



Eine Million mal Freude am Fahren: Am südafrikanischen Produktionsstandort Rosslyn lief die ein millionste BMW 3er Limousine vom Band.

Eine Million mal Freude am Fahren: Am südafrikanischen Produktionsstandort Rosslyn lief die ein millionste BMW 3er Limousine vom Band. Das Werk Rosslyn war 1973 der erste Auslandsstandort der BMW Group und ist bis heute elementarer Bestandteil im weltweiten Produktionsverbund. 2014 produzierten die rund 2.900 Mitarbeiter des Werks 68.771 BMW 3er Limousinen für den lokalen Markt sowie für den Export. München/Rosslyn. Im südafrikanischen BMW Group Werk Rosslyn, Pretoria, lief heute das ein millionste Fahrzeug, eine BMW 3er Limousine, vom Montageband. Gefeierte wurde das Fertigungsjubiläum anlässlich eines Besuchs des Produktionsvorstands der BMW AG, Harald Krüger. "Globalisierung ist seit mehr als vier Jahrzehnten ein wichtiger Teil unserer Unternehmensstrategie. Als erstes Auslandswerk der heutigen BMW Group ist Rosslyn seit 1973 ein elementarer Bestandteil unseres weltweiten Fertigungsverbunds mit nunmehr 30 Standorten in 14 Ländern. Bis heute ist der südafrikanische Produktionsstandort ein anschauliches Beispiel für die erfolgreiche Markterschließung durch die Produktion vor Ort", sagte Krüger anlässlich der Feierlichkeiten. Auch international sind BMW Automobile aus südafrikanischer Fertigung erfolgreich. Bereits zu Beginn seiner Gründung im Jahr 1973 - lange vor der Internationalisierung der Automobilindustrie - hat BMW Südafrika Fahrzeuge exportiert. 2014 stieg der Export von BMW 3er Limousinen aus dem BMW Group Werk Rosslyn um über 17%. Dies festigte die Position von BMW Südafrika als führendem Exporteur des Landes für Premiumfahrzeuge. BMW Südafrika beschäftigt direkt und indirekt über 43.000 Menschen. Dazu zählen neben über 3.700 eigenen Mitarbeitern im Werk sowie im Vertrieb und Marketing, mehr als 3.700 Angestellte in Händlerbetrieben sowie über 36.000 Mitarbeiter von Lieferanten. 2014 fertigten die mehr als 2.900 Mitarbeiter des BMW Group Werks Rosslyn 68.771 BMW 3er Limousinen für den lokalen Markt und für den Export. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Andreas Klugescheid, Leiter Kommunikation Produktionsnetzwerk. Telefon: +49 89 382-54459. andreas.klugescheid@bmw.de. Internet: www.press.bmw.de. E-mail: 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 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 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. Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an: BMW Group, Andreas Klugescheid. Tel.: +49-89-382-54459. Fax: +49-89-382-25454. E-Mail Adresse: andreas.klugescheid@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.