



Elektrofahrzeug für Max Schön. Unternehmer übernimmt einen BMW i3.

Elektrofahrzeug für Max Schön. Unternehmer übernimmt einen BMW i3.

Max Schön, Unternehmer, Vordenker und überzeugter Verfechter der Idee einer nachhaltigen Wirtschafts- und Sozialordnung hat seinen neuen BMW i3 in der BMW Niederlassung Hamburg in Empfang genommen. Erik Santer, Leiter Niederlassungsverbund Nord überreichte ihm den Schlüssel.
"Der BMW i3 passt perfekt zu meiner Vorstellung, einer nachhaltigen Entwicklung, welche die Bedürfnisse unserer heutigen als auch die der zukünftigen Generationen berücksichtigt und sich an den begrenzten Ressourcen unserer Ökosysteme orientiert. Der BMW i3 ist ein ideales Beispiel im Bereich Mobilität, wie jeder einzelne seinen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten kann" sagte Max Schön, Präsident der Deutschen Gesellschaft des CLUB OF ROME und Mitglied im Rat für Nachhaltige Entwicklung der Bundesregierung.
Erik Santer, freute sich, "dass Max Schön jetzt auch einen BMW i3 fährt - ein Elektroauto, das von Grund auf neu konzipiert wurde, um die urbane Mobilität zu verändern."
Über BMW i
Die Marke BMW i steht für visionäre Fahrzeuge und Mobilitätsdienstleistungen, progressives Design sowie für ein neues Verständnis von Premium, das sich stark über Nachhaltigkeit definiert. Mit BMW i verfolgt die BMW Group einen ganzheitlichen Ansatz: Mit maßgeschneiderten Fahrzeugkonzepten, einem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit über die gesamte Wertschöpfungskette und einer Reihe von ergänzenden Mobilitätsdienstleistungen das Verständnis von individueller Mobilität neu zu definieren.
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 belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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
Bernhard Ederer
Tel.: +49-89-382-28556
Fax: +49-89-382-20626
E-Mail Adresse: bernhard.ederer@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.