

Presse-Information
22. November 2021

Black Week 2021: Attraktive Angebote der BMW Group für digitale Produkte und Services sowie ausgewählte Fahrzeugfunktionen.

- Aktion vom 24. bis 30. November: Deutschland und 17 weitere Märkte nehmen in diesem Jahr teil
- Die Black Week ist seit 2017 die erfolgreichste Online-Sales-Kampagne der BMW Group
- 2020 steigerte sich der Umsatz der Aktionswoche im Vergleich zum Vorjahr um 57 Prozent

München. Darauf haben BMW Kundinnen und Kunden bereits gewartet: Vom 24. bis 30. November findet in diesem Jahr wieder die Black Week Kampagne statt. In diesem Zeitraum werden in 18 Märkten der BMW Group attraktive Preisnachlässe auf digitale Dienste sowie ausgewählte Fahrzeugfunktionen angeboten. Die Black Week ist seit 2017 die erfolgreichste Online-Sales-Kampagne der BMW Group und erfreut sich wachsender Beliebtheit. 2020 steigerte sich der Umsatz der Aktionswoche im Vergleich zum Vorjahr um 57 Prozent. Das Umsatzplus der Black Week machte 8 Prozent des Jahresumsatzes der digitalen Produkte und Services aus. Insgesamt 22.000 zusätzliche Verkäufe tätigten BMW Kundinnen und Kunden in diesen sieben Tagen. Der Bestseller in Deutschland war BMW Service Inclusive.

In diesem Jahr nehmen neben Deutschland auch Großbritannien, die Schweiz, Niederlande, Spanien, Frankreich, Italien, Polen, Belgien, Schweden, Österreich, Norwegen, Portugal, Tschechien, Japan, Dänemark, Finnland und Luxemburg an der Aktion teil. In Deutschland winken Preisnachlässe von zehn Prozent auf Function on demand-Services, die nach dem Kauf des Fahrzeugs dazugebucht werden können. Zum Angebot gehören beliebte Dienste wie der Drive Recorder und der Fernlichtassistent.

Ein besonderes Highlight in diesem Jahr ist der Preisnachlass von 30 Prozent auf das beliebte Paket „Service Inclusive – 5 Jahre / 100.000 km“. Kundinnen und Kunden zahlen einmalig einen Festbetrag und haben innerhalb der Laufzeit von fünf Jahren bzw. einer Laufleistung von bis zu 100.000 km Anspruch auf alle Serviceleistungen des Pakets. Das Angebot ist auf 2.000 Buchungen limitiert.



Ausgenommen von der Black Week sind einmonatige Probeangebote sowie alle ConnectedDrive Produkte mit automatischer Verlängerung.

Die Black Week ist ein wichtiger Teil der konsequenten Digitalisierungsstrategie, mit der die BMW Group ihren Kundinnen und Kunden eine Vielzahl nützlicher Funktionen zur Verfügung stellt, die sich nachträglich für ihr Fahrzeug buchen lassen. So können alle BMW Fahrerinnen und Fahrer das Fahrzeug ganz persönlich an ihre Bedürfnisse anpassen, um ihr Leben smart und innovativ zu erleichtern.

Link zum deutschen ConnectedDrive Shop:

<https://www.bmw.de/de/shop/lv/cp/connected-drive>

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Christophe Koenig, Leiter Kommunikation Digital Experience, Automatisiertes Fahren und Fahrerassistenzsysteme.

BMW Group Innovations-, Design- und Motorsportkommunikation

Telefon: +49-89-382-56097

E-Mail: christophe.koenig@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschland

E-mail: presse@bmwgroup.com

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 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

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



Unternehmenskommunikation



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>