BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information
November 2019

Der BMW ist so individuell wie sein Fahrer.

Mit dem Freischalten von Fahrzeugfunktionen oder dem Buchen von digitalen Diensten kann jeder BMW nach dem Kauf weiter personalisiert werden.

München/Dielsdorf. Die Ansprüche und Wünsche des Kunden an zeitgemäße, digitale Mobilität stehen für die BMW Group im Mittelpunkt. Die Freude am Fahren erstreckt sich nicht mehr nur auf das Fahrzeug selbst, sondern richtet sich konsequent an den Bedürfnissen des Kunden aus. Mit den digitalen Services, die man über den BMW ConnectedDrive Store nachbuchen kann, ist es schon seit 2014 möglich, das Fahrzeug immer wieder neu an persönliche Anforderungen anzupassen. Der nächste Schritt für mehr Flexibilität ist es, nachträglich zusätzliche Fahrzeugfunktionen anzubieten. Aktuelle Beispiele dafür sind der Fernlichtassistent und das Fahrerassistenzsystem Active Cruise Control (ACC) mit Stop&Go. Durch die Erweiterung des Angebotes im BMW ConnectedDrive Store um konventionelle Fahrzeugfunktionen kann jeder BMW auch nach der Auslieferung weiter personalisiert werden.

Von der klassischen Sonderausstattung zu individuellen Services

Das erweiterte, kundenzentrierte und digitale Angebot der BMW Group ermöglicht es, das Fahrzeug über viele Jahre hinweg zu aktualisieren. So muss man sich nicht schon beim Kauf auf bestimmte Sonderausstattungen festlegen, sondern kann diese im Laufe der Zeit immer wieder den individuellen Anforderungen anpassen. Peter Henrich, Senior Vice President Produktmanagement BMW: „Digitale Technologien und die klassische Automobilentwicklung verschmelzen immer mehr. Das ermöglicht es uns, den Kunden verschiedene Dimensionen von Freude am Fahren zu bieten. Dazu gehören auch immer aktuelle digitale Dienste und die Möglichkeit, sich Funktionen je nach Bedarf zubuchen zu können. Wir haben nun alle neuen BMW Fahrzeuge dazu technologisch befähigt und bauen das Angebot konsequent aus.“ Dem Kunden werden damit kontinuierlich neue digitale Angebote zur Wahl gestellt, die zum Zeitpunkt des Kaufs oder Leasing noch gar nicht verfügbar waren. Zudem kann die BMW Group damit der digitalen Entwicklung und den

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-57185

Internet
www.bmwgroup.com

neuen Technologien schneller gerecht werden. Die Zubuchbarkeit und das Freischalten von Fahrzeugfunktionen wird vorranging durch die Technologie des Remote Software Upgrade ermöglicht, das im Mai 2019 gestartet ist. Neue digitale Dienste und Funktionen können over-the-air direkt ins Fahrzeug heruntergeladen und dann installiert werden. So lässt sich der BMW über Jahre hinweg digital up-to-date halten. Peter Henrich: „Wir können uns langfristig auch vorstellen, digitale Dienste nicht mehr nur ans Fahrzeug zu koppeln, sondern an den Kunden der sie bucht." Besonders attraktiv wäre das auch bei Gebrauchtwagen. Hier ist der Zweitkäufer nicht länger an die digitalen Ausstattungsmerkmale des Vorbesitzers gebunden, sondern kann selbst auswählen, was seinen Bedürfnissen und Anforderungen entspricht.

Jetzt können auch Fahrzeugfunktionen digital freigeschaltet werden

Das Angebot sich digitale Dienste wie beispielsweise RTTI, On-Street-Parking Information oder BMW Music im Nachhinein zu bestellen, wird nun um die Möglichkeit erweitert, auch Fahrzeugfunktionen freizuschalten. Seit August ist es möglich, den Fernlichtassistenten zu installieren, ebenso wie den Abstandsassistenten Active Cruise Control (ACC) mit Stop&Go. In Zukunft wird das Angebot zusätzlicher Fahrzeugfunktionen erweitert. Peter Henrich: „Unser Ziel ist es, dem Kunden die bestmögliche digitale Erfahrung in seinem BMW zu bieten. Mit digitalen Services on Demand streben wir ein neues Modell an, das dem Kunden weitaus mehr Freiheit und Flexibilität ermöglicht, als das bisher möglich war. Beispielsweise könnte man in Zukunft auch Funktionen wie Remote Engine Start oder das adaptive M Fahrwerk anbieten."

Im Zuge der Digitalisierung ist das Fahrzeug selbst zum Touchpoint geworden. Die BMW Group begleitet diese Entwicklung bereits seit 20 Jahren mit dem BMW ConnectedDrive Store und seit 2016 mit der BMW Connected App. „Unsere Kunden sollen alle Produkte, digitale Dienste und Dienstleistungen gebündelt als eine nahtlose Erfahrung erleben und sind bei uns schon heute über alle digitalen Kanäle der BMW Group vernetzt – vom Web, über den BMW ConnectedDrive Store oder das Smartphone. Unser Ziel ist es, dass sich der Kunde nicht mehr nach den Gegebenheiten seines Fahrzeugs richten muss, sondern dieses richtet sich nach seinen persönlichen, individuellen Anforderungen“, erklärt Jens Thiemer, Senior Vice President Kunde und Markenführung. Im BMW ConnectedDrive Store besteht die Möglichkeit, ausgewählte Angebote digitaler Dienste auch als Teaser für einen bestimmten Zeitraum unverbindlich zu testen. Je nach Dienst werden sogenannte Teaser bereits ab Auslieferung des Fahrzeugs angeboten, die dann über den Store für einen individuellen Zeitraum verlängert werden können oder auslaufen.

BMW ConnectedDrive feiert die Black Week

Ab dem 26.11.19 bis zum 03.12.19 gibt es auch bei BMW die besten digitalen Deals des Jahres. Auf alle Services die im BMW ConnectedDrive Store angeboten werden gibt es 30% Rabatt.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Switzerland
Sandro Kälin
Konzernkommunikation und Politik

Telefon: +41 58 269 1092
Mobil: +41 79 173 08 90
Mail: sandro.kaelin@bmw.ch

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 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 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
Google+: http://googleplus.bmwgroup.com