

Medien-Information

14. Dezember 2015

**150.000stes Automobil in der BMW Welt ausgeliefert.**

US-Amerikanerin ist Jubiläumsabholer.

**München.** Am Freitag feierte die BMW Welt ein besonderes Jubiläum: die 150.000ste Automobilauslieferung seit der Eröffnung im Jahr 2007. Das Fahrzeug – ein BMW 328i xDrive Touring – wurde heute an seinen neuen Eigentümer übergeben. Shannon und Jared Lantzy reisten eigens für das Ereignis aus Silver Spring in den USA an. Im Rahmen der Abholung erhielt das US-amerikanische Ehepaar bei einer exklusiven Führung durch das BMW Werk und die BMW Welt spannende Einblicke in die BMW Group.

**Jubiläumsfahrzeug geht in die USA**

Mit der Automobilauslieferung wurde in der BMW Welt München das perfekte Kundenerlebnis rund um den Neufahrzeugkauf geschaffen. Käufer aus aller Welt schätzen dieses exklusive Angebot. So wurde auch das 150.000ste Fahrzeug an seine neuen Eigentümer Shannon und Jared Lantzy aus Silver Spring im amerikanischen Bundesstaat Maryland auf der Premierenfläche der BMW Welt übergeben. Dort erwartete sie bereits Oliver Rademacher, Leiter Besuchererlebnis, Fahrzeugauslieferung BMW Welt, sowie mehrere Mitarbeiter, die mit großen, hochgehaltenen Zahlen feierlich die Zahl „150.000“ formten. Die sichtlich gerührten Gäste aus den USA nahmen die Glückwünsche dankend entgegen. Oliver Rademacher freute sich, seinen Kunden einen unvergesslichen Moment bereitet zu haben: „In gerade einmal acht Jahren konnten wir 150.000 Fahrzeuge persönlich an ihre neuen Besitzer übergeben. Dies zeigt, dass wir mit der Automobilauslieferung ein außergewöhnliches Erlebnis für unsere Kunden aus aller Welt geschaffen haben. Die Abholung des neuen Automobils ist und bleibt ein einzigartiger Moment, den wir optimal inszenieren.“

Direkt im Anschluss erwartete die 35-jährige Beraterin und ihren Ehemann bei einer individuell gestalteten Führung durch das BMW Werk ein exklusiver Blick hinter die Kulissen der Automobilproduktion.

**Das Highlight Automobilabholung in der BMW Welt**

Die Automobilabholung ist eine der zentralen Funktionen der BMW Welt. Die Architektur wurde eigens darauf ausgerichtet, die erste Begegnung mit dem Fahrzeug auf der sogenannten Premiere als unvergessliches Erlebnis zu gestalten.

In diesem Jahr boten die Location und ihr individuelles Angebot bereits mehrmals den passenden Rahmen für die ein oder andere Jubiläumsübergabe: Im September nahm ein Fahrlehrer aus Bayern die zehnmillionste BMW 3er Limousine in Empfang; auch das erste Modell der neuen BMW 7er Luxuslimousine wurde Ende Oktober dieses Jahres in der BMW Welt feierlich seinem neuen Besitzer übergeben. Mit „Luxury 7“ wurde dafür eine besonders exklusive Abholvariante für die Zielgruppe entwickelt, bei der der Service und die Individualität im Mittelpunkt stehen.

In 2015 wurden erneut über 22.000 Fahrzeuge abgeholt, wobei auf der Premiere oberhalb der Ausstellungsfläche täglich zwischen 80 und 120, in Spitzenzeiten bis zu 160 Übergaben stattfinden können. Der krönende Abschluss der Abholung ist die Ausfahrt über die Premierenstraße direkt in den Münchner Straßenverkehr.

### **European Delivery lockt Kunden aus der ganzen Welt an**

Speziell für Kunden aus USA und Kanada konzipiert, erweitert das Package „European Delivery“ den Autokauf um die perfekt inszenierte Automobilabholung. Kunden haben dabei die Möglichkeit, in ihrem eigenen neuen BMW die schönsten Städte Europas kennenzulernen. In 2015 empfing die BMW Welt zahlreiche Kunden aus der ganzen Welt, darunter eine Gruppe von 35 Kanadiern, die in sechs Tagen sechs Länder durchquerten und dabei eine Strecke von über 1.000 Kilometern zurücklegten. Im Anschluss an diese unvergessliche Reise erledigt die BMW Group die Verschiffung des Fahrzeugs in das Heimatland des Kunden.

### **BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.**

Mit über 3 Millionen Besuchern in 2014 ist die BMW Welt in München die meistbesuchte Sehenswürdigkeit Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten etabliert. Die BMW Welt mit ihrer wegweisenden Architektur ist das Herz aller Marken der BMW Group – BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad –, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung der Neufahrzeuge sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie Gaumenfreuden in mehreren Restaurants. Kinder und Jugendliche erleben

Presse-Information  
Date 14. Dezember 2015  
Topic 150.000stes Automobil in der BMW Welt ausgeliefert.  
Page 3

im Junior Campus der BMW Welt spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Mobilität, Globalität und Nachhaltigkeit.

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 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](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>