



BMW Group steigert Absatz - bester August aller Zeiten

BMW Group steigert Absatz - bester August aller Zeiten
7,2% mehr Auslieferungen im August, 156.437 Fahrzeuge - Marke BMW verkauft im August 135.735 Fahrzeuge - plus 7,6% - Absatz BMW Group seit Jahresbeginn bei 1.429.390 - plus 7,4% - Starke Impulse in Europa: +10,5% in den ersten acht Monaten - MINI Absatz steigt seit Jahresbeginn um 20,6% auf 211.826 Wagen - Die BMW Group hat mit 156.437 Auslieferungen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ihren besten August-Absatz aller Zeiten erzielt. Das entspricht einem Plus von 7,2% gegenüber dem Vorjahresmonat. Die Zahl von 1.429.390 verkauften Fahrzeugen seit Jahresbeginn (+7,4%) bedeutet zugleich eine Bestmarke für die ersten acht Monate eines Jahres. "Obwohl die wirtschaftliche Lage in einigen Märkten herausfordernd bleibt, verkaufen wir weltweit kontinuierlich mehr Fahrzeuge als jemals zuvor", sagte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Vertrieb und Marketing BMW. "Während die zügige Normalisierung auf dem chinesischen Markt für Gegenwind sorgt, sehen wir ausgezeichnete Wachstumsraten in Europa, und auch viele asiatische Märkte sowie die NAFTA Region entwickeln sich sehr positiv. Wir setzen unsere Strategie einer weltweit ausbalancierten Absatzverteilung fort und vermeiden damit Abhängigkeiten von einzelnen Märkten. Nachdem mit dem BMW 7er und dem BMW X1 in diesem Jahr noch zwei herausragende neue Modelle auf den Markt kommen, bin ich davon überzeugt, dass sich unser globales Absatzwachstum 2015 weiter fortsetzt." Die Marke BMW steigerte ihren globalen Absatz im August um 7,6% auf insgesamt 135.735 Auslieferungen. Seit Jahresbeginn legten die Verkäufe um 5,5% auf 1.215.298 Einheiten zu. Das Absatzwachstum im August wurde dabei am stärksten von den zahlreichen jüngst eingeführten oder überarbeiteten BMW Modellen getragen. Die weltweiten Kundenauslieferungen der BMW 1er Reihe beliefen sich im August auf 11.498, das sind 4,8% mehr als im Vorjahresmonat. Der Absatz der BMW 2er Reihe bleibt auf hohem Niveau und erreichte im abgelaufenen Monat 12.648 Einheiten. Die Auslieferungen der jüngst überarbeiteten BMW 3er Reihe nahmen im August um 4,4% auf weltweit 35.497 verkaufte Einheiten zu. Der erst vor gut einem Jahr eingeführte BMW X4 verzeichnete im August einen Absatzsprung um fast 90% auf 3.723 Fahrzeuge. Die Auslieferungen des BMW X6 haben sich im August mit 3.082 Einheiten mehr als verdoppelt. In den ersten acht Monaten des laufenden Jahres wurden weltweit insgesamt 16.800 BMW i Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Im August nahmen 20.471 Kunden einen neuen MINI in Empfang, das sind 5,0% mehr als im gleichen Monat des Vorjahres. Der Absatz seit Jahresbeginn stieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 20,6% auf insgesamt 211.826 Fahrzeuge. Das ist ein Bestwert für die ersten acht Monate. Mit 80.960 Einheiten wurden in den ersten acht Monaten 18,7% mehr MINI 3-Türer verkauft als im Vergleichszeitraum des vergangenen Jahres. Vom MINI 5-Türer waren es bis Ende August 57.364 Einheiten. Alle globalen Vertriebsregionen verzeichneten sowohl im Monats- als auch im Jahresvergleich zu 2014 Wachstum, entsprechend der von der BMW Group verfolgten Strategie der weltweit ausgewogenen Absatzverteilung. Von Europa gehen im bisherigen Jahresverlauf starke Impulse aus. Der zusammengefasste Absatz von BMW und MINI stieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 10,5% (622.625 Einheiten). Großbritannien, der für die BMW Group viertgrößte Markt, verzeichnet mit einem Plus von 14,4% und 131.608 Kundenauslieferungen seit Jahresbeginn weiterhin deutliches Absatzwachstum. Auch viele andere Märkte erreichten zweistellige Zuwachsraten. So stieg beispielsweise die Zahl der Zulassungen von BMW und MINI Fahrzeugen in Frankreich in den ersten acht Monaten um 20,9% (48.959). Viele südeuropäische Märkte melden deutliches Absatzwachstum. Ein Beispiel ist Portugal, wo die Kundenauslieferungen seit Jahresbeginn um 26,4% auf 9.423 Einheiten zulegten. Der Absatz in Amerika wächst weiterhin solide. Insgesamt 321.375 BMW und MINI Fahrzeuge wurden in dieser Region seit Jahresbeginn an Kunden ausgeliefert, eine Zunahme um 7,4%. In den USA belief sich die Zahl der Auslieferungen in den ersten acht Monaten auf 263.908, das sind 7,3% mehr als im Vorjahreszeitraum. In Kanada legte der Absatz seit Beginn des Jahres um 11,8% (27.094) und in Mexiko um 18,7% (11.013 Einheiten) zu. In Asien stiegen die Auslieferungen von BMW und MINI Fahrzeugen seit Beginn des Jahres gegenüber dem letztjährigen Vergleichszeitraum um 3,8% auf 440.908. Erstmals überhaupt übertraf der Absatz auf dem chinesischen Festland in den ersten acht Monaten die Marke von 300.000 Einheiten (+0,9% / 301.529). Japan und Südkorea bleiben die größten Wachstumstreiber in der Region. In Japan legten die Auslieferungen seit Jahresbeginn um 11,3% zu (42.920), in Südkorea fiel das Absatzwachstum mit 20,7% auf 35.671 Einheiten sogar noch stärker aus. Die Absätze von BMW Motorrad zeigen weiterhin eine hervorragende Wachstumsdynamik. Im August wurden 8.737 Motorräder und Maxi-Scooter verkauft, was einer Zunahme um 15,2% im Vergleich zum August des vergangenen Jahres entspricht. In den ersten acht Monaten dieses Jahres nahmen 101.323 Kunden ein BMW Motorrad in Empfang. Damit verkaufte die Marke erstmals überhaupt zu diesem Zeitpunkt mehr als 100.000 Einheiten und wuchs gegenüber dem Vorjahr um 12,3%. 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 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
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


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.