BMW Group erzielt im Januar neuen Absatzrekord

BMW Group erzielt im Januar neuen Absatzrekord

- Auslieferungen steigen um 7,8% auf 132.892 Fahrzeuge
- Auch für 2014 Absatzzuwachs angestrebt
München. Die BMW Group hat nach dem Absatzrekord im vergangenen Jahr auch im Januar 2014 eine neue Bestmarke bei den Auslieferungen in diesem Monat erzielt. Im Januar wurden 132.892 Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce an die Kunden ausgeliefert (Vj.: 123.302), was einem Plus von 7,8% entspricht.
"Wir sind gut in das neue Jahr gestartet und knüpfen damit an unsere letztjährige Bestmarke bei den Auslieferungen an", erklärte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW. "Obwohl die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in vielen Märkten weiterhin schwierig bleiben, gibt es erste Anzeichen für eine Erholung. Innerhalb der kommenden Monate werden wir weitere attraktive neue Modelle auf den Markt bringen. Wir rechnen 2014 erneut mit einem Absatzzuwachs, womit unsere Auslieferungen zum vierten Mal in Folge zulegen würden", so Robertson weiter.
BMW verzeichnete den besten Januar aller Zeiten: 117.164 Fahrzeuge der Marke wurden an die Kunden ausgeliefert, eine Zunahme um 9,2% (Vj.: 107.302). Die starke Nachfrage nach der BMW 3er Limousine setzte sich mit 22.451 abgesetzten Einheiten und einem Plus von 4,6% fort (Vj.: 21.457). Bei den Kunden weiterhin sehr beliebt ist auch der BMW X3. Das Erfolgsmodell konnte um 18,2% auf 12.095 (Vj.: 10.231) Fahrzeuge zulegen. Der neu auf den Markt gekommene BMW 4er erwischte mit 4.046 im Januar ausgelieferten Coupés auf Anhieb einen hervorragenden Start. Der BMW 5er erwies sich als signifikanter Wachstumstreiber mit weltweit 27.974 verkauften Automobilen (Vj. 24.529 / +14,0%). Ebenfalls stark nachgefragt wurde das BMW 6er Gran Coupé und verzeichnete 993 Auslieferungen im ersten Monat des Jahres (Vj.: 725 / +37,0%).
MINI lag trotz des bevorstehenden Modellwechsels des MINI Hatch im Januar mit weltweit 15.510 (Vj.: 15.864 / -2,2%) ausgelieferten Fahrzeugen etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Der Absatz des MINI Clubman stieg um 18,9% auf 1.247 Einheiten (Vj.: 1.049), und auch der MINI Countryman ist mit 6.425 seit Jahresbeginn ausgelieferten Fahrzeugen weiterhin gefragt (Vj.: 6.259 / +2,7%). Die neue Generation des MINI dürfte ab dem Frühjahr dem Absatz der Marke positive Impulse verleihen.
Im Zuge ihrer global ausbalancierten Vertriebsstrategie stabilisierte bzw. steigerte die BMW Group ihre Absatzzahlen in nahezu allen Vertriebsregionen: In Asien überstieg die Zahl der Auslieferungen von Fahrzeugen der Marken BMW und MINI im Januar mit 50.841 Automobilen erstmals die Marke von 50.000 Einheiten (Vj.: 43.114 / +17,9%). Der Absatz auf dem chinesischen Festland kletterte um 22,2% auf 37.137 (Vj.: 30.397) Fahrzeuge, und auch Südkorea meldete starkes Wachstum mit einem Auslieferungs-Plus von 24,0% auf 3.460 (Vj.: 2.790) Einheiten.
In Amerika wurden insgesamt 25.977 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI an die Kunden ausgeliefert (Vj.: 25.021 / +3,8%). Dabei legte der Absatz in den USA um 3,0% auf 20.796 (Vj.: 20.195) Fahrzeuge zu. In Brasilien stiegen die Verkaufszahlen im Januar deutlich um 32,4% auf 961 (Vj.: 726) und in Mexiko um 26,4% auf 1.212 (Vj.: 959) Einheiten.
Trotz der weiterhin schwierigen Rahmenbedingungen in Europa lag der Fahrzeugabsatz der Marken BMW und MINI mit 51.319 Auslieferungen (Vj. : 50.617/ +1,4%) leicht im Plus. Ein starkes, zweistelliges Wachstum verzeichneten dabei die Niederlande mit einem Plus von 32,4% auf 1.639 (Vj.: 1.238) Einheiten, und auch in Skandinavien legte der Absatz mit 2.959 Einheiten stark zu (Vj.: 2.382 / +24,2%).
Die Auslieferungen von BMW Motorrad stiegen im Januar um 12,9% auf 5.438 Motorräder (Vj.: 4.818).

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-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation, nikolai.glies@bmw.de
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. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=556808" 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.