



Informacja prasowa
Maj 2015

„Giganci Odsprzedaży” – mini 5 razy najlepszy.

Najnowsze studium „Focus Online” dotyczące utrzymania wartości przy odsprzedaży na niemieckim rynku pozwala cieszyć się bardzo długo frajdą z jazdy: w swoich klasach wygrały MINI One 3D, MINI Cooper S Paceman, MINI Cooper Coupe oraz – dwukrotnie – MINI One Cabrio. Tak wielki sukces dowodzi, że najnowsze modele MINI nigdy nie przestają fascynować wyrafinowaną technologią, jedyną w swoim rodzaju stylistyką oraz jakością typową dla segmentu premium. W efekcie także na rynku wtórnym są pożądanymi i wysoko cenionymi samochodami.

Ranking „Gigantów Odsprzedaży” publikowany jest przez instytut badania rynku Bähr & Fess Forecasts po czteroletnim badaniu rynku wtórnego. Ranking podaje utratę wartości aut – procentową i w kwotach absolutnych. W segmencie samochodów małych MINI One 3D wygrał z wartością rezydualną 60,5%, wśród mini-SUV-ów MINI Cooper S Paceman triumfował z wysoką wartością 57,0%, podwójne zwycięstwo MINI One Cabrio zapewniła wartość resztowa 57,5% w klasie aut otwartych. Zaś MINI Cooper Coupe może się pochwalić najniższą kwotowo utratą wartości na rynku.

Warto tu wspomnieć, że od wielu już lat wszelkie badania rynkowe regularnie nagradzają wysoką lub wręcz najwyższą stabilność wartości najnowszych modeli MINI, co znajduje potwierdzenie w ogromnym popycie na używane egzemplarze tych samochodów.

Analizy tego typu stanowią istotne źródło informacji dla potencjalnych nabywców nowych aut, poszukujących samochodów o najniższej utracie wartości – najważniejszym kryterium kosztowym obok wydajności i niezawodności.



Informacja prasowa

Date Maj 2015

Topic „Giganci Odsprzedaży” – mini 5 razy najlepszy.

Page 2

W przypadku pytań prosimy o kontakt z:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, w której portfolio znajdują się marki BMW, MINI oraz Rolls-Royce, jest światowym liderem wśród producentów samochodów i motocykli segmentu premium. Oferuje również usługi finansowe, a także z zakresu mobilności. Firma posiada 30 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 państwach oraz ogólnoswiatową sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W 2014 roku BMW Group sprzedała na całym świecie ok. 2,118 mln samochodów oraz 123 000 motocykli. W 2014 r. jej zysk przed opodatkowaniem wyniósł 8,71 mld euro przy dochodach 80,40 mld euro (dane za rok finansowy). Na dzień 31 grudnia 2014 r. globalne zatrudnienie sięgało 116 324 pracowników.

Źródłem sukcesu BMW Group jest długofalowe planowanie oraz działanie w sposób odpowiedzialny. Ważną częścią strategii firmy jest zrównoważony rozwój w aspekcie społecznym i ochrony środowiska w całym łańcuchu dostaw, pełna odpowiedzialność za produkt oraz zobowiązania na rzecz oszczędzania zasobów. Polityka ta stanowi integralną część strategii rozwoju przedsiębiorstwa.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Polska>

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>