
BMW definiert Position im Luxussegment neu

Mit einem erneuerten Modellangebot sowie mit der Etablierung einer eigenständigen Produktkategorie will der bayerische Automobilhersteller BMW seine Position im Luxussegment neu definieren. Die Modelloffensive im Luxussegment zählt zu den zentralen Aktionsfeldern der Unternehmensstrategie „Number One > Next“ zur Sicherung des nachhaltigen Wachstums von BMW auf den globalen Automobilmärkten.

Gestartet wurde die Erneuerung und Erweiterung des Modellprogramms in diesem Segment mit dem 8er Coupé und dem 8er Cabrio. Im September 2019 folgt mit dem 8er Gran Coupé das dritte Mitglied der Baureihe.

Der neue 7er ist in drei Plug-in-Hybrid-Varianten erhältlich. Der Elektroantrieb wird jetzt von einer Lithium-Ionen-Batterie der jüngsten Generation gespeist und mit einem Reihensechszylinder-Ottomotor kombiniert. Der neue BMW X7 stieß auf Anhieb auf eine große internationale Nachfrage.

Das i8 Coupé und der i8 Roadster sind ebenfalls mit Plug-in-Hybridantrieb erhältlich. Nur wenige Wochen nach seiner Markteinführung löste der Roadster das i8 Coupé als weltweit meistverkaufter Plug-in-Hybrid-Sportwagen ab.

Im September folgt die Markteinführung von M8 Coupé und Cabriolet. Im November 2019 ist die Los Angeles Auto Show (22.11. bis 02.12.) darüber hinaus Schauplatz für die Weltpremiere des neuen BMW M8 Gran Coupé. (ampnet/deg)

Bilder zum Artikel



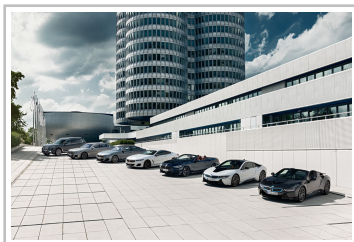
BMW-Produktpalette im Luxussegment.

Foto: Auto-Medienportal.Net/BMW



BMW-Produktpalette im Luxussegment.

Foto: Auto-Medienportal.Net/BMW



BMW-Produktpalette im Luxussegment.

Foto: Auto-Medienportal.Net/BMW



BMW-Produktpalette im Luxussegment.

Foto: Auto-Medienportal.Net/BMW



BMW 7er und BMW X7.

Foto: Auto-Medienportal.Net/BMW



BMW i8 Coupé und i8 Roadster.

Foto: Auto-Medienportal.Net/BMW
