

Presse-Information
18. Oktober 2023

Die BMW Group startet im Rahmen der Einführung des Direktvertriebsmodells in Europa ab 1.1.2024 mit MINI zunächst in drei Ländern

- Europaweite Zustimmung der Handelspartner, 100 % der MINI-Handelspartner haben Agenturvertrag unterschrieben
- Einführung eines echten Agenturmodells beginnt mit MINI in Italien, Polen und Schweden
- Stufenweise Umsetzung in weiteren europäischen Ländern; Umstellung erfolgt für BMW ab 2026
- Handelspartner bleiben persönliche Kundenschnittstelle und erhalten feste Vergütung je verkauftem Fahrzeug
- Preistransparenz für Kunden durch landesweit einheitliche Preise
- Nahtloser Wechsel zwischen Online- und Offline-Kauf möglich
- Pieter Nota: «Das neue Vertriebsmodell ermöglicht die direkte Kommunikation mit unseren Kunden und verschafft der BMW Group damit eine direkte Kundenschnittstelle.»

München. Die BMW Group führt ab 2024 in Europa stufenweise ein neues Vertriebsmodell ein. Den Anfang macht MINI am 1. Januar 2024 mit den drei Ländern Italien, Polen und Schweden, die weiteren Länder folgen gestaffelt. Bei BMW ist die Umstellung ab 2026 geplant. Mit diesem wichtigen Schritt werden künftig alle BMW und MINI Neufahrzeuge sowie junge Gebrauchtwagen der BMW Group in Europa im echten Agenturmodell verkauft.

Vom neuen Vertriebsmodell profitieren Kunden, Handelspartner und die BMW Group gleichermaßen. So erhält der Kunde Preistransparenz durch landesweit einheitliche Preise je identisches Fahrzeugmodell. Darüber hinaus digitalisiert die BMW Group im Zuge der Umstellung auf das Agenturmodell den gesamten Kaufprozess. Kunden haben zukünftig nicht nur die freie Wahl zwischen dem physischen und digitalen Käuferlebnis, sondern können zwischen beiden Welten nahtlos hin- und

herwechseln. Ermöglicht wird dies durch eine durchgängig integrierte IT-Systemlandschaft. Zugleich wird der Kunde auch in Zukunft wie gewohnt auf ein dichtes Handelsnetzwerk zurückgreifen können.

«Die Umstellung auf einen Direktvertrieb mit Handelspartnern ist ein zentraler Meilenstein in unserer im Jahr 2020 gestarteten Neuausrichtung des Vertriebs. Das neue Vertriebsmodell ermöglicht die direkte Kommunikation mit unseren Kunden und verschafft der BMW Group damit eine direkte Kundenschnittstelle», sagte Pieter Nota, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb. «Es ist unser klarer Anspruch, mit dem neuen Vertriebsmodell die Kundenzufriedenheit und das Markenerlebnis zu stärken und dem Kunden das beste Premium-Kundenerlebnis der Industrie zu bieten», so Nota weiter.

Die BMW Group setzt auch im neuen Vertriebsmodell auf das bestehende Handelsnetzwerk und nutzt damit eine zentrale Stärke des Unternehmens: eine sehr gut funktionierende und etablierte Vertriebsstruktur. Gemeinsam mit den Handelspartnern wurde das neue Vertriebsmodell über einen längeren Zeitraum ausgestaltet. «Ich möchte unseren Handelspartnern unseren Dank aussprechen: Für die konstruktive Zusammenarbeit und die überaus positive Rückmeldung in Form von 100% Unterschriften bei den MINI-Agenturverträgen - eine klare Bestätigung für unseren partnerschaftlichen Weg», so Pieter Nota. Das Unternehmen geht davon aus, dass der persönliche Kundenkontakt auch zukünftig stark nachgefragt wird, so dass die Handelspartner weiterhin eine zentrale Rolle spielen.

Das Agenturmodell bietet ihnen ein attraktives und zukunftsfähiges Geschäftsmodell, das zudem eine höhere Planbarkeit ermöglicht. Je verkauftem Fahrzeug erhalten die Handelspartner eine feste Vergütung, die umfassend und sorgfältig kalkuliert wurde.

Dies gilt auch bei einem reinen Online-Kauf: der auslieferende Handelspartner wird in voller Höhe vergütet. Im neuen Vertriebsmodell können sich die Partner auf die ideale Beratung und Betreuung des Kunden konzentrieren und auf den gesamten Fahrzeugbestand der BMW Group zugreifen. Seitens der Handelspartner erfährt die BMW Group eine sehr hohe Zustimmung zum neuen Vertriebsmodell. So haben europaweit alle Partner geschlossen die Verträge für MINI unterzeichnet.

Mit dem heutigen Tag steht für unsere Kunden in den Ländern Italien, Schweden und Polen ab sofort die Online-Reservierung für den neuen vollelektrischen MINI Cooper und den neuen MINI Countryman im Rahmen des neuen Vertriebsmodells zur Verfügung.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Switzerland

Sven Grützmacher
Direktor Corporate Communications
Telefon: +41 (0)58 269 10 91
E-Mail: sven.gruetzmacher@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 über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2022 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von fast 2,4 Mio. Automobilen und über 202.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2022 belief sich auf 23,5 Mrd. €, der Umsatz auf 142,6 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2022 beschäftigte das Unternehmen weltweit 149.475 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/>