

Sporočilo za medije

24. julij 2014

BMW Group orje ledino z BMW serije 2 Active Tourer.

Usmeritev na nove ciljne skupine v premium kompaktnem razredu.

Krüger: BMW serije 2 Active Tourer je velik potencial za BMW.

Glavna trga za BMW serije 2 Active Tourer: Evropa in Kitajska.

Sinergijski učinki po zaslugi arhitekture vozila na skupni osnovi.

Sölden. BMW Group orje ledino z vstopom v atraktivni premium kompaktni razred s svojim najnovejšim izdelkom, BMW serije 2 Active Tourer. »Odziv na serijo 2 Active Tourer je izjemno pozitiven, kar nas navdaja s prepričanjem, da bo to novo vozilo odmeven uspeh,« je ob priložnosti predstavitve novega vozila v sredo v Söldnu (Avstrija), povedal Harald Krüger, član upravnega odbora BMW AG, odgovoren za proizvodnjo. Predviden prihod BMW serije 2 Active Tourer na evropski trg je 27. september 2014.

Glavna trga za serijo 2 Active Tourer bosta Evropa in Kitajska. Za Evropo je predvidena prodaja v višini okoli 40 odstotkov, za Kitajsko pa približno 15 odstotkov. »Poleg njegove izvrstne agilnosti, edinstvena za vozilo v tem segmentu, bodo stranke navdušene nad višjim položajem sedenja in prostorno notranjostjo, kakor tudi nad njegovo kompaktnostjo, funkcionalnostjo in udobjem,« je izjavil Krüger.

Serija 2 Active Tourer bo pritegnila nove ciljne skupine.

»Potreba za premium vozili v kompaktnem razredu se razvija zelo obetavno,« je nadaljeval Krüger. S svojo blagovno znamko MINI in BMW serije 1 ter serije 2, je BMW Group dobro zastopan v segmentu malih in kompaktnih vozil. S širitvijo svoje modelne serije, si BMW Group preko prednosti blagovne znamke BMW, prizadeva pridobiti nove ciljne skupine strank, kot je to že storila s svojo uspešno serijo 1. Okoli 70 odstotkov prodanih vozil prve generacije BMW serije 1 je dobilo lastnike, ki pred tem niso bili stranke te blagovne znamke.

»Z BMW serije 2 Active Tourer si predvsem želimo privabiti stranke, ki bi lahko zaradi družinskih razlogov imele številne potrebe glede funkcionalnosti in udobja, hkrati pa bi želele uživati v značilnih vrlinah BMW, kot sta športnost in inovativna oblika. Govorimo o kombinaciji, ki v preteklosti ni bila na voljo na trgu in ki nas loči od naših neposrednih tekmecev,« je poudaril Krüger. Active Tourer je prvi BMW s sprednjim pogonom in prvi predstavnik glavne blagovne znamke BMW, ki bo kupcem na voljo s 3-valjnim motorjem. Nova konstrukcija pogona na sprednja kolesa – s prečno vgrajenim motorjem – omogoča maksimalno izrabo notranje prostornine v relativno malem vozilu.

Znižanje stroškov zaradi arhitekture vozila na skupni osnovi.

BMW Group je razvil dve arhitekturi: eno za prihodnje modele s štirikolesnim in zadnjim pogonom in eno za modele s štirikolesnim in sprednjim pogonom na skupni osnovi, na kateri temelji tudi BMW serije 2 Active Tourer. Arhitektura sprednjega pogona je prav tako temelj za zagotavljanje dobičkonosne rasti v premium segmentu malih in

Sporočilo za medije
Datum 24. julij 2014
Zadeva BMW Group orje ledino z BMW serije 2 Active Tourer.
Stran 2

kompaktnih vozil: »Standardizacija razvojnih in proizvodnih procesov na konceptu skupne osnove modelov/arhitektur blagovne znamke in motornih modulov, nam omogoča občutno znižanje stroškov znotraj BMW Group,« je dejal Krüger.

BMW serije 2 Active Tourer je prvi BMW, ki ima korist od modularnega motornega koncepta. Standardiziran modularni motor BMW Group omogoča, da lahko 3, 4 in 6-valjne bencinske ter dizelske motorje različnih delovnih prostornin, izdeluje na zgolj enem tekočem traku. Visok odstotek identičnih montažnih delov pomeni, da lahko BMW Group bistveno zniža svoje stroške, v razvoju in proizvodnji.

Rast premium segmenta.

V bližnji prihodnosti bo premium segment verjetno rasel hitreje od osnovnega segmenta. BMW Group pričakuje povečano potrebo in povprečno letno rast nad 4,5 % (2013 – 2020) v svetovnem merilu. Premium segment malih in kompaktnih vozil bo prav tako po vsej verjetnosti imel korist od te rasti.

Kontakt za medije:

Korporativno komuniciranje BMW Group Slovenija

Gordana Kisilak

Elektronski naslov: gordana.kisilak@partner.bmwgroup.com

Telefon: 00386 1 586 73 74

BMW Group

BMW Group je eden izmed najuspešnejših proizvajalcev avtomobilov in motornih koles na svetu s svojimi blagovnimi znamkami BMW, MINI in Rolls-Royce; ob tem zagotavlja premium finančne storitve in storitve mobilnosti. BMW Group kot globalno podjetje upravlja 29 proizvodnih in montažnih obratov v 14 državah in ima globalno prodajno mrežo razporedeno po več kot 140 državah.

BMW Group je v 2013 po celem svetu prodal okoli 1,963 milijona avtomobilov in več kot 115.215 motornih koles. Dobiček pred obdavčitvijo za finančno leto 2013 je znašal 7,91 milijarde evrov ob dohodkih 76,06 milijarde evrov. 31. decembra 2013 je BMW Group zaposloval približno 110.351 ljudi.

Uspeh BMW Group se je vedno gradil na dolgoročni viziji in odgovornem delu. Podjetje je tako ustvarilo ekološki in socialni trajnostni razvoj preko niza vrednot, celostne proizvodne odgovornosti in jasne predanosti k ohranjanju virov kot integralnega elementa svoje strategije.

Spletna stran za medije: <http://www.press.bmwgroup.com/si.html>

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

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