

BMW Motorrad

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Medieninformation
22. Januar 2020

BMW Motorrad kooperiert mit „The House of Machines“ in Shanghai. Erstes Outlet von „The House of Machines“ in Asien in Zusammenarbeit mit BMW Motorrad.



München / Shanghai. Am 16. Januar eröffnete „The House of Machines“ (THoM) in Shanghai sein erstes kooperatives Outlet in Asien. Als Exklusivpartner von THoM wird BMW Motorrad über einen exklusiven Ort für Motorradfans in China verfügen. Mit THoM Shanghai wagt BMW Motorrad einen mutigen Schritt zur Erneuerung des Retail. Mit ihm werden seine führende Position in der Motorradbranche und sein Image als Schrittmacher weiter gefestigt.

„BMW Motorrad war schon immer weltweit ein wichtiger Motor der Motorradkultur und „The House of Machines“ hat, wie BMW Motorrad, eine große Leidenschaft für den Motorrad-Lifestyle. Das macht sie zu natürlichen Partnern“, sagte Dr. Markus Schramm, Leiter BMW Motorrad, bei der Eröffnungsfeier von THoM Shanghai. „BMW Motorrad wird sich in Zukunft kundenorientiert und in Kooperation mit seinen Partnerunternehmen auf dem chinesischen Markt weiter etablieren, um innovative Motorradfahrerlebnisse zu fördern und eine nachhaltige Entwicklung der Motorradkultur in China voranzutreiben.“

„Mit THoM Shanghai macht BMW Motorrad einen wichtigen Schritt zur Erneuerung des Retail und zur Bereicherung der Motorradfahrerlebnisse chinesischer Motorradfans“, erläuterte Timo Resch, Leiter Vertrieb und Marketing BMW Motorrad. „Mit THoM Shanghai wird BMW Motorrad den

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382-0

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum 22. Januar 2020
Thema BMW Motorrad kooperiert mit „The House of Machines“ in Shanghai.
Seite 2

Kunden die Motorradkultur noch näherbringen und einem größeren Kundenkreis die Möglichkeit bieten, den mitreißenden Spirit und die Kultur des Motorradsports zu erleben.

Partner schaffen gemeinsam einen exklusiven Raum für Motorradfahrer.

Die Erfolgsgeschichte von „The House of Machines“ begann 2013 in Kapstadt, Südafrika. 2017 folgte Los Angeles mit einem Treffpunkt für Motorradfans, die die Kultur des Motorradsports genießen und den Lifestyle, den BMW Motorrad repräsentiert, erleben wollen. In dem kooperativ von BMW Motorrad, China Grand Auto und Alliance Bands Limited geführten THoM Shanghai wird der Lifestyle des Motorradsports mit einem Café, einer Bar, Musik und natürlich Motorrädern zelebriert. Hier können Besucher nicht nur erlesene Delikatessen und Cocktails genießen, sondern auch dem klassischen Charme der BMW Motorrad Heritage-Reihe erliegen. Darüber hinaus präsentiert THoM Shanghai mit LNLA (Limits No Longer Apply / Grenzen gelten nicht mehr) unter dem Namen BMW Motorrad eine Modemarke, die die Besucher den freien Spirit der Motorradfahrer erleben lässt, der seinen Ausdruck in der Mode findet.

Ein kundenorientierter neuer Retail treibt die Entwicklung der Motorradkultur voran.

Seit seinem Einstieg in den chinesischen Markt 2013 bietet BMW Motorrad gemäß seinem Commitment chinesischen Motorradfans kundenorientierte Produkt- und Markenerlebnisse. Mit THoM Shanghai wird BMW Motorrad den Kunden die Motorradkultur noch näherbringen und es mehr Kunden ermöglichen, den mitreißenden Spirit und die Kultur des Motorradsports zu erleben.

BMW Motorrad hat nicht nur die Vertriebsseite sondiert, sondern als Branchenführer in der chinesischen Motorradindustrie auch kontinuierliche Anstrengungen unternommen, um die Motorradkultur in China durch eine Vielfalt innovativer Erlebnismarketingaktivitäten zu

BMW Motorrad

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum 22. Januar 2020
Thema BMW Motorrad kooperiert mit „The House of Machines“ in Shanghai.
Seite 3

fördern. 2014 führte es den BMW Motorrad Day China ein, der seither fast 20.000 Teilnehmer anlockte und den Anstoß zum Aufbau der größten Fangemeinde unter den Premium-Motorradmarken gab; und die BMW Motorrad GS Trophy hat eine Bühne geschaffen, auf der sich alle Offroad-Motorradfans Wettbewerben und Herausforderungen stellen können. Da Erfahrungen und Kunden an erster Stelle stehen, wird BMW Motorrad die Kultur des Motorradsports unter den chinesischen Kunden fördern.

Dank tiefer Einblicke in den chinesischen Markt und unermüdlicher Anstrengungen führte BMW Motorrad 2019 mit fast 30 Spitzenprodukten in sechs Kategorien und umfassend erweiterten Premiumdienstleistungen das Premium-Motorradsegment in China an, erzielte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Umsatzwachstum von 17 % und stellte darüber hinaus zum 9. Mal in Folge einen weltweiten Verkaufsrekord auf. In Zukunft wird BMW Motorrad auch weiterhin neue Modelle präsentieren und auf den Markt bringen, um den unterschiedlichen Kundenbedürfnissen nachzukommen, die Kultur des Motorradsports in China stetig voranzutreiben und mehr Motorradfans authentische Motorrad- und Kulturerlebnisse nach dem Motto **MAKE LIFE A RIDE** zu bieten.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Tim Diehl-Thiele, Leiter Kommunikation BMW Motorrad
Telefon: +49 151 601 57505, Tim.Diehl-Thiele@bmw.de

Ingo Wirth, Leiter Kommunikation MINI und BMW Motorrad
Tel.: +49 89 382 25814, Ingo.Wirth@bmw.de

Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@bmw.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.520.000 Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf

BMW Motorrad

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 22. Januar 2020

Thema BMW Motorrad kooperiert mit „The House of Machines“ in Shanghai.

Seite 4

9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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

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

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

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>