



BMW Group erzielt besten März-Absatz aller Zeiten

BMW Group erzielt besten März-Absatz aller Zeiten - Auslieferungen steigen um 9,2% auf 232.556 Fahrzeuge - Absatzrekord im ersten Quartal: Plus von 8,1% auf 526.669 Einheiten - Ausgewogenes Wachstum in allen Vertriebsregionen weltweit - Starker Absatz der neuen BMW Modelle: 2er, 4er, X5 und X6 - BMW i Auslieferungen übertreffen im März 2.600 Fahrzeuge - MINI verzeichnet bestes erstes Quartal aller Zeiten - Die BMW Group erzielte im März eine neue Höchstmarke bei den Auslieferungen und damit zugleich einen neuen Absatzrekord in einem ersten Quartal. Weltweit wurden im März 232.556 BMW, MINI und Rolls-Royce Fahrzeuge verkauft, 9,2% mehr als im entsprechenden Vorjahresmonat. In den ersten drei Monaten des Jahres 2015 konnte die BMW Group ihren Absatz um 8,1% auf 526.669 Fahrzeuge steigern. "Dies war unser stärkstes erstes Quartal aller Zeiten, und wir konnten den Absatz in allen Vertriebsregionen weltweit steigern", sagte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW. "Besonders erfreulich ist die weitere Erholung in Europa bei nach wie vor starken Verkaufszahlen in Nordamerika. Die Impulse, die von unserer neuen Produktpalette ausgehen, werden dafür sorgen, dass wir unser Ziel, in diesem Jahr mehr Fahrzeuge an Kunden auszuliefern als jemals zuvor, erreichen werden", so Robertson weiter. Insgesamt wurden im März 195.593 BMW Fahrzeuge ausgeliefert, eine neue Bestmarke für diesen Monat (+5,1%). Mit per März 451.576 weltweit verkauften Fahrzeugen und einer Zunahme um 5,4% war es zugleich das beste erste Quartal für die Marke. Der neue BMW 2er erfreute sich mit einem Absatz von 14.696 Einheiten im März weiterhin hoher Nachfrage. Rund zwei Drittel davon entfielen auf den neuen BMW 2er Active Tourer, von dem 9.790 Einheiten an Kunden ausgeliefert wurden. Der Absatz des BMW 4er blieb mit 18.373 Auslieferungen im März weiterhin auf hohem Niveau. Der erfolgreiche BMW 5er konnte mit 36.028 im März verkauften Fahrzeugen (+0,3%) seine hohen Absatzzahlen behaupten. Zugleich setzt sich der große Vertriebs Erfolg der BMW X Familie fort: Die Auslieferungen der dritten Generation des BMW X5 erhöhten sich um 12,1% auf 15.289 Einheiten, während der Absatz des BMW X6 um 5,4% auf insgesamt 3.880 zulegte. Mehr als 2.600 Einheiten des innovativen Elektrofahrzeugs BMW i wurden im März verkauft. Dabei war der Absatz des BMW i3 mit insgesamt 2.067 Kundenauslieferungen höher als jemals zuvor in einem Monat, und die Nachfrage nach dem BMW i8 - dem neu gekürten World Green Car of the Year - bleibt weiterhin stark. Der Absatz von MINI Fahrzeugen stieg im Vergleich zum März letzten Jahres deutlich an; im Vorjahr waren die Verkaufszahlen vom Wechsel des Kernmodells beeinflusst. "MINI verzeichnete das beste erste Quartal aller Zeiten", erklärte Peter Schwarzenbauer, Mitglied des Vorstands der BMW AG, MINI, BMW Motorrad, Rolls-Royce. "Die neuen MINI 3- und 5-Türer sind jetzt in vollem Umfang verfügbar, und die hohe Nachfrage zeigt, wie gut diese Modelle bei unseren Kunden weltweit ankommen", so Schwarzenbauer weiter. Im März 2015 erhöhten sich die MINI Auslieferungen um 38,9% auf insgesamt 36.635 Einheiten. Mit 74.312 in den ersten drei Monaten des Jahres abgesetzten Fahrzeugen (+28,4%) erzielte die Marke ihr bestes erstes Quartal aller Zeiten. Von der neuen Generation des dreitürigen MINI wurden im März 13.890 Automobile an Kunden ausgeliefert, 79,7% mehr als im gleichen Monat des Vorjahres. Der Monatsabsatz des neuen fünftürigen MINI belief sich auf 9.688 Fahrzeuge. Im Vergleich zum Vorjahresquartal, das für Rolls-Royce Motor Cars aufgrund der sehr erfolgreichen Markteinführung des Wraith besonders absatzstark war, waren die Verkaufszahlen der Marke mit Sitz in Goodwood in den ersten drei Monaten dieses Jahres moderat, entsprachen jedoch den Erwartungen im Rahmen des Planungszyklus des Unternehmens. Schwierige Bedingungen auf dem Luxusgütermarkt in China führten zu zusätzlichen Herausforderungen im ersten Quartal. Per März dieses Jahres hat Rolls-Royce 781 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert (-12,9%). Im Einklang mit der Unternehmensstrategie des weltweit ausgewogenen Wachstums verzeichneten alle Vertriebsregionen der BMW Group sowohl im März als auch im ersten Quartal Zuwächse bei den Auslieferungen. In Europa stieg der Absatz von BMW und MINI Fahrzeugen im März um 11,8% auf 114.290 Fahrzeuge. Auch das erste Quartal verzeichnete ein solides Wachstum mit einem Anstieg von 9,6% auf 234.658 Einheiten. Fast alle europäischen Märkte konnten ihren Absatz im Jahresvergleich steigern, in vielen Ländern wurde im März erneut ein zweistelliges Wachstum verzeichnet. Die Auslieferungen von BMW und MINI Modellen in Großbritannien - dem viertgrößten Markt der BMW Group - beliefen sich auf insgesamt 37.872 Fahrzeuge, ein deutlicher Zuwachs um 19,9% gegenüber dem entsprechenden Vorjahresmonat. Ein ähnlich starkes Wachstum von 20,0% erzielte Frankreich. Dort wurden 8.056 MINI und BMW Fahrzeuge ausgeliefert. Der starke Jahresauftakt in Amerika setzte sich im März fort. Der Absatz von BMW und MINI erhöhte sich um 9,8% auf insgesamt 47.362 Fahrzeuge. Stark war auch das erste Quartal mit einem Zuwachs von 9,9% auf 109.510 Einheiten. Nordamerika bleibt der größte Wachstumstreiber in der Region mit einem Absatz von 40.139 Fahrzeugen (+12,2%) in den USA bzw. 3.125 in Kanada (+2,2%). Asien verzeichnete im März mit insgesamt 64.988 Auslieferungen (+4,8%) ebenfalls ein stabiles Wachstum. Auch im ersten Quartal konnte die BMW Group ihren Absatz in der Region steigern: 166.330 BMW und MINI Fahrzeuge wurden an Kunden ausgeliefert, ein Plus von 5,2% gegenüber dem gleichen Zeitraums des Vorjahres. Im März stieg der Absatz auf dem chinesischen Festland um 8,1% auf insgesamt 43.824, in Südkorea um 17,6% auf 4.340 Einheiten. BMW Motorrad lieferte im März 15.912 Motorräder und Maxi-Scooter aus, eine Zunahme um 4,8% gegenüber dem entsprechenden Vorjahresmonat. Im ersten Quartal legte der weltweite Absatz um 9,2% auf 31.370 Einheiten zu. 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- 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 belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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=591548 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.