



## BMW Motorrad Flagship Store eröffnet in Kapstadt

BMW Motorrad Flagship Store eröffnet in Kapstadt  
Erster Store im MAKE LIFE A RIDE Markenkonzept als Vorreiter für zukünftige BMW Motorrad Flagship Stores in der ganzen Welt. Erster Store der neuen BMW Motorrad Kampagne zur Markenpositionierung. Drei Millionen Euro Investitionsvolumen inklusive eines neuen Premium Lifestyle und Retail Centers. Seit mehr als 90 Jahren stellt BMW Motorrad innovative Produkte her, die Einsteigern und erfahrenen Motorradfahrern gleichermaßen Freude am Fahren vermitteln. Am 26. November 2014 hat BMW Motorrad, die Motorradsparte der BMW Group, in Kapstadt einen neuen BMW Motorrad Concept Store eröffnet und damit gleichzeitig die neue Kampagne zur Markenpositionierung von BMW Motorrad, "MAKE LIFE A RIDE", gestartet. Als Teil des Future Retail Programms der BMW Group bietet der neue BMW Motorrad Concept Store ein 360-Grad-Lifestyle- und Premium-Erlebnis für Motorradkunden und -enthusiasten. Drei Millionen Euro wurden in "Donford Motorrad Cape Town" investiert. Der Store umfasst ein Lifestyle Center inklusive Café und Bekleidungsshop, Motorrad-Verkaufsflächen sowie einen Service- und Individualisierung-Bereich für Motorräder. Der Store in Kapstadt ist der Vorreiter für zukünftige BMW Motorrad Flagship Stores in der ganzen Welt. Mit der Eröffnung dieses neuen Konzeptstores streben wir ein einheitliches Premium-Verkaufserlebnis bei allen Kundenkontakten an. Wir schaffen für unsere Kunden neue und inspirierende Gelegenheiten, unsere Produkte und unsere Marke zu erleben. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, in der Motorrad-Industrie neue Maßstäbe beim Verkaufserlebnis zu setzen", sagte Stephan Schaller, Präsident BMW Motorrad, bei der Eröffnung. "Die Art und Weise, wie Kunden sich informieren und mit uns in Kontakt treten, ändert sich. Diese Veränderungen sind eine Herausforderung. Wir müssen jederzeit kompromisslos aus der Kundenperspektive denken und handeln", so Schaller weiter. Mit der Eröffnung des neuen Konzeptstores in Kapstadt wurde auch die neuen BMW Motorrad Markenpositionierungs-Kampagne gestartet, die unter dem Titel "MAKE LIFE A RIDE" steht und alle Markenwerte von BMW Motorrad herausstellt. Das Ziel ist die Illustration einer optimistischeren und aktiveren Einstellung zum Leben und zum Motorrad fahren. Eine Einstellung, die geprägt ist von Optimismus, Selbstvertrauen und Verantwortungsbewusstsein. Mit dem neuen Markenversprechen MAKE LIFE A RIDE macht BMW Motorrad das Motorradfahren zum Lebensgefühl. Wir möchten, dass bestehende und potenzielle Kunden auf neue Wege vorstoßen und durch das Motorrad fahren persönliches Glück erleben", sagte Heiner Faust, Leiter Vertrieb und Marketing BMW Motorrad. Heiner Faust kündigte zudem an, dass Motorrad-Enthusiasten sich mit den neuen BMW Motorrädern, die 2015 weltweit auf den Markt kommen, auf ein noch besseres Motorrad-Erlebnis freuen dürfen: "Erst vor wenigen Tagen hat BMW Motorrad bei der INTERMOT Motorrad-Show in Köln drei überaus innovative Produkte präsentiert: die R 1200 R, die R 1200 RS und die S 1000 RR. Kurz darauf standen bei der EICMA in Mailand zwei weitere neue Motorräder im Zentrum der Aufmerksamkeit: die neue S 1000 XR und die F 800 R." Mit der S 1000 XR erweitert BMW Motorrad sein Produkt-Portfolio um einen echten Allrounder im Adventure-Sport-Segment. Das vierte Mitglied in der Familie der leistungsstarken und sportlichen BMW Motorräder mit Vier-Zylinder-Reihenmotor vereint die Qualitäten eines dynamischen Tourers mit einem sportlichen Auftritt, hohem Komfort und einer herausragenden Gesamtperformance im Alltagsgebrauch. Unterdessen hat die sportliche neue BMW F 800 R einen wassergekühlten Zweizylinder-Motor und überzeugt mit noch besserer Allroundtauglichkeit und einem neuen Design. Die Eröffnung des Flagship Konzeptstores unterstreicht das Wachstum und die vergrößerten Marktanteile von BMW Motorrad. BMW Motorrad hat seine starke Position im Premium-Segment weltweit verteidigt und sowohl im dritten Quartal als auch im Zehnmonatszeitraum die besten Verkaufszahlen der Unternehmensgeschichte erreicht. Stand Oktober 2014 wurden weltweit 109.052 Einheiten - so viele wie nie zuvor - an Kunden ausgeliefert. Dies entspricht einer Steigerung von 7,4 % gegenüber dem Vorjahr (101.530 Einheiten). Für weitere Informationen besuchen Sie bitte: [www.bmw-motorrad.com](http://www.bmw-motorrad.com) Bei Fragen zu dieser Presse-Information wenden Sie sich bitte an: Tim Diehl-Thiele, Head of Motorcycle Communications Corporate and Governmental Affairs Division BMW AG. Tel.: +49 89 382 57505 Mobil: +49 151 601 57505 Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de) E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de) 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 29 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> Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an: BMW Group Tim Diehl-Thiele Tel.: +49-89-382-57505 E-Mail Adresse: [tim.diehl-thiele@bmw.de](mailto:tim.diehl-thiele@bmw.de) 

## 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.