

## **Erster Schritt zurück zur Weltmarke: BORGWARD präsentiert globale Marktstrategie am Finanzplatz Hongkong**

Stuttgart/Hongkong (ots) -

~

- BORGWARD B-G-W-Strategie: Brand Heritage - German Engineering -  
Worldwide Footprint

~

~

- Asienpremiere für den BORGWARD BX7

~

~

- Investoren, Analysten, Händler und potenzielle Kunden in Asien  
begeistert von BORGWARD

~

~

- Startschuss für BORGWARD-Produktion im neuen Werk nahe Beijing

~

~

- Strategische Modellpolitik: Plug in Hybrid- und Elektrofahrzeuge  
in allen Märkten

~

~

- Deutsches Produktionswerk weiterhin zentraler Bestandteil der  
globalen Planungen

~

BORGWARD ist zurück auf der internationalen Bühne. Bei der Präsentation globaler Marktstrategien am Finanzplatz Hongkong erläuterte Ulrich Walker, Vorstandsvorsitzender der BORGWARD Group AG mit Sitz in Stuttgart, die Eckpunkte des ambitionierten Programms. Im Beisein des Vorsitzenden der deutschen Industrie- und Handelskammer Hongkong, Wolfgang Ehmann sowie von Investoren, Analysten und Händlern aus 13 asiatischen Ländern betonte Ulrich Walker: "BORGWARD brachte bereits in den frühen 1960er Jahren Fahrzeuge mit dem in

Asien hoch angesehenen "German Engineering" nach Hongkong und führt diese Tradition nun weiter. Die Rückkehr nach Hongkong unterstreicht zudem unsere Strategie, BORGWARD global auf Wachstumskurs zu bringen."

Die Veranstaltung stand unter dem internationalen BORGWARD Motto "BORGWARD Asia and Greater China Strategy Launch & BX7 Asia Debut". Vorgestellt wurde unter anderem die BORGWARD-Strategie "B-G-W" (BORGWARD Brand Heritage - German Engineering - Worldwide Footprint). Die Veranstaltung war nach dem letztjährigen Auftritt auf der Frankfurter Automobil-Leitmesse IAA ein weiterer wichtiger Schritt auf dem Weg zur Globalisierung der Marke BORGWARD. Wolfgang Ehmann zeigte sich von der BORGWARD Dynamik begeistert: "Das ist nicht nur ein bedeutender Moment für alle BORGWARD Fans weltweit, sondern auch ein Meilenstein für die deutsche und global aufgestellte Automobilindustrie."

Ulrich Walker erläuterte weiter: "Unsere B-G-W-Strategie wird die Marke BORGWARD nachhaltig vitalisieren. Wir werden völlig neue Vertriebswege nutzen und jeweils zu Beginn unserer Marktpräsenz in allen Baureihen neue und alternative Antriebe anbieten." Intelligente und qualitativ hochwertige Fahrzeuge sowie die wirtschaftlichen Möglichkeiten durch die Präsenz in den wachstumsstarken asiatischen, südamerikanischen Märkten sowie den Märkten des Mittleren und Nahen Ostens sind weitere Punkte für die Schärfung des BORGWARD Profils weltweit.

Mit dieser Veranstaltung feierte auch der BORGWARD BX7 seine Premiere auf dem asiatischen Kontinent. Das ausgestellte Fahrzeug war eines der ersten im neuen Werk nordöstlich von Peking unter Großserienbedingungen produzierte Modell und überzeugte mit einem hohen Qualitätsniveau bei ausgezeichneter Verarbeitung. Nach wie vor ist die Planung und der Aufbau eines deutschen Produktionswerkes fester Bestandteil der BORGWARD Strategie. Nach dem Markteintritt in China, Indien und weiteren Schwellenmärkten in diesem Jahr wird BORGWARD innerhalb der nächsten zwei Jahre auch auf dem deutschen Markt starten. In Deutschland wird der Stuttgarter Automobilkonzern ausschließlich mit Plug-in-Hybriden und reinen Elektrofahrzeugen auf den Markt kommen.

~

Rückfragehinweis:

BORGWARD Group AG

Marco Dalan, Head of Global Communications

E-Mail: [media@borgward.com](mailto:media@borgward.com)

Telefon: +49 711 365 100

Folgen Sie BORGWARD online!

[www.borgward.com](http://www.borgward.com)

[www.facebook.com/borgward.official](https://www.facebook.com/borgward.official)

[www.twitter.com/BORGWARDGroupAG](https://www.twitter.com/BORGWARDGroupAG)

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE115998/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0046 2016-02-05/10:44

051044 Feb 16

Link zur Aussendung:

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20160205\\_OTS0046](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160205_OTS0046)