

Presse-Information
29. Juli 2024

BMW Group Deutschland: Der Vertrieb der Marke MINI wird planmäßig zum 1.10.24 auf das echte Agenturmodell umgestellt

+++ Retailpartner bleiben persönliche Ansprechpartner für Kunden +++ Customer Journey gestärkt: Nahtloser Wechsel zwischen Online- und Offline-Kauf möglich +++ Preistransparenz für Kunden durch landesweit einheitliche Preise +++

München. Die BMW Group Deutschland wird den Vertrieb der Marke MINI planmäßig zum 1.10.2024 auf das echte Agenturmodell umstellen. Den Anfang machten bereits im ersten Halbjahr 2024 die Märkte Italien, Polen, Schweden, Norwegen und Finnland. Nach erfolgreicher Einführung in diesen fünf Märkten folgen zum 1.10. nun Deutschland und weitere europäische Märkte.

Jochen Goller, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb, betont: „Die Umstellung auf einen Agenturvertrieb mit Retailpartnern ist ein zentraler Meilenstein in unserer vertrieblichen Neuausrichtung. Wir sehen die Zukunft des Vertriebs in Europa im Agenturmodell und sind davon überzeugt, dass unsere Kunden, die Handelsorganisation und wir als Hersteller hiervon profitieren werden.“ Der Kunde erhält nun eine Preistransparenz durch landesweit einheitliche Preise je MINI Modell. Darüber hinaus digitalisiert die BMW Group im Zuge der Umstellung auf das Agenturmodell den gesamten Kaufprozess. Kunden haben mit der Einführung die freie Wahl zwischen dem physischen Käuferlebnis im Autohaus vor Ort und dem digitalen Käuferlebnis über die MINI Website. Sie können nun zwischen beiden Welten nahtlos hin- und herwechseln. Ermöglicht wird dies durch eine durchgängig integrierte IT-Systemlandschaft. „Mit dem neuen Vertriebsmodell werden wir sowohl die Kundenzufriedenheit als auch das Markenerlebnis weiter stärken“, so Jochen Goller weiter.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89-382-51576

Internet
www.bmwgroup.com

Zugleich wird der Kunde auch in Zukunft wie gewohnt auf ein starkes Vertriebsnetz zurückgreifen können. **Christian Ach**, Leiter BMW Group Markt Deutschland sagt: „Die BMW Group Deutschland setzt auch im neuen Vertriebsmodell auf die bestehende MINI Handelsorganisation.“ Gemeinsam mit den Retailpartnern wurde das neue Vertriebsmodell über einen längeren Zeitraum ausgestaltet. „Ich möchte unseren Retailpartnern unseren Dank aussprechen: Für die konstruktive Zusammenarbeit mit dem gemeinsamen Ziel, ein zukunftsfähiges Vertriebssystem zu etablieren“, so Ach.

Der Verband Deutscher BMW Vertragshändler (VDB) ist ein konstruktiver Partner für die Entwicklung des neuen Vertriebssystems. **Peter Reisacher**, Vorstand des VDB, hebt hervor: „Die bisherige Umsetzung erfolgte partnerschaftlich und wir konnten Vorstellungen einbringen. Diese konstruktive Zusammenarbeit werden wir fortführen und gemeinsam Lösungen für alle noch offenen Themen erarbeiten.“ Die BMW Group nutzt eine zentrale Stärke im Markt: eine sehr gut funktionierende und etablierte Handelsorganisation. Christian Ach ergänzt: „Wir sehen den persönlichen Kundenkontakt als einen wesentlichen Bestandteil in der Kundenbetreuung durch die Retailpartner/Vertragshändler, welche somit weiterhin eine zentrale Rolle im Verkauf spielen werden.“

Ein Schwerpunkt bei der Einführung des neuen Vertriebssystems liegt in der intensiven Vorbereitung. Eine so grundsätzliche Neuaufstellung im Vertrieb führt zu weitreichenden Veränderungen, sowohl beim Hersteller als auch bei den Handelspartnern. Die BMW Group Deutschland hat daher frühzeitig Maßnahmen ergriffen, um sich optimal auf die veränderten Rahmenbedingungen vorzubereiten. Dabei ist vor allem das intensive **Testing** der Prozess und IT-Landschaft zu nennen, das aufgrund der Erfahrungen aus den ersten Märkten im Jahresverlauf nochmal optimiert wurde. Wir liegen bei den Tests voll im Zeitplan und werden diese planmäßig abschließen. Neben dem Testing ist das **Training** der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und bei den Retailpartnern hervorzuheben.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 29. Juli 2024

Thema **BMW Group Deutschland: Der Vertrieb der Marke MINI wird planmäßig zum 1.10.24 auf das echte Agenturmodell umgestellt**

Seite 3

Im Zuge der Transformation wurden alleine in Deutschland viele hunderte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in mehrtägigen Trainings auf die neuen Prozesse und Systeme, aber auch dezidiert auf neue Rollen, vorbereitet. Dem Testing und Training lagen **umfangreiche Analysen** zugrunde. Dieses tiefgreifende Verständnis für die zukünftige Aufteilung von Aufgaben und Verantwortung wurde durch Business Simulationen und das Durchspielen von Anwendungsbeispielen, die die realen Herausforderungen abgebildet haben, erreicht. Mit dieser wichtigen Weiterentwicklung des Vertriebsmodells werden nun ab dem 1.10.2024 alle MINI Neufahrzeuge sowie junge Gebrauchtwagen im echten Agenturmodell verkauft. Bei der Marke BMW ist die Umstellung ab 2026 geplant.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Felix Dreyer, Pressesprecher Markt Deutschland
Telefon: +49-151-601-22268, Felix.Dreyer@bmw.de

Eckhard Wannieck, Leiter Kommunikation Konzern, Finanzen, Vertrieb
Telefon: +49 89 382-24544, Eckhard.Wannieck@bmwgroup.com

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 über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2023 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von über 2,55 Mio. Automobilen und über 209.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2023 belief sich auf 17,1 Mrd. €, der Umsatz auf 155,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2023 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.950 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>

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/>