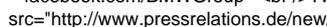




Absatz von BMW Motorrad im Monat August auf Rekordhoch. Serienmäßiger BMW Motorrad Elektro-Scooter feiert Weltpremiere auf der IAA in Frankfurt.

Absatz von BMW Motorrad im Monat August auf Rekordhoch. Serienmäßiger BMW Motorrad Elektro-Scooter feiert Weltpremiere auf der IAA in Frankfurt. München. Mit 7.708 Auslieferungen erzielte BMW Motorrad im August 2013 erneut ein hervorragendes Absatzergebnis. Gegenüber dem Rekordmonat August 2012 (Vj.: 7.400 Eh) wurden nochmals 4,2 % mehr Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden ausgeliefert. Per August erreichten die weltweiten Verkäufe mit 83.890 abgesetzten Einheiten und einem Zuwachs von 9,3 % ebenfalls ein neues Allzeithoch (Vj.: 76.729 Eh). Heiner Faust, Leiter Vertrieb und Marketing BMW Motorrad: "Vor dem Hintergrund der vor allen auf den europäischen Märkten herausfordernden Rahmenbedingungen haben wir im August einen Rekordabsatz erzielt. Er baut auf der anhaltend guten Nachfrage nach unseren Motorrädern und Maxi-Scootern auf. Allen voran steht der fulminante Erfolg der neuen R 1200 GS. Noch nie haben wir von einem neuen Modell im ersten Verkaufshalbjahr so viele Fahrzeuge verkaufen können. 19.083 neue R 1200 GS haben wir seit der Markteinführung im März 2013 weltweit ausgeliefert. Das gibt uns Schwung für die kommenden Monate, um für das Gesamtjahr einen neuen Höchstwert zu erzielen. Unsere Modelloffensive läuft indes unvermindert weiter. Nicht weniger als fünf neue Modelle werden wir in den kommenden Monaten der Öffentlichkeit präsentieren. Bereits ab 10. September 2013 feiert die Serienversion des ersten BMW Elektro-Scooters auf der Automobilmesse IAA in Frankfurt seine Weltpremiere. BMW Motorrad schlägt damit ein neues Kapitel im Bereich der "Urban Mobility" auf. Der BMW Elektro-Scooter kombiniert Fahrspaß und Dynamik mit den Vorteilen eines Zero-Emission-Fahrzeugs zu einem neuartigen Fahrerlebnis auf zwei Rädern. Als Teil der BMW Group nutzen wir Synergieeffekte zu BMWi. Unter anderem verwenden wir Speichermodule und elektronische Komponenten, wie sie auch im neuen BMW i3 eingesetzt werden." Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Rudolf-Andreas Probst, Kommunikation BMW Motorrad
Telefon: +49 89 382-22088, Fax: +49 89 382-23927
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 einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2011 belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indices. www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>


Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

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.