




BMW Motorrad ruft 'BMW Helm Sport' zurück. Es besteht kein Sicherheitsrisiko.

BMW Motorrad ruft "BMW Helm Sport" zurück. Es besteht kein Sicherheitsrisiko. BMW Motorrad ruft den Motorradhelm Modell "BMW Helm Sport" zurück. Die Besitzer werden gebeten, ihren Helm beim autorisierten BMW Motorrad Händler zurück zu geben. Unabhängig vom Alter des Helmes kann ein betreffender Helm gegen einen anderen BMW Motorrad Helm oder ein gleichwertiges BMW Motorrad Produkt eingetauscht werden. Die betreffenden Helme sind anhand der achtstelligen Nummer zu identifizieren, die sich auf dem Helmetikett am Kinnriemen befindet. Es sind nur Helme mit der Prüfnummer 059241/P betroffen. Für die Nutzer des Helmes besteht kein Sicherheitsrisiko. Die Helme des Modells "BMW Helm Sport" entsprechen zum Teil nicht den Typprüfanforderungen nach der europäischen Norm UNECE R 22.05. BMW Motorrad hat sich deshalb entschlossen, diese Helme vom Markt zu nehmen. Alle anderen BMW Motorradhelme (z.B. "Systemhelm", "Race" oder "Enduro") sind von der Aktion nicht betroffen. Pressematerial zu den BMW Motorrädern sowie der BMW Motorrad Fahrerausstattung finden Sie im BMW Group PressClub unter www.press.bmwgroup.com. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Rudi Probst, Kommunikation Motorrad. Telefon: +49 89 382-22088. Fax: +49 89-382-23927. Markus Sagemann, Leiter Kommunikation MINI und BMW Motorrad. Telefon: +49 89 382-68796. Fax: +49 89 382-23927. Internet: www.press.bmw.de. E-mail: presse@bmw.de. 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 Montagstätten 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. 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. Rudolf-Andreas Probst. Tel.: +49-89-382-22088. Fax: +49-89-382-20626. E-Mail Adresse: rudolf-andreas.probst@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.