



BMW Motorrad erzielt bestes erstes Quartal aller Zeiten. Erstmals über 30.000 verkaufte Einheiten per März.

BMW Motorrad erzielt bestes erstes Quartal aller Zeiten. Erstmals über 30.000 verkaufte Einheiten per März. BMW Motorrad erzielte in den ersten drei Monaten des Jahres das bisher beste erste Quartal aller Zeiten. Per März stieg der Absatz auf 31.370 Fahrzeuge (Vj. 28.719 Eh). Dies entspricht einem Wachstum von 9,2 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Im März lieferte BMW Motorrad weltweit 15.912 Motorräder und Maxi-Scooter (Vj.: 15.183 Eh) an seine Kunden aus und verzeichnete einen Absatzzuwachs von 4,8 %.

Heiner Faust, Leiter Vertrieb und Marketing BMW Motorrad: "BMW Motorrad ist mit dem besten ersten Quartal aller Zeiten in die Motorradsaison 2015 gestartet. Erstmals in der Geschichte von BMW Motorrad haben wir nach drei Monaten über 31.000 Fahrzeuge an unsere Kunden ausgeliefert und so ein kräftiges Plus von 9,2% erzielt. Mit unserer hochemotionalen Marke, einem starken Produktportfolio und faszinierenden Modellneuheiten erreichen wir immer mehr Kunden in aller Welt. So konnten wir in den ersten drei Monaten Zuwächse in fast allen Vertriebsregionen verzeichnen. Deutschland bleibt dabei unser stärkster Einzelmarkt. Von Januar bis März haben wir hier mit 5.369 verkauften Fahrzeugen eine Steigerung von 12% gegenüber dem Vorjahr erzielt. In der Rangliste der absatzstärksten Länder folgen USA (3.229 Eh), Frankreich (3.155 Eh), Italien (2.936 Eh) und Großbritannien (1.746 Eh). Besonders erfreulich verlief das erste Quartal in einigen südeuropäischen Ländern. So konnten Portugal (+46%) und Spanien (+24%) ein deutliches Wachstum gegenüber dem Vorjahreszeitraum verzeichnen. Auch in den asiatischen Märkten verlief die Nachfrage sehr positiv. Spitzenreiter der BMW Motorrad Verkaufsrangliste bleibt die Reiseenduro R 1200 GS und ihr Schwestermodell R 1200 GS Adventure. Über 10.000 Einheiten wurden in diesem Jahr bereits weltweit an Kunden ausgeliefert. Auf Rang drei folgt die R 1200 RT mit 2.681 verkauften Fahrzeugen. Platz vier belegt nach nur wenigen Wochen im Handel die neue S 1000 RR. Mit 2.574 Einheiten verzeichnet die vierte Generation des BMW Supersportlers einen starken Verkaufsstart. Wir bleiben auf Wachstumskurs und haben uns vorgenommen, den Absatzbestwert von 2014 erneut zu übertreffen", so Heiner Faust.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Renate Heim, Kommunikation BMW Motorrad
Telefon: +49 89 382-21615
Fax: +49 89 382-23927
Markus Sagemann, Leiter Kommunikation MINI und BMW Motorrad
Telefon: +49 89 382-68796
Fax: +49 89 382-23927
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 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>

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.