



Medien-Information

13. März 2015

**BMW bietet in Österreich für die BMW i Modelle mit dem „Customer Interaction Center“ (CIC) einen zusätzlichen innovativen Servicekanal an.**

Das CIC begleitet Kunden ab sofort beim vollständigen Prozess rund um den Kauf eines BMW i Modells - von der Erstinformation, der Vereinbarung einer Probefahrt bis zum Abschluss des Kaufvertrages als auch bei der Wahl der geeigneten Finanzierungsform.

**Salzburg.** BMW i steht für visionäre Fahrzeuge und Mobilitätsdienstleistungen, inspirierendes Design, sowie für ein neues Verständnis von Premium, das sich stark über Nachhaltigkeit definiert. Neue Vertriebswege sollen hier einen ebenso innovativen wie auch einfachen Zugang zum Produkt- und Dienstleistungsangebot von BMW i ermöglichen. Hierbei wird insbesondere den Kundenerwartungen hinsichtlich Flexibilität im Kaufprozess Rechnung getragen.

In Österreich wird ab März 2015 zusätzlich zu dem etablierten stationären Vertriebskanal der fünf BMW i Vertragshändler das „Customer Interaction Center“ (CIC) die zukünftigen BMW i Fahrer beim gesamten Kaufprozess unterstützen – angefangen bei der Terminvereinbarung für eine Probefahrt bis zum Abschluss eines Kauf- oder Finanzierungsvertrages für das neue BMW i Modell.

Das neue Serviceangebot ist unterstützend für die BMW i Vertragshändler konzipiert: Da nicht alle potenziellen Kunden einen BMW i Partner in ihrer näheren Umgebung finden, stellt das CIC als „Single-Point-of-Contact“ in solchen Fällen eine passende und bequeme Alternative da, auch diese Kunden optimal zu betreuen. Alle Vertriebskanäle sind vollständig miteinander vernetzt. Der Kunde kann so jederzeit den für ihn geeigneten Kanal wählen und flexibel zwischen ihnen wechseln.

Das Customer Interaction Center bietet dem Kunden persönliche und zielgerichtete Unterstützung sowie Informationen rund um alle BMW i Themen wie Mobilitätsleistungen und Nachhaltigkeit, Informationen zum Produkt, Anbietern von Grünstrom, den Services des Programms 360° ELECTRIC oder Finanzierungsangebote von BMW Financial Services. Natürlich bleibt der klassische Vertriebskanal über die BMW i Vertragshändler erhalten und spielt auch zukünftig eine entscheidende Rolle beim Fahrzeugverkauf.

	Medien-Information
Datum	13. März 2015
Thema	BMW bietet in Österreich für die BMW i Modelle mit dem „Customer Interaction Center“ (CIC) einen zusätzlichen innovativen Servicekanal an.
Seite	2

## **BMW i.**

BMW i steht für eine völlig neue Vision der urbanen Mobilität der Zukunft – eine Vision mit innovativen Fahrzeugen, die auch eine Reihe umfassender und maßgeschneiderter Mobilitätsdienstleistungen mit sich bringt, die unabhängig vom Fahrzeug genutzt werden können.

Der BMW i3 ist das konsequent nachhaltig gestaltete Fahrzeug für das urbane Umfeld: maßgeschneidert für emissionsfreien Elektroantrieb und intelligente Fortbewegung in der Stadt und beim Pendeln. Der BMW i8 ist der zeitgemäße Sportwagen mit hohem Alltagsnutzen. Er vereint die Performance eines Sportwagens (0 – 100 km/h in 4,4 Sekunden) mit dem Verbrauch eines Kleinwagens (2,5 Liter auf 100 km). Dank Plug-in-Hybridantrieb sind ein Großteil der täglichen Fahrten im emissionsfreien reinen Elektroantriebsmodus möglich (ca. 35 km elektrische Reichweite).

Über die Fahrzeuge hinaus steht BMW i für umfassende und maßgeschneiderte Mobilitätsdienstleistungen. Dem Fahrer eines BMW i stehen daher alle Produkte und Services des Programms 360° ELECTRIC zur Verfügung. Das ganzheitliche Konzept ist weltweit einzigartig und deckt sämtliche Bedürfnisse rund um das Fahren mit rein elektrischen sowie Plug-in-Hybrid-Fahrzeugen ab. Es umfasst die Bereiche Zuhause Aufladen, Unterwegs Aufladen, Mobilitätssicherung durch Angebote für flexible Mobilität und Assistance Services mit speziellen BMW ConnectedDrive Diensten für Smartphone und Navigation, Wartungs- und Reparaturservices sowie Unterstützung für den Pannenfall. Verbindendes Ziel aller Maßnahmen ist, den Nutzer schneller, zuverlässiger und komfortabler ans Ziel zu bringen.

Höchsten Komfort garantiert dabei die Nutzung des von BMW i initiierten Netzwerks ChargeNow. ChargeNow bietet seinen Kunden mit rund 18.000 Ladestationen das weltweit größte Netzwerk an Ladestationen an. Der Service bündelt in BMW i Märkten die größtmögliche Anzahl an Providern von Ladeinfrastruktur im öffentlichen Raum, so dass der Nutzer mit seiner ChargeNow Karte Zugang zu den Ladestationen verschiedener Anbieter hat, am Ende des Monats aber nur eine Gesamtabrechnung erhält – vergleichbar mit einem Handyvertrag. Darüber hinaus ist bis Ende 2015 das Laden für österreichische Kunden in Österreich kostenlos.

	Medien-Information
Datum	13. März 2015
Thema	BMW bietet in Österreich für die BMW i Modelle mit dem „Customer Interaction Center“ (CIC) einen zusätzlichen innovativen Servicekanal an.
Seite	3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Michael Ebner**  
**BMW Group**  
 Konzernkommunikation und Politik  
 Leiter Kommunikation Österreich

**BMW Austria GmbH**  
 Siegfried-Marcus-Strasse 24  
 5020 Salzburg  
 Tel. +43 662 8383 9100

**BMW Motoren GmbH**  
 Hinterbergerstrasse 2  
 4400 Steyr  
 Tel. +43 7252 888 2345  
 mail: [michael.ebner@bmwgroup.at](mailto:michael.ebner@bmwgroup.at)

#### **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 im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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](http://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>