



BMW Group übernimmt chinesischen Leasing-Anbieter Herald International Financial Leasing Co., Ltd.

BMW Group übernimmt chinesischen Leasing-Anbieter Herald International Financial Leasing Co., Ltd. Die BMW Group stärkt ihre Position auf dem wachsenden chinesischen Automobilmarkt und übernimmt mit Herald International Financial Leasing Co., Ltd. (Herald Leasing) einen der führenden Leasing-Anbieter des Landes. Mit diesem Schritt stellt sich das Unternehmen auf eine steigende Bedeutung des noch jungen Leasing-Geschäfts im größten Fahrzeugmarkt der Welt ein und schafft die Grundlage für weiteres Wachstum. Dazu hat sich die BMW Group mit dem Investor PAG Asia Capital über den Kauf von 100 Prozent der Anteile an Herald Leasing geeinigt. Zu vertraglichen Details wurde Stillschweigen vereinbart. "Wir sind von dem mittel- und langfristigen Potenzial des chinesischen Automarkts überzeugt und bereiten uns auf die nächsten Wachstumsschritte vor", sagte Erich Ebner von Eschenbach, Leiter BMW Group Financial Services. "Dabei werden neue Geschäftsfelder wie Leasing und Flottenmanagement mehr und mehr an Bedeutung gewinnen." Eine Stärke von Herald Leasing ist die breite geographische Aufstellung in China, die notwendig ist, um die zukünftigen Geschäftspotenziale vollständig auszuschöpfen. Denn für ein flächendeckendes Leasing-Angebot müssen Unternehmen in China neben einer nationalen Leasing-Lizenz auch jeweilige lokale Geschäftslizenzen vorweisen können. Herald Leasing bietet bereits in 58 chinesischen Städten Leasing-Geschäfte an. Mit dieser umfassenden Präsenz gehört Herald Leasing zu den größten Leasing-Anbietern in China. Das im Jahr 2009 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 250 Mitarbeiter und verzeichnete im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von 208 Millionen RMB. Mit dem Erwerb von Herald Leasing ergänzt BMW Financial Services sein lokales Kreditfinanzierungsangebot um das Leasing-Geschäft. Für die BMW Group ist China der weltweit größte Einzelmarkt. Als führender Hersteller von Premiumfahrzeugen hat das Unternehmen dort in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 rund 343.000 Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce an Kunden ausgeliefert. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: BMW Group Unternehmenskommunikation Max-Morten Borgmann Wirtschafts- und Finanzkommunikation Telefon: +49 89 382-24118 Fax: +49 89 382-24418 max-morten.borgmann@bmw.de Nikolai Glies Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation Telefon: +49 89 382-24544 Fax: +49 89 382-24418 nikolai.glies@bmwgroup.com 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 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 Max-Morten Borgmann Tel.: +49-89-382-24118 E-Mail Adresse: max-morten.borgmann@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.