



BMW Group erzielt im Oktober neue Bestmarke beim Absatz

BMW Group erzielt im Oktober neue Bestmarke beim Absatz - Das neue BMW 4er Coupé (Sport Line) (06/2013) - Weltweite Auslieferungen stiegen um 11,1% auf 184.297 Fahrzeuge - Absatz legt per Oktober um 7,0% auf 1,71 Mio. Automobile zu - Seit Jahresbeginn bereits knapp 13.000 BMW i Fahrzeuge verkauft - Die BMW Group hat im Oktober angesichts der weltweit starken Nachfrage nach Fahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einen neuen Höchstwert in diesem Monat erzielt. Weltweit wurden insgesamt 184.297 Fahrzeuge ausgeliefert, was im Vergleich zum Vorjahr einem Plus von 11,1% entspricht (Vj. 165.854). In den ersten zehn Monaten des Jahres legte der Absatz der BMW Group um 7,0% auf 1.714.197 Einheiten zu (Vj. 1.602.020). Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW: "Wir verzeichnen über unsere gesamte Modellpalette sowie in allen Vertriebsregionen eine erfreuliche Absatzentwicklung. Wir sind auf einem guten Weg, im Gesamtjahr über zwei Millionen Automobile auszuliefern und damit eine neue Bestmarke beim Absatz zu erzielen." Der Absatz der Marke BMW stieg im Oktober um 10,8% auf 155.120 Einheiten (Vj. 140.060). Per Oktober stieg der Absatz um 9,3% auf 1.474.632 Fahrzeuge (Vj. 1.349.644). Beide Werte markieren ebenfalls jeweils einen neuen Höchstwert. Vom neuen BMW 2er Active Tourer, der Ende September auf den Markt kam, wurden bereits 3.011 Einheiten an Kunden ausgeliefert. Der Absatz des BMW 3er stieg seit Jahresbeginn um 3,4% auf 391.449 Einheiten (Vj. 378.440). Von der vor kurzem gestarteten BMW 4er Reihe wurden weltweit bislang 92.760 Fahrzeuge und vom BMW X4 seit seinem Marktstart im Juli 11.416 Fahrzeuge abgesetzt. Zuwächse verbuchte die BMW 5er Reihe mit einem Plus von 2,8% (309.563 / Vj. 301.180). Bei den Kunden in aller Welt weiterhin sehr begehrt ist der BMW X5. In den ersten zehn Monaten konnte das Erfolgsmodell mit einem Plus von 37,9% auf 117.418 verkaufte Fahrzeuge deutlich zulegen (Vj. 85.150). Der Absatz von BMW i Fahrzeugen stieg im Oktober weiter an: 1.985 BMW i3 Automobile wurden im abgelautenen Monat weltweit ausgeliefert, seit Jahresbeginn sind es insgesamt 12.184 Einheiten. 419 BMW i8 Fahrzeuge konnten allein im Oktober abgesetzt werden, seit dem Start der Auslieferungen im Sommer sind es 760 Einheiten. Damit beläuft sich die Zahl der in diesem Jahr verkauften BMW i Fahrzeuge bereits auf knapp 13.000. Die Marke MINI erzielte ihren besten Oktober-Absatz aller Zeiten. Weltweit wurden 28.834 Fahrzeuge an Kunden übergeben, ein Plus von 13,4% (Vj. 25.420). Der Absatz des dreitürigen MINI der neuen Generation stieg im Oktober um 53,7% (15.920 / Vj. 10.361). Insgesamt wurden seit Jahresbeginn 236.363 Fahrzeuge der Marke MINI ausgeliefert. Der Rückgang gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahrs um 5,3% (249.702) ist auf den Modellwechsel des Kernmodells in der ersten Jahreshälfte zurückzuführen. BMW Motorrad hat mit 109.052 verkauften Fahrzeugen in den ersten zehn Monaten des Jahres einen neuen Höchstwert erzielt. Dies entspricht einem Anstieg von 7,4% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum (Vj. 101.530). Im Oktober wurden 8.835 Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden ausgeliefert (Vj. 8.376 / +5,5%). Die Zahl der Auslieferungen von Fahrzeugen der BMW Group legte im Oktober in allen Vertriebsregionen zu. In Europa stieg der Absatz im Oktober um 11,0% auf insgesamt 78.483 Einheiten (Vj. 70.737). In einer Reihe von europäischen Märkten wuchs der Absatz im Oktober zweistellig: Beispielsweise in Frankreich um 24,9% auf 6.550 Fahrzeuge (Vj. 5.244); in Italien wurden 6.004 Einheiten an Kunden ausgeliefert, was einem Anstieg von 20,4% entspricht (Vj. 4.986). In den ersten zehn Monaten des Jahres nahm die Zahl der Auslieferungen in der Region um 4,1% auf 741.340 Einheiten zu (Vj. 711.920). Asien verzeichnete im Oktober ebenfalls ein starkes Absatzwachstum. Die Gesamtzahl der Auslieferungen belief sich auf 56.010 Einheiten, ein Plus von 16,7% (Vj. 47.978). Die Auslieferungen in Südkorea legten im Oktober um 37,8% auf 4.454 (Vj. 3.232) Einheiten zu, in China betrug das Absatzwachstum 20,3% auf 39.512 Fahrzeuge (Vj. 32.858). Seit Jahresbeginn kletterte der Absatz in Asien um 14,5% auf insgesamt 537.276 Fahrzeuge (Vj. 469.434). In Amerika belief sich das Absatzplus im Oktober auf 5,5%. Insgesamt 43.889 Fahrzeuge der BMW Group wurden in dieser Region an Kunden ausgeliefert (Vj. 41.583). Hauptwachstumstreiber war Nordamerika, wobei die USA einen Absatzanstieg um 7,9% auf 35.902 (Vj. 33.274) Einheiten und Kanada einen Zuwachs von 6,5% auf 3.758 (Vj. 3.527) Einheiten verzeichneten. Erfreulich entwickelte sich der Absatz auch in den ersten zehn Monaten des Jahres, in denen in Amerika insgesamt 380.966 Einheiten abgesetzt wurden (Vj. 366.661 / +3,9%). Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an: Unternehmenskommunikation Emma Begley / Wirtschafts- und Finanzkommunikation - Telefon: +49 89 382-72200 - Fax: +49 89 382-24418 - emma.begley@bmwgroup.com - Nikolai Glies / Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation, - Telefon: +49 89 382-24544 - Fax: +49 89 382-24418 - nikolai.glies@bmwgroup.com - Internet: www.press.bmw.de - E-Mail: presse@bmw.de - 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 30 Produktions- und Montagestätten in 14 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> -  [http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=580720" width="1" height="1"/>](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=580720)

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.