



BMW Group verzeichnet auch im April Absatzzuwachs

BMW Group verzeichnet auch im April Absatzzuwachs
Auslieferungen stiegen um 8,4% auf 175.972 Fahrzeuge
Bestmarke bei BMW: über 600.000 Fahrzeuge seit Jahresbeginn
Über 100.000 MINI in den ersten vier Monaten: neuer Rekord
BMW Motorrad: erfolgreichster Monat in der Unternehmensgeschichte
Ausgewogenes Wachstum weltweit
Das stabile Absatzwachstum der BMW Group setzte sich mit neuen Bestwerten bei BMW, MINI und BMW Motorrad im April weiter fort. Insgesamt wurden weltweit 175.972 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, eine Steigerung von 8,4% gegenüber dem Vorjahreswert. Dieses stabile Wachstum spiegelt sich auch in den Zahlen seit Jahresbeginn wider: 702.643 Fahrzeuge wurden in den ersten vier Monaten des Jahres 2015 verkauft, 8,2% mehr als im entsprechenden Vorjahreszeitraum.
Im Anschluss an unser bestes erstes Quartal aller Zeiten konnte die BMW Group ihren Absatz auch im April in allen Regionen weltweit steigern", erklärte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW. "Wir verfolgen erfolgreich unser Ziel eines weltweiten ausgewogenen Wachstums, und wir sind davon überzeugt, dass die neuen Modelle, die wir 2015 auf den Markt bringen, diesen positiven Trend weiter fortführen werden."
Mit 148.896 ausgelieferten Fahrzeugen - 5,6% mehr als im April vergangenen Jahres - hat die Marke BMW einen neuen Bestwert für den Monat April erreicht. Auch per April verzeichnete die Marke einen neuen Rekord mit insgesamt 600.473 verkauften Fahrzeugen, was einem Zuwachs von 5,5% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum entspricht.
Der Absatz der BMW 2er Reihe entwickelte sich mit 10.439 verkauften Einheiten im April weiter positiv. Davon entfielen mit 6.548 ausgelieferten Einheiten erneut rund zwei Drittel auf den neuen BMW 2er Active Tourer. Die Nachfrage nach der BMW 4er Reihe blieb mit 12.696 verkauften Fahrzeugen im April ebenfalls hoch. Zugleich setzte sich der Erfolg der BMW X Familie fort: Der Absatz der dritten Generation des BMW X5 stieg im April auf 12.774 Einheiten und war damit im Jahresvergleich um 8,9% höher. Der BMW X6 verzeichnete im April mit einer Steigerung von 28,5% auf 3.633 verkaufte Fahrzeuge ein deutliches Absatzplus. 1.687 Kunden weltweit entschieden sich im April für eines der innovativen BMW i Fahrzeuge.
Auch MINI erreichte mit 26.766 verkauften Fahrzeugen und einem Zuwachs von 27,8% einen neuen Bestwert im April. Nach dem Wechsel des Hauptmodells im Vorjahr führte die volle Verfügbarkeit der MINI 3- und 5-Türer zu einem deutlichen Anstieg um 28,3% auf 101.079 verkaufte Einheiten in den ersten vier Monaten des Jahres. Erstmals hat MINI damit mehr als 100.000 Fahrzeuge innerhalb dieses Zeitraums ausgeliefert. Insgesamt wurden im April 9.578 MINI 3-Türer (+30,3%) und 7.814 MINI 5-Türer an Kunden ausgeliefert.
Alle BMW Vertriebsregionen verzeichneten sowohl im April als auch im Gesamtjahr einen Absatzzuwachs. Damit setzte das Unternehmen seine Strategie eines ausgewogenen globalen Wachstums erfolgreich fort.
In Europa stieg der Absatz von BMW und MINI Fahrzeugen im April um 8,7% auf 75.928 Fahrzeuge. In den ersten vier Monaten des Jahres konnten insgesamt 310.588 Einheiten und damit 9,4% mehr als im entsprechenden Vorjahreszeitraum abgesetzt werden. Viele europäische Märkte erzielten im April ein solides Wachstum. So stiegen die Auslieferungen in Großbritannien um 8,4% auf 14.774 Einheiten, während sich der Absatz in den südeuropäischen Märkten weiter erholte. In Spanien beispielsweise wurden 3.549 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, eine Steigerung von 11,7%.
Auch in Amerika war der April ein erfolgreicher Monat: 40.609 BMW und MINI Fahrzeuge wurden an Kunden ausgeliefert, ein Zuwachs von 12,1%. Per April stieg der Absatz um 10,5 auf 150.119 Einheiten. Nordamerika ist der stärkste Wachstumstreiber der Region mit 32.428 verkauften Fahrzeugen im April in den USA (+9,6%) bzw. 4.177 Einheiten in Kanada (+39,7%).
Die Auslieferungen in Asien stiegen im April um 5,9% auf 54.469 BMW und MINI Fahrzeuge. In den ersten vier Monaten des Jahres wurden 220.799 Einheiten ausgeliefert, ein Zuwachs von 5,4% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum. Der Absatz auf dem chinesischen Festland erreichte mit 37.976 ausgelieferten Fahrzeugen (+0,6%) im April das hohe Vorjahresniveau. Zugleich stiegen die Absatzzahlen in Südkorea um 23,6% auf 4.340 Einheiten.
Auch bei BMW Motorrad setzte sich nach dem Rekord im Auftaktquartal das Absatzwachstum fort. Im April wurden weltweit 16.554 Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden ausgeliefert, eine Steigerung von 1,3% gegenüber dem Vorjahresmonat. Damit war der April der erfolgreichste Monat aller Zeiten in der Geschichte von BMW Motorrad. In den ersten vier Monaten des Jahres stieg der Absatz um 6,3% auf 47.924 Einheiten. Das Wachstum ist auf die hohe Nachfrage nach den 2014 und 2015 eingeführten neuen Modellen zurückzuführen.
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen 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
Email: 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 Grundlagedes 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.