



BMW Group erzielt im November neuen Absatzrekord

BMW Group erzielt im November neuen Absatzrekord - Weltweite Auslieferungen steigen um 7,6% auf 188.342 Fahrzeuge - Absatz seit Jahresbeginn legt um 7,1% auf 1.902.699 Automobile zu - MINI verzeichnet im November mit 29.018 Einheiten neue Bestmarke - Robertson: Absatz-Höchstwert im Gesamtjahr in greifbarer Nähe - Die BMW Group konnte ihren weltweiten Absatz im November auf eine neue Bestmarke steigern. Die Auslieferungen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 7,6% auf 188.342 Einheiten (Vj. 174.992). Von Januar bis November 2014 stieg der Absatz um 7,1% auf den neuen Höchstwert von 1.902.699 (Vj. 1.777.012) verkauften Fahrzeugen. Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW: "Wir haben im November wie auch in den ersten elf Monaten neue Bestmarken beim Absatz erzielt. Unsere neuen Modelle kommen wie unser gesamtes Produktportfolio bei den Kunden hervorragend an. Wir liegen auf Kurs, um im laufenden Jahr wie geplant einen neuen Absatzhöchstwert von insgesamt über zwei Millionen verkauften Fahrzeugen zu erzielen." Die Absatzzahlen der Marke BMW erhöhten sich um 6,2% auf die im November neue Bestmarke von 158.953 (Vj. 149.659) Fahrzeugen. In den ersten elf Monaten stiegen die Auslieferungen der Marke um 9,0% auf den Höchstwert von 1.633.722 (Vj. 1.499.303) verkauften Einheiten. Vom BMW 2er Active Tourer - der vor zwei Monaten auf dem Markt eingeführt wurde - konnten bereits 6.918 Fahrzeuge ausgeliefert werden. Auf Erfolgskurs ist auch die BMW 4er Reihe, von der bis Ende November bereits 104.910 Einheiten ausgeliefert wurden. Vom BMW X4 konnten seit dem Marktstart im Juli 16.204 Fahrzeuge an Kunden verkauft werden. Die BMW 3er Reihe konnte ein Plus von 2,8% (432.064 / Vj. 420.401) und die BMW 5er Reihe einen Zuwachs von 2,5% im Vergleich zu den ersten elf Monaten des vergangenen Jahres (340.423 / Vj. 332.274) verzeichnen. Ein wichtiger Treiber beim Absatz ist auch der BMW X5, der seit Jahresbeginn mit 34,7% zweistellige Zuwächse einfahren konnte (131.425 / Vj. 97.574). Der Absatz von BMW i Fahrzeugen erreichte seit Jahresbeginn knapp die Marke von 15.000 Einheiten. Weltweit wurden in den ersten elf Monaten des Jahres 13.849 BMW i3 verkauft, während vom BMW i8 seit dem Verkaufsstart im Sommer 1.129 Fahrzeuge abgesetzt werden konnten. Die Marke MINI erzielte im November mit einem Plus von 16,7% auf 29.018 ausgelieferte Fahrzeuge einen neuen Absatzrekord (Vj. 24.873). Der Absatz des dreitürigen MINI der neuen Generation stieg im November um 26,3% auf 13.248 Einheiten (Vj. 10.488), während vom neu eingeführten MINI Fünftürer im selben Zeitraum 4.033 Fahrzeuge ausgeliefert wurden. Der leichte Rückgang der Gesamtabsatzzahlen der Marke per November um 3,3% auf 265.404 Einheiten (Vj. 274.575) ist auf den Modellwechsel Anfang des Jahres zurückzuführen. Auch BMW Motorrad bleibt auf stabilem Wachstumskurs. Im November wurden 7.411 Motorräder und Maxi-Scooter (Vj. 7.342 / +0,9%) verkauft. Die Absatzzahlen seit Jahresbeginn belaufen sich auf 116.463 Einheiten, was einem Zuwachs von 7,0% entspricht (Vj. 108.872). Die BMW Group konnte in den ersten elf Monaten des Jahres in allen Vertriebsregionen Zuwächse verzeichnen. Der Absatz in Europa konnte im November um 11,1% auf 80.550 (Vj. 72.473) Einheiten gesteigert werden. Bis einschließlich November konnten insgesamt 4,8% mehr Fahrzeuge abgesetzt werden (822.050 / Vj. 784.393). In der gesamten Region entwickelten sich die Märkte positiv. Beispielsweise konnte in Großbritannien, dem viertgrößten Markt der BMW Group, mit 182.922 zugelassenen Fahrzeugen ein Plus von 6,3% seit Jahresbeginn (Vj. 172.035) und von 20,1% im November (16.998 / Vj. 14.151) verzeichnet werden. Der Absatz in Frankreich wuchs seit Jahresbeginn um 6,1% auf insgesamt 60.371 Auslieferungen (Vj. 56.922). In Asien legte der Absatz im November mit einem Plus von 9,9% auf 57.825 verkaufte Fahrzeuge zu (Vj. 52.636). Seit Januar stieg der Absatz in der Region um 14,0% auf 595.101 Einheiten (Vj. 522.070). Südkorea konnte seit Jahresbeginn 17,2% zulegen (42.430 / Vj. 36.193). Auf dem chinesischen Festland konnten die Verkäufe im gleichen Zeitraum um 17,2% gesteigert werden (415.209 / Vj. 354.153). In Amerika lag das Wachstum mit 44.065 verkauften BMW und MINI Fahrzeugen im November etwa auf dem Niveau des Vorjahres (Vj. 44.353 / -0,6%). In den ersten elf Monaten des Jahres wurden 425.031 Einheiten (Vj. 411.014 / +3,4%) ausgeliefert. In den USA konnte das Unternehmen seit Januar 347.709 Automobile absetzen (Vj. 331.801 / +4,8%), während in Mexiko im selben Zeitraum ein Plus von 4,9% verzeichnet wurde (13.268 / Vj. 12.648). 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 - 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

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.