

Presse-Information  
1. Dezember 2015

## **BMW UK startet einzigartige Online-Vertriebsplattform**

In weniger als zehn Minuten zum Autokauf, rund um die Uhr

Gesamte Produktpalette verfügbar

Von Fahrzeugkonfiguration bis zur Bezahlung: Alles online abwickeln

Händler als Rückgrat auch im neuen Online-Service

Persönliche Beratung über Live-Chat, E-Mail und Telefon

**Farnborough/München.** BMW UK präsentiert eine einzigartige Online-Vertriebsplattform, auf der Käufer ihr Fahrzeug aussuchen, finanzieren und online kaufen können. Mit nur wenigen Klicks können sich potentielle BMW Kunden ihr perfektes Auto zusammenstellen, bei Bedarf eine Probefahrt vereinbaren, Finanzierungsmöglichkeiten und Zahlungsmittel auswählen und ihr derzeitiges Fahrzeug in Zahlung geben - alles online, rund um die Uhr und an jedem Tag in der Woche.

Dr. Ian Robertson, Vorstandsmitglied der BMW AG für Vertrieb und Marketing BMW und Vertriebskanäle der BMW Group, sagte: „Wir sind der erste Automobilhersteller, der online eine digitale Vertriebslösung für die gesamte Produktpalette und den vollständigen Kauf- und Leasingprozess anbietet. Jetzt können Kunden in Großbritannien bequem und komfortabel von zu Hause aus bestellen. Die Einbindung des BMW Product Genius per Live-Chat und die Dialogfunktionen für Verkäufer, mit denen der Kunde in der Lage ist, individuelle Unterstützung in Echtzeit zu erhalten, machen dieses System so einzigartig und setzen neue Maßstäbe in der Automobilindustrie.“

Das Ziel von BMW Retail Online ist es, den BMW Händlern zusätzliche Kanäle und Möglichkeiten zu bieten, um in Kontakt mit potenziellen Kunden zu treten und sich so an sich verändernde Verhaltensmuster der Kunden durch die fortschreitende Digitalisierung anzupassen. Obwohl der Kaufprozess nun vollständig online durchgeführt werden kann, bleibt der Händler Dreh- und Angelpunkt des Verkaufsprozesses und übernimmt letztlich weiterhin den Verkauf des Fahrzeugs. Auch schätzen viele Kunden die Möglichkeit zu persönlicher Beratung bei verschiedensten Schritten im Kaufprozess. Die verschiedenen Dialogoptionen (Live-Chat, Telefon oder E-Mail) spiegeln die Erfahrung des BMW Product Genius Showrooms wider und stehen von 08:00 Uhr bis 22:00 Uhr zu Verfügung.

1. Bevor das System auf nationaler Ebene gestartet wurde, hatten neun UK BMW Händler die Online-Verkaufsplattform getestet. BMW Retail Online erwies sich dabei als großer Erfolg und 95% der BMW UK Händler beschlossen daraufhin, ihren Kunden diesen Service anzubieten. BMW Retail Online steht unter [www.bmw.co.uk](http://www.bmw.co.uk) zur Verfügung.

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49 89 382 72200

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Nigel Hurley, Sytner Group BMW Divisional Managing Director, der als Händler an den vorhergehenden Tests teilnahm, sagte: „Das Projekt bietet ganz neue Möglichkeiten für

Presse-Information

Datum

1. Dezember 2015

Thema

**BMW UK startet einzigartige Online-Vertriebsplattform**

Seite

2

die Handelsorganisation. BMW Retail Online ist ein wichtiger Bestandteil unserer Kundenorientierung und macht das Leben für den Kunden leichter. Wir sehen den Online-vertrieb als immer wichtiger werdenden Kanal für die Zukunft an."

Die digitale Reise beginnt mit dem optionalen Tool "Find your BMW", wobei dem Kunden vier einfache Fragen helfen sollen, sein ideales Model zu finden. Anschließend führt das Tool den Kunden in den Fahrzeug-Konfigurator auf [bmw.co.uk](http://bmw.co.uk) und bietet eine umfassende, aber einfache Art und Weise, das Wunschfahrzeug zu konfigurieren. Mit einem Klick auf den Button "Buy your BMW" wählt der Kunde einen BMW Händler. Außerdem wird ihm die Möglichkeit geboten, ein bereits verfügbares Fahrzeug mit schnellerer Lieferung zu wählen, bevor er anschließend seine bevorzugte Finanzierungsmethode wählt. Der Kunde schließt dann den Kauf mit dem gewählten BMW Händler im Retailer Online Showroom ab.

Der Start von BMW Retail Online geht mit dem Trend der zunehmenden Verlagerung des Kaufs von zahlreichen Waren und Dienstleistungen in das Internet einher. Der globale Umsatz des Online-Handels wird bis 2020 voraussichtlich 2,5 Billionen US-Dollar erreichen. Dieser Trend spiegelt sich auch in der Automobilindustrie wider: 97 Prozent der Käufer informieren sich online. Heute besuchen Kunden im Durchschnitt nur 1,4-mal ein Autohaus, bevor sie einen Kauf abschließen; 1998 waren es noch vier Besuche. Studien der Industrie zeigen auch, dass fast die Hälfte aller Kunden einen Online-Kauf in Erwägung zöge.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

**Unternehmenskommunikation**

Emma Begley, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, [emma.begley@bmwgroup.com](mailto:emma.begley@bmwgroup.com)  
Telefon: +49 89 382-72200, Fax +49 89 382-24418

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation, [nikolai.glies@bmwgroup.com](mailto:nikolai.glies@bmwgroup.com)  
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418

Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)

E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

Presse-Information

Datum

1. Dezember 2015

Thema

**BMW UK startet einzigartige Online-Vertriebsplattform**

Seite

**3****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>