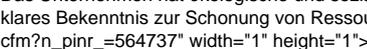




## BMW Group erzielt im April neue Bestmarke beim Absatz

BMW Group erzielt im April neue Bestmarke beim Absatz - Auslieferungen steigen im April um 4,3% auf 162.093 Einheiten - Seit Jahresbeginn Absatzplus von 7,5% auf 649.118 Fahrzeuge - Mit insgesamt 162.093 ausgelieferten Fahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce und einem Zuwachs von 4,3% im Vergleich zum entsprechenden Monat des Vorjahres (155.427) verzeichnete die BMW Group im April einen neuen Absatzrekord. Seit Jahresbeginn stiegen die Auslieferungen um 7,5% auf den neuen Höchstwert von 649.118 (Vj. 603.631) Fahrzeugen. "Die BMW Group hat im April einen neuen Bestwert beim Absatz erzielt und liegt damit auf Kurs für das angestrebte Rekordjahr 2014, in dem wir über zwei Millionen Fahrzeuge verkaufen wollen", so Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW. "Ich freue mich besonders über die positive Kundenresonanz für unsere neue BMW 2er und 4er Reihe. Sie unterstreicht die Attraktivität dieser brandneuen Modelle", sagte Robertson weiter. Insgesamt wird die BMW Group im laufenden Jahr 16 neue oder überarbeitete Modelle auf den Markt bringen. Auch die Marke BMW konnte mit insgesamt 140.840 ausgelieferten Fahrzeugen im April einen neuen Höchstwert in diesem Monat erzielen (Vj. 130.604/+7,8%). Der Absatz seit Jahresbeginn stieg um 11,2% auf 569.100 Automobile (Vj. 512.010). Die Auslieferungen des BMW 2er, der seit März verfügbar ist, beliefen sich auf 5.000 Einheiten, während sich der Absatz des BMW 4er, der im vergangenen Oktober auf den Markt kam, in den ersten vier Monaten dieses Jahres auf 25.859 Fahrzeuge summierte. Die Verkaufszahlen für den BMW 3er entwickelten sich seit Jahresbeginn positiv und erreichten per April 153.623 Einheiten (Vj. 147.807/+3,9%). Bei den Kunden weiterhin sehr begehrt ist auch der BMW 5er mit einem Absatzplus von 4,2% auf 122.510 (Vj. 117.524) Automobile. Die Auslieferungen des BMW 6er zogen deutlich um 19,4% auf 9.999 (Vj. 8.374) an. Die BMW X Modelle bleiben weiterhin starke Wachstumstreiber. Der Absatz des BMW X1 stieg in den ersten vier Monaten des Jahres um 11,8% auf 55.342 Einheiten (Vj. 49.517). Ähnlich stark entwickelte sich der BMW X3 mit 53.098 ausgelieferten Fahrzeugen (Vj. 48.346/+9,8%). Der neue BMW X5 blieb in den ersten vier Monaten des Jahres mit einem Plus von 20,8% auf 42.753 Einheiten (Vj. 35.383) ebenfalls auf Erfolgskurs. Vom BMW i3 wurden im Monat April rund 1.000 Fahrzeuge ausgeliefert. Seit Jahresbeginn liegt der Absatz damit bei 2.996 Einheiten. Zahlreiche der bislang gebauten Automobile werden derzeit weltweit als Ausstellungs- oder Testfahrzeuge benötigt. Die Absatzzahlen dürften in den kommenden Monaten mit der zunehmenden Verfügbarkeit des Fahrzeugs weiter zulegen. Die Kundenauslieferungen in den USA - einem der Hauptmärkte für den i3 - begannen Ende April. Im April wurden 20.917 Fahrzeuge der Marke MINI an Kunden ausgeliefert (Vj. 24.583/-14,9%), seit Jahresbeginn waren es 78.785 Einheiten (Vj. 90.739/-13,2%). Der Rückgang ist auf den Modellwechsel beim Kernmodell MINI Hatch zurückzuführen. Das Interesse der Kunden am neuen MINI ist sehr groß, was sich ab dem Sommer positiv in den Absatzzahlen niederschlagen dürfte. Die BMW Group steigerte in den ersten vier Monaten des Jahres 2014 ihren Absatz in allen drei Haupt-Vertriebsregionen, entsprechend der Strategie der weltweit ausgewogenen Absatzverteilung. Die Auslieferungen von Fahrzeugen der Marken BMW und MINI in Asien stiegen seit Jahresbeginn um 20,6% auf 209.558 Einheiten (Vj. 173.738). Auf dem chinesischen Festland nahm der Absatz um 25,2% auf 145.716 Fahrzeuge zu (Vj. 116.381). Ebenfalls sehr gute Verkaufszahlen meldet Südkorea mit 14.097 Auslieferungen (Vj. 11.990/+17,6%). Das Absatzwachstum in Japan belief sich im selben Zeitraum auf 15,0%. Hier wurden 21.510 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert (Vj. 18.707). In Amerika wurden seit Jahresbeginn insgesamt 135.827 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI abgesetzt (Vj. 132.865/+2,2%). In den USA stieg der Absatz in den ersten vier Monaten des Jahres 2014 um 2,5% auf 110.626 Fahrzeuge (Vj. 107.968). Die Verkaufszahlen in Brasilien erhöhten sich im gleichen Zeitraum um 23,3% auf 5.586 (Vj. 4.531) und die Auslieferungen in Mexiko um 13,7% auf 4.610 Einheiten (Vj. 4.056). Der europäische Markt zeigt weiterhin Zeichen der Erholung. Hier wurden von Januar bis April insgesamt 283.702 Modelle der Marken BMW und MINI ausgeliefert (Vj. 277.095/+2,4%). Der Absatz in Skandinavien wuchs seit Jahresbeginn deutlich mit einem Plus von 20,8% auf 14.363 Fahrzeuge (Vj. 11.893). Nach dem Rekordabsatz für das erste Quartal 2014 bleibt BMW Motorrad weiter auf der Erfolgsspur. Im April wurden weltweit 16.344 (Vj. 14.587/+12,0%) Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden ausgeliefert. Der April 2014 ist damit der bisher erfolgreichste Monat in der Unternehmensgeschichte. Per April lieferte BMW Motorrad bereits 45.063 Fahrzeuge aus (Vj. 39.319/+14,6%). Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Unternehmenskommunikation Emma Begley - Wirtschafts- und Finanzkommunikation emma.begley@bmwgroup.com - Telefon: +49 89 382-72200 - Fax: +49 89 382-24418 - Nikolai Glies - Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation nikolai.glies@bmwgroup.com - Telefon: +49 89 382-24544 - Fax: +49 89 382-24418 - Internet: www.press.bmw.de - E-Mail: presse@bmw.de Die BMW Group Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagstätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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. 

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.