitzenzeiten bis zu 160 Abholungen in der BMW Welt statt.  
Die BMW Welt überrascht ihre Kunden dabei immer wieder: Der 100.000ste Abholer durfte sich im vergangenen Jahr über ein DTM-Wochenende freuen. Die Besitzer der ersten fünf in der BMW Welt abgeholten neuen BMW 2er Active Tourer erhielten gerahmte Design-Skizzen.  
Weitere Informationen unter: [www.bmw-welt.com](http://www.bmw-welt.com)  
Bitte wenden Sie sich für weiteres Informations- und Bildmaterial an: [LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH](mailto:LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH)  
Im Auftrag der BMW Welt  
Stefanie Fredrich  
Phone: +49-89-720187-10  
mailto: [bmw-welt@ihk.de](mailto:bmw-welt@ihk.de)  
BMW Group Unternehmenskommunikation  
Daria Gotto-Nikitina  
Pressesprecherin BMW Welt  
Phone: +49-89-382-60340  
mailto: [daria.gotto-nikitina@bmw.de](mailto:daria.gotto-nikitina@bmw.de)  
Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)  
BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.  
Mit 2,9 Millionen Besuchern in 2013 ist die BMW Welt in München die beliebteste Sehenswürdigkeit Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten etabliert. Die BMW Welt mit ihrer wegweisenden Architektur ist das Herz aller Marken der BMW Group - BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung des Neufahrzeugs sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie Gaumenfreuden in mehreren Restaurants. Egal ob Jazz-Konzert, Clubbing, Filmpremiere, Gala-Event oder Podiumsdiskussion - die BMW Welt bietet innovativen Veranstaltungen eine ideale Plattform. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus der BMW Welt spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Mobilität und Nachhaltigkeit. Eine neue iPhone App mit iBeacon-Technologie bringt den Besuchern der BMW Welt zusätzliches Informations-, Audio- und Videomaterial auf ihre Smartphones.  
Die BMW Group  
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 30 Produktions- und Montagestätten 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](http://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

## 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.