BMW Group strebt 2015 erneut Absatzzuwachs an

BMW Group strebt 2015 erneut Absatzzuwachs an

Absatzsteigerungen bei BMW, MINI und Rolls-Royce erwartet
Rückenwind durch Marktstart von 15 neuen Modellen in 2015
Nach dem Absatzrekord im vergangenen Jahr steuert die BMW Group auch 2015 einen Zuwachs bei den weltweiten Auslieferungen an. Mit insgesamt 2.117.965 verkauften Automobilen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce (Vj.: 1.963.798 / +7,9%) lieferte die BMW Group im vergangenen Jahr mehr Fahrzeuge aus als je zuvor in ihrer knapp 100-jährigen Geschichte.
"Mit dem Marktstart von 15 neuen Modellen in 2015 wollen wir die positive Absatzentwicklung der vergangenen Jahre weiter fortsetzen. Trotz anhaltender Volatilität in manchen Märkten rechnen wir im laufenden Jahr erneut mit einem Absatzzuwachs in allen Hauptvertriebsregionen", sagte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW, am Montag auf der Detroit Motor Show.
"Der europäische Markt wird sich weiter erholen, besonders bei den südeuropäischen Ländern ist Wachstumspotenzial vorhanden", so Robertson weiter. "Auch der Markt in den USA dürfte sich im laufenden Jahr weiterhin positiv entwickeln. Asien wird 2015 ebenfalls ein zusätzlicher Wachstumstreiber sein."
Peter Schwarzenbauer, Mitglied des Vorstands der BMW AG mit Zuständigkeit für MINI, BMW Motorrad und Rolls-Royce, sagte am Montag in München: "MINI verzeichnete trotz des Wechsels beim MINI 3-Türer Kernmodell und mit der Einführung des neuen MINI 5-Türers 2014 das beste vierte Quartal aller Zeiten. Mit diesem Wachstumsimpuls gehen wir ins neue Jahr. Mit durchschnittlich 2,5 Jahren verfügen wir über die jüngste MINI Modellpalette seit langem. Darüber hinaus wird der neue MINI Clubman noch in diesem Jahr Premiere feiern. Ich bin zuversichtlich, dass MINI 2015 einen Absatzrekord erzielen wird. Auch der Absatz von Rolls-Royce erreichte 2014 mit weltweit über 4.000 verkauften Fahrzeugen einen Bestwert, ein Erfolg, auf den wir auch im neuen Jahr bauen können. Das Gleiche gilt für BMW Motorrad. Wir haben 2014 mehr Maxi-Scooter und Motorräder verkauft als jemals zuvor. Dieses Jahr werden wir fünf neue Modelle vorstellen und damit die Dynamik der vergangenen Jahre fortführen."
Für die Marke BMW war 2014 bei den Auslieferungen das bislang erfolgreichste Jahr. Der weltweite Absatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 9,5% auf 1.811.719 (Vj.: 1.655.138) Automobile. Im Dezember erreichten die Absatzzahlen mit einem Plus von 14,2% ebenfalls einen neuen Höchstwert (177.954 / Vj.: 155.835).
Vom BMW 2er Coupé wurden im ersten Verkaufsjahr 27.933 Einheiten abgesetzt. Der BMW 2er Active Tourer wurde seit dem Marktstart vor drei Monaten bereits an 13.091 Kunden ausgeliefert. Die BMW 3er Reihe - die weiterhin Marktführer in ihrem Segment ist - konnte um 2,0% auf 476.792 (Vj.: 467.672) Einheiten zulegen. Auf Erfolgskurs ist auch die BMW 4er Reihe, von der im vergangenen Jahr 119.580 Fahrzeuge verkauft werden konnten. Zuwächse verbuchte auch die BMW 5er Reihe, die mit 373.053 Einheiten weltweit ebenfalls an der Spitze ihres Segments steht (Vj. 366.992 / +1,7%). Von dem im Juli gestarteten BMW X4 konnten bislang 21.688 Fahrzeuge abgesetzt werden. Die dritte Generation des BMW X5 konnte mit einem Plus von 37,4% auf 147.381 Fahrzeuge deutlich zulegen (Vj.: 107. 231).
Positiv entwickelt sich auch die Nachfrage nach BMW i Fahrzeugen. Beinahe 17.800 Kunden haben sich 2014 für ein BMW i Automobil entschieden. Die weltweiten Verkaufszahlen des BMW i3 belaufen sich auf 16.052 Einheiten. Ein Großteil davon entfiel mit der Einführung in mehreren großen Märkten wie den USA auf die zweite Jahreshälfte. Insgesamt konnten zudem 1.741 BMW i8 seit dem Marktstart im Sommer ausgeliefert werden.
Trotz des Wechsels beim MINI Kernmodell lagen die Absatzzahlen der Marke im vergangenen Jahr mit 302.183 Einheiten etwa auf dem Niveau des Vorjahresrekords (Vj.: 305.030 / -0,9%). Im Dezember erzielte die Marke einen neuen Bestwert mit 36.773 Auslieferungen weltweit (Vj.: 30.455 / +20, 7%). Im selben Zeitraum legte der Absatz des MINI 3-Türers um 33,9% auf 16.418 Fahrzeuge zu (Vj.: 12.262), vom MINI 5-Türer konnten 6.954 Fahrzeuge ausgeliefert werden. Beim MINI Countryman erhöhte sich 2014 der Absatz um 5,0% auf 106.995 Einheiten (Vj.: 101.897). Der MINI Paceman legte um 6,0% auf 15.567 (Vj.: 14.687) Fahrzeuge zu.
Der Absatz von Rolls-Royce erreichte 2014 mit weltweit 4.063 verkauften Einheiten (Vj.: 3. 630 / +11,9%) zum fünften Mal in Folge einen Bestwert. Damit konnten mehr Fahrzeuge als jemals zuvor in der 111-jährigen Geschichte der Marke an Kunden ausgeliefert werden. Die Rolls-Royce Absatzzahlen entwickelten sich mit zweistelligen Zuwachsraten in den meisten Verkaufsregionen sehr erfreulich. Dieses außerordentliche Wachstum führte dazu, dass im Jahr 2014 vier Mal so viele Fahrzeuge wie 2009 ausgeliefert werden konnten. Maßgeblich für diesen Erfolg war die starke Nachfrage nach dem Ghost Series II, der seit November auf dem Markt ist. Auch der Wraith trug in seinem ersten vollen Verkaufsjahr zu der positiven Bilanz bei, während der Phantom weiterhin eine Spitzenstellung im Produktportfolio der Marke einnimmt.
BMW Motorrad hat im vergangenen Jahr mit 123.495 (Vj.: 115.215) verkauften Motorrädern und Maxi-Scootern im vierten Jahr in Folge ebenfalls einen Höchstwert erzielt. Dies entspricht einem Zuwachs von 7,2%. Im Dezember wurden 7.032 (Vj.: 6.343) Fahrzeuge ausgeliefert, ein Plus von 10,9% gegenüber dem entsprechenden Vorjahresmonat.
Die BMW Group erzielte 2014 Wachstum in allen Hauptvertriebsregionen
In Europa stieg der Absatz der BMW Group per Dezember um 6,4% auf 913.803 (Vj.: 858.990) Einheiten. Im Gesamtjahr 2014 verzeichneten alle europäischen Märkte eine positive Entwicklung. Der Heimatmarkt Deutschland konnte mit 273.433 Neuzulassungen (Vj.: 268.838) um 1,7% zulegen. Der Absatz in Großbritannien, dem zweitgrößten Markt der Region, kletterte im abgelaufenen Jahr um 8,4% auf 204.749 (Vj.: 188.837) Einheiten, während in Frankreich insgesamt 67.449 Fahrzeuge verkauft werden konnten (Vj.: 64.082 / +5,3%).
In Asien wurde 2014 ein Plus von 13,8% auf 656.395 Fahrzeuge (Vj.: 576.616) verzeichnet. Dieser Zuwachs spiegelt sich in den Zahlen für den Dezember wider - die Auslieferungen beliefen sich in dem Monat auf 61.295 Einheiten (Vj.: 54.546 / +12,4%). Deutliche Zuwachsraten konnten auch auf dem chinesischen Markt erzielt werden. Die Auslieferungen auf dem chinesischen Festland legten per Dezember um 16,7% auf 455.979 (Vj.: 390.713) Fahrzeuge zu. Auch in Korea stiegen die Verkaufszahlen mit 46.400 ausgelieferten Fahrzeugen (Vj.: 39.558 / +17,3%) deutlich an.
In Amerika erzielte die BMW Group 2014 einen Absatzzuwachs von 3,9% (481.056 / Vj.: 462.891). Der US-Markt war dabei der wesentliche Wachstumstreiber. Im Gesamtjahr stiegen die Auslieferungen dort um 5,3% auf insgesamt 395.850 Einheiten (Vj.: 375.782). Der kanadische Markt fuhr ein Plus von 1,2% ein (38.188 / Vj.: 37.723). In Mexiko legten die Verkaufszahlen um 6,5% auf 14.902 Fahrzeuge zu (Vj.: 13.992).
Wachstumsimpulse im zweistelligen Bereich kamen auch aus der Vertriebsregion Mittlerer Osten. Dort verzeichnete das Unternehmen mit 30.148 ausgelieferten BMW und MINI Fahrzeugen im Jahr 2014 ein Plus von 22,6% (Vj.: 24.596). Im Dezember verzeichnete die Region einen Zuwachs von 30,4% auf 2.511 Einheiten (Vj.: 1.926).
Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte 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- und Finanzkommunikation
 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 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 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

Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Emma Begley
Tel.: +49-89-382-72200
E-Mail Adresse: emma.begley@bmwgroup.com
<img src="http://www.pressrelations. de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=585594" width="1" height="1">

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

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.