



BMW Group mit bestem Oktober-Absatz aller Zeiten

BMW Group mit bestem Oktober-Absatz aller Zeiten
BMW Group Absatz in ersten zehn Monaten: 1.836.464; +7,1% Wachstum in allen drei Haupt-Vertriebsregionen
BMW X Modelle mit starkem Wachstum
Hohes Kundeninteresse an neuem BMW 7er
MINI: +15,4% seit Jahresbeginn, 272.819 Auslieferungen weltweit
Auf die drei besten Absatz-Quartale der Unternehmensgeschichte folgt für die BMW Group mit dem Oktober ein weiterer Rekordmonat bei den Auslieferungen. Der Gesamtabsatz der BMW, MINI und Rolls-Royce Fahrzeuge erreichte im abgelaufenen Monat 191.651 Einheiten und legte damit gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres um 4,0% zu. In den ersten zehn Monaten dieses Jahres stieg der Absatz der BMW Group um 7,1% auf 1.836.464 Fahrzeuge.
"Unser Absatz wächst in allen Regionen der Welt weiterhin kontinuierlich, trotz der anhaltenden Volatilität in einigen Märkten", sagte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Vertrieb und Marketing BMW. "Der Absatz unserer BMW X Modelle zeigt besonders gutes Wachstum, und das in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld. Der neue BMW X1 erfreut sich einer extrem hohen Nachfrage. Unsere Kunden auf der ganzen Welt sind begeistert von dem ebenfalls erst seit kurzem erhältlichen neuen BMW 7er. Daher erwarten wir uns zusätzlichen Rückenwind bis zum Ende des Jahres", so Robertson weiter.
Der Absatz von BMW Fahrzeugen stieg im Oktober um 6,3% auf 164.915 verkaufte Einheiten. Die Auslieferungen in den ersten zehn Monaten des Jahres legten gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres um 5,8% zu und beliefen sich auf insgesamt 1.560.697 Fahrzeuge.
Der Absatz der BMW 2er Modelle steigt weiterhin und belief sich im Oktober auf 15.615 Kundenauslieferungen weltweit. Dabei bleibt der BMW 2er Active Tourer der Bestseller: Mit 7.915 verkauften Einheiten im Oktober hat er seinen Absatz mehr als vervierfacht. Von der BMW 4er Reihe wurden im Oktober weltweit 11.575 Fahrzeuge abgesetzt, 6,3% mehr als im gleichen Monat des Vorjahres. Wichtigste Wachstumstreiber bleiben auch weiterhin die überaus beliebten X Modelle. So stieg der Oktober-Absatz des BMW X3 um 7,3% auf 11.915 Fahrzeuge, während vom X4 im Oktober mit 4.428 weltweiten Auslieferungen 5,0% mehr Automobile abgesetzt wurden. Insgesamt 13.541 BMW X5 gingen im Oktober an Kunden in aller Welt (+9,1%), und der Absatz des BMW X6 hat sich im abgelaufenen Monat mit 4.335 Fahrzeugen nahezu verdreifacht.
2.553 BMW i Fahrzeuge wurden im Oktober an Kunden übergeben, 6,2% mehr als im Oktober 2014. Im Jahresvergleich der ersten zehn Monate legten die Verkaufszahlen der BMW i Modelle um 78,6% zu (23.133 Einheiten).
Der Absatz von MINI Fahrzeugen ist im Jahresvergleich weiter gestiegen. Insgesamt 272.819 Einheiten (+15,4%) gingen in den ersten zehn Monaten dieses Jahres an Kunden in der ganzen Welt. Die Verkaufszahlen des MINI 3-Türers legten seit Jahresbeginn um 8,0% zu; insgesamt 105.072 Automobile wurden an Kunden ausgeliefert. Der weltweite Absatz des MINI 5-Türers beläuft sich in diesem Jahr auf bislang 75.562 Einheiten. Der MINI 5-Türer erfreut sich seit seinem Marktstart im September 2014 besonderer Beliebtheit: Die Zahl der Auslieferungen im abgelaufenen Monat war mit 7.601 rund viermal höher als im Oktober vergangenen Jahres. Für weiteren Rückenwind dürfte auch der brandneue MINI Clubman sorgen, der seit Ende Oktober im Handel ist.
Einmal mehr erzielte die BMW Group Wachstum in allen wichtigen globalen Vertriebsregionen - sowohl im Oktober als auch seit Jahresbeginn, entsprechend der von der BMW Group verfolgten Strategie der weltweit ausgewogenen Absatzverteilung.
Mit etlichen Märkten in Europa, die weiterhin zweistellige Wachstumsraten verzeichnen, zeigt die Region seit Jahresbeginn eine starke Entwicklung. Mit insgesamt 816.220 Auslieferungen legte der Absatz von BMW und MINI gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres um 10,1% zu. Großbritannien, der viertgrößte Markt für die BMW Group, zeigt weiterhin ein deutliches Wachstum mit 189.967 ausgelieferten Fahrzeugen seit Jahresbeginn (+14,5%). Zahlreiche andere europäische Märkte erreichten ebenfalls zweistelliges Absatzwachstum: So stiegen beispielsweise in Italien die Auslieferungen in den ersten zehn Monaten dieses Jahres um 12,1% (57.889) und in Portugal um 25,5% (12.130).
Das Absatzvolumen in Amerika steigt kontinuierlich weiter an: 402.276 BMW und MINI Fahrzeuge wurden seit Jahresbeginn an Kunden übergeben, ein Plus von 5,6%. In den USA belief sich der Fahrzeugabsatz in den ersten zehn Monaten 2015 auf 328.456 (+5,4%). Die Kundenauslieferungen in Kanada stiegen im gleichen Zeitraum um 10,0% (34.937), während Mexiko sogar eine Absatz-Zunahme um 18,7% verzeichnete (14.148).
Auch in Asien wurden in den ersten zehn Monaten dieses Jahres mehr BMW und MINI Fahrzeuge ausgeliefert als je zuvor: 561.124 Einheiten bzw. 4,4% mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Der Absatz auf dem chinesischen Festland wuchs seit Jahresbeginn um 2,3% auf 384.176 BMW und MINI Fahrzeuge. Die Auslieferungen in Südkorea verzeichnen weiterhin zweistelliges Wachstum: Seit Jahresbeginn wurden dort 44.567 Fahrzeuge verkauft (+17,5%). Die Auslieferungen in Japan kletterten seit Jahresbeginn um 9,7% (55.416).
BMW Motorrad setzte sein Absatzwachstum auch im Oktober mit 9.211 ausgelieferten Einheiten fort. Dies entspricht einem Plus von 4,3% im Vergleich zum Vorjahresmonat. In den ersten zehn Monaten des Jahres wurden 121.622 Fahrzeuge an Kunden in aller Welt ausgeliefert, +11,5% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum.
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Unternehmenskommunikation
Emma Begley, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, emma.begley@bmwgroup.co
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
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_pnrn_=597821" 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.