

ТРИ ГОДИНИ ОТ СТАРТА НА ПРОДАЖБИТЕ НА BMW i. 100 000 ЕЛЕКТРИФИЦИРАНИ BMW ПО ПЪТИЦАТА



- BMW i е пример за ориентацията към бъдещето на BMW Group
- Харълд Крюгер: BMW i остава носител на иновации и гарантира технологичното лидерство на BMW Group
- BMW i3 е най-успешният електромобил в сегмента

Три години BMW i, три години иновации, три години цялостна и устойчива мобилност: от пазарното представяне през ноември 2013 г. BMW i е не само технологичният пионер на BMW Group, но също така символизира и иновативната сила и ориентацията на фирмата към бъдещето във всеки автомобил на пътя.

А днес това се вижда по-добре от всякога: BMW Group вече е доставила на клиентите си по целия свят над 100 000 чисто електрически или Plug-in хибридни автомобили. Само от BMW i3 вече са продадени над 60 000 екземпляра, превръщайки го в най-успешния електромобил в премиум компактният сегмент. Наред с това, BMW i8 е номер 1 сред електрифицираните спортни автомобили с над 10 000 доставени екземпляра от средата на 2014 г. А успешният трансфер на технологии от BMW i се доказва от продадените досега около 30 000 Plug-in хибрида – които днес са познати под марката BMW iPerformance.

„BMW i е и остава нашият носител на иновации. И в бъдеще BMW i ще осигурява иновативни технологии на BMW Group“, каза Председателят на Управителния съвет на BMW AG Харълд Крюгер. „При електрическото задвижване ние вече успешно реализирахме този трансфер на технологии. Следващият технологичен скок ще е свързан с автоматизираното шофиране, за да можем да поставим нови стандарти с BMW iNEXT.“

Със създаването на марката BMW i и решението за разработване на индивидуална автомобилна архитектура и на технологията BMW eDrive за електрически задвижвания BMW Group се превърна в пионер при индивидуалната и устойчива мобилност. Както създаденото за мобилност при нулеви локални емисии в градска среда BMW i3, така и иновативният Plug-in хибриден спортен автомобил BMW i8 съчетават радостта от шофирането с последователно ориентиран към устойчивото развитие премиум характер, който включва и щадящо ресурсите производство и избор на материали. Това привлича и все повече целеви групи от клиенти: повече от 80% от купувачите на BMW i3 по целия свят са нови клиенти на BMW.

В момента BMW Group предлага общо 7 модела, които се движат чисто електрически като BMW i3 или комбинират двигател с вътрешно горене и електромотор като Plug-in хибрид. Други модели ще бъдат представени през следващите години, сред тях Plug-in хибридният вариант на MINI Clubman през 2017 г. Освен това през 2018 г. спортният автомобил BMW i8 с Plug-in хибридно задвижване ще бъде допълнен с открит вариант BMW i8 Roadster. Погледвайки напред, през 2019 г. портфолиото ще бъде разширено с чисто електрическо MINI, а през 2020 г. – с чисто електрическо BMW X3. В

допълнение към тях от началото на следващото десетилетие ще се предлага и друг, по-голям модел на BMW i с електрическо задвижване: BMW iNEXT. Този изключително иновативен модел ще се превърне в новия носител на технологии и постижения при BMW i.

BMW Group България Корпоративни комуникации

Десислава Стоичкова, Експерт Корпоративни комуникации BMW Group България

T: +359 2 80 60 733, F: +359 2 80 60 710

Прес портал: <https://www.press.bmwgroup.com/bg.html>

E-mail: dessyslava.stoichkova@bmwgroup.com

BMW Group

С трите си марки BMW, MINI и Rolls-Royce BMW Group е най-успешният премиум производител на автомобили и мотоциклети и доставчик на премиум услуги за мобилност и финансиране в света. Като световна компания BMW Group управлява 30 предприятия за производство и сглобяване в 14 държави и има мрежа за продажби в над 140 държави.

През 2015 г. BMW Group е реализирала приблизително 2,247 млн. автомобили и над 137 000 мотоциклета в целия свят. Печалбата преди облагане с данъци за 2014 г. е приблизително 8,71 млрд. евро при приходи от 80,40 млрд. евро. Към 31 декември 2014 г. работната сила на BMW Group възлиза на приблизително 116 324 служители.

Успехът на BMW винаги се е градил на дългосрочно мислене и отговорни действия. По тази причина компанията е изградила екологична и социална устойчивост по цялата верига, пълна отговорност за продуктите и ясен ангажимент за опазване на околната среда като неделима част от стратегията си.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>