BMW Motorrad startet mit einem starken Absatz in das neue Jahr. Absatzsteigerung von 12,9% gegenüber Vorjahr.

BMW Motorrad startet mit einem starken Absatz in das neue Jahr. Absatzsteigerung von 12,9% gegenüber Vorjahr.

München. Nach dem dritten Rekordjahr in Folge im Jahr 2013 startet BMW Motorrad mit einem deutlichen Absatzplus in das neue Jahr. Mit 5.438 (Vj.: 4.818) Einheiten wurden im Januar 2014 weltweit 12,9% mehr Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden ausgeliefert als im Vorjahr.
Heiner Faust, Leiter Vertrieb und Marketing BMW Motorrad: "Nach dem Rekordjahr 2013 hat das neue Jahr für BMW Motorrad sehr erfolgreich begonnen. Mit einem Plus von 12,9% gegenüber dem Vorjahr war dies der absatzstärkste Januar der Unternehmensgeschichte."
Faust sagte weiter: "Wir sind in den meisten Märkten stark in das neue Jahr gestartet. Insbesondere in den USA sowie den asiatischen Märkten konnten wir deutliche Zuwächse verzeichnen. Unsere Produktneuheiten treffen weltweit auf eine große Nachfrage."
Für das kommende Frühjahr startet BMW Motorrad neben der bestehenden Produktpalette mit sechs neuen Modellen in die Saison. Im Tourer-Segment sind dies die dynamische Neuauflage der R 1200 RT und die mit zahlreichen Extras ausgestattete K 1600 GTL Exclusive, sowie im Enduro-Segment die wassergekühlte R 1200 GS Adventure. Mit der R nineT und der S 1000 R kommen gleich zwei Neuheiten im Roadster-Segment hinzu. Darüber hinaus steigt BMW Motorrad mit dem BMW C evolution erstmals in die einspurige Elektromobilität ein.
"Angesichts dieses breiten Angebotes an Produktneuheiten und nach einem erfolgreichen Jahresstart, blicken wir zuversichtlich auf die kommende Motorradsaison", sagte Faust abschließend.

Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Renate Heim
Tel.: +49-89-382-21615
E-Mail Adresse: renate.heim@bmw.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=556763" width="1" height="1">

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.