BMW Group erzielt im Mai erneut Bestmarke beim Absatz

BMW Group erzielt im Mai erneut Bestmarke beim Absatz

- Absatz steigt im Mai um 6,8% auf 177.741 Automobile
- Seit Jahresbeginn Absatzplus von 7,4% auf 826.865 Fahrzeuge
- BMW 5er weiterhin Segment-Spitzenreiter mit plus 10,6% im Mai
Die BMW Group hat im Mai ihren weltweiten Absatz um 6,8% auf insgesamt 177.741 (Vj. 166.381) ausgelieferte Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce gesteigert und damit eine neue Bestmarke in dem Monat erzielt. In den ersten fünf Monaten erzielte die BMW Group mit insgesamt 826.865 (Vj. 770.012 / +7,4%) Fahrzeugauslieferungen ebenfalls einen neuen Höchstwert.
"Die BMW Group hat im Mai sowie in den ersten fünf Monaten des Jahres einen neuen Höchstwert beim Absatz erzielt. Damit liegen wir auf Kurs, unser Absatzziel von über zwei Millionen Fahrzeugen im Gesamtjahr zu erreichen", sagte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW. "Die Nachfrage nach unseren Fahrzeugen entwickelt sich in den USA wie auch in ganz Amerika positiv, und auch Asien ist weiterhin ein starker Wachstumstreiber. In Europa stehen in diesem Jahr die Zeichen weiter auf Erholung", fügte Robertson weiter an.
Der Absatz der Marke BMW verzeichnete im Mai ein Plus von 10,0%. Insgesamt wurden weltweit 153.023 (Vj. 139.142) Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Seit Jahresbeginn stiegen die Auslieferungen um 10,9% auf 722.129 (Vj. 651.152) Einheiten.
Der neue BMW 2er, der seit März auf dem Markt ist, ist mit insgesamt 7.824 verkauften Einheiten seit Markteinführung weiterhin auf Erfolgskurs. Auch die Auslieferungen des BMW 3er legten weiter zu und summierten sich per Mai auf insgesamt 193.866 (Vj. 189.830 / +2,1%) Fahrzeuge. Der BMW 4er, der vergangenen Oktober im Markt eingeführt wurde, lag in den ersten fünf Monaten bei insgesamt 35.253 Einheiten. Der BMW 5er ist weiterhin Spitzenreiter in seinem Segment. Die Zahl der ausgelieferten Einheiten des Erfolgsmodells stieg im Mai um 10,6% auf 33.213 Fahrzeuge (Vj. 30.027) und seit Jahresbeginn um 5,5% auf insgesamt 155.733 (Vj. 147.551) Einheiten. Auch der BMW 6er konnte mit insgesamt 11.812 (Vj. 10.765 / +9,7%) Fahrzeugauslieferungen einen Zuwachs beim Absatz erzielen.
Die Nachfrage nach BMW X Modellen bleibt ebenfalls unverändert hoch. In den ersten fünf Monaten seit Jahresbeginn legten die Auslieferungen des BMW X1 um 4,9% auf 67.391 (Vj. 64.235) und die des BMW X3 um 10,5% auf 69. 115 (Vj. 62.545) Einheiten zu. Der BMW X5, der 1999 das Sports Activity Vehicle Segment begründete, erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit. Die Auslieferungen der dritten Generation des X5, die seit November 2013 auf dem Markt ist, stiegen im Mai um 62,5% auf 12.382 (Vj. 7.619) Fahrzeuge. Per Mai wurden insgesamt 55.136 (Vj. 43.002 / +28,2%) Einheiten ausgeliefert.
Die Absatzzahlen des BMW i3 entwickeln sich mit insgesamt 4.145 verkauften Einheiten per Mai 2014 weiterhin positiv.
Im Mai wurden 24.373 Fahrzeuge der Marke MINI an Kunden ausgeliefert (Vj. 26.958 / -9,6%). Seit Jahresbeginn beläuft sich der Absatz auf insgesamt 103.158 (Vj. 117.697 / -12,4%) Fahrzeuge. Der Rückgang ist auf den Modellwechsel beim Kernmodell MINI Hatch zurückzuführen. Das Interesse der Kunden am neuen MINI ist groß, was sich ab dem Sommer positiv in den Verkaufszahlen niederschlagen dürfte.
Im Rahmen des angestrebten weltweit ausbalancierten Wachstums verzeichnete die BMW Group in den ersten fünf Monaten des Jahres 2014 in allen drei Haupt-Vertriebsregionen einen Absatzzuwachs.
In Asien legten die Fahrzeugauslieferungen bis Ende Mai um 19,7% auf 264.094 (Vj. 220.576) Einheiten zu. Auf dem chinesischen Festland stieg die Zahl der verkauften Fahrzeuge um 24,6% auf 184.823 (Vj. 148.319). Auch der Absatz in Süd-Korea verzeichnet weiterhin zweistellige Wachstumsraten. Insgesamt wurden dort 18.221 Fahrzeuge (Vj. 15.330 / + 18,9%) an Kunden ausgeliefert. Mit einem Plus von 7,2% und 25.210 (Vj. 23.517) verkauften Einheiten entwickelte sich der Absatz in Japan ebenfalls positiv.
In Amerika lieferte die BMW Group seit Jahresbeginn insgesamt 178.126 Fahrzeuge aus (Vj. 171.636 / +3,8%). In den USA konnte die Zahl der Fahrzeugauslieferungen in den ersten fünf Monaten des Jahres 2014 um 4,9% auf 145.957 (Vj. 139.142) Einheiten gesteigert werden. In Brasilien wurden 6.979 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert (Vj. 6.013 / +16,1%). Der Absatz in Mexiko verzeichnete ein Plus von 6,7% und belief sich auf insgesamt 5.620 Einheiten.
Die europäischen Märkte erholen sich weiterhin sukzessive, was sich in den Fahrzeug-auslieferungen der BMW Group widerspiegelt. Insgesamt wurden in den ersten fünf Monaten des Jahres 358.949 (Vj. 351.997 / +2,0%) Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. In Skandinavien können weiterhin deutlich Steigerungen beim Absatz verzeichnet werden. Seit Jahresbeginn legte die Zahl der verkauften Fahrzeuge dort auf 17.816 (Vj. 15.235) Einheiten zu, was einem Anstieg von 16,9% entspricht. Mit einem Plus von 11,8% per Mai verzeichnete auch Spanien eine zweistellige prozentuale Absatzsteigerung. Insgesamt wurden dort per Mai 16.679 (Vj. 14.917) Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert.
Auch im fünften Monat in Folge bleibt BMW Motorrad auf stabilem Wachstumskurs. Im Mai 2014 wurden weltweit 14.088 (Vj.: 13.081) Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden ausgeliefert. Im Vergleich zum Mai 2013 entspricht das einem Absatzzuwachs von 7,7%. BMW Motorrad erzielt damit einen neuen Bestwert für einen Monat Mai. In den ersten fünf Monaten lieferte BMW Motorrad insgesamt 59.151 (Vj.: 52.400) Fahrzeuge aus. Gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres entspricht das einem Wachstum von 12,9%.

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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten 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.
  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
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=567076" width="1" height="1">

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.