



Medien-Information

9. Dezember 2009

Absatz der BMW Group wächst im November um 11,5%.

BMW Verkäufe legen um 11,1% zu, MINI wächst um 13,8%
+++ BMW 5er Gran Turismo und BMW X1 erfolgreich gestartet.

München. Die BMW Group hat im November den Aufwärtstrend beim Absatz fortgesetzt. Insgesamt steigerte das Unternehmen im Monatsvergleich die Zahl der ausgelieferten Fahrzeuge um 11,5% auf 107.686 (Vj. 96.609) Einheiten. Seit Jahresbeginn wurden damit weltweit 1.162.510 (Vj. 1.323.453 / -12,2%) BMW, MINI und Rolls-Royce verkauft.

Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG für Vertrieb und Marketing: „Seit September sind wir beim Absatz wieder auf Wachstumskurs. Wir konnten unsere weltweiten Auslieferungen auch im November deutlich steigern. Diesen Trend wollen wir im Dezember fortsetzen.“

Der Absatz von Automobilen der Marke BMW stieg im Berichtsmonat auf 90.383 Einheiten (Vj. 81.386 / +11,1%). Per November wurden 963.712 BMW Fahrzeuge verkauft (Vj. 1.104.983 / -12,8%). Nahezu alle BMW Modellreihen konnten im November Zuwächse verbuchen. Die größten Wachstumsraten erzielten der BMW Z4 mit 149,3% (1.760 / Vj. 706) sowie die BMW 7er Reihe mit 57,1% (5.025 / Vj. 3.198). Die BMW 1er Reihe konnte um 11,7% zulegen (16.614 / Vj. 14.877), die BMW 3er und 5er Reihen verzeichneten Zuwächse von 3,4% (32.230 / Vj. 31.168) bzw. 3,7% (14.164 / 13.665). Weitere Wachstumstreiber im November waren die Modelle X5 und X6 mit insgesamt 11.515 Verkäufen (+3,6% / Vj. 11.120). Die Ende Oktober eingeführten neuen Modelle BMW 5er Gran Turismo und BMW X1 kommen hervorragend bei den Kunden an – die Auftragseingänge liegen jeweils deutlich über den Planungen. Im November wurden bereits 2.940 BMW X1 und 1.110 BMW 5er Gran Turismo an Kunden übergeben.

Firma
BMW Austria
Gesellschaft mbH

Postanschrift
PF 303
5021 Salzburg

Telefon
+43 662 8383 9100

Internet
www.bmwgroup.com

Auch die Marke MINI hat ihr Absatzvolumen im November deutlich gesteigert. Mit 17.199 (Vj. 15.113) Verkäufen wurden 13,8% mehr Fahrzeuge ausgeliefert. Per November wurden 198.163 (Vj. 217.415 / -8,9%) MINI verkauft. Rolls-Royce lieferte im abgelaufenen Monat 104 Automobile aus (Vj. 110 / -5,5%). Von Januar bis November gingen damit 635 (Vj. 1.055 / -39,8%) Fahrzeuge der Marke an Kunden in aller Welt.

Mit Zuwächsen in Europa, Asien, Ozeanien und Afrika konnte die BMW Group die Verkaufszahlen im Berichtsmonat auf nahezu allen Kontinenten steigern.

In Europa wurden 63.999 Fahrzeuge abgesetzt (Vj. 57.187 / +11,9%). Der größte Anteil, 59.698 Einheiten, ging dabei in die etablierten großen Märkte Westeuropas (Vj. 53.972 / +10,6%). Aber auch in Osteuropa standen im November mit 3.291 (Vj. 2.868 / +14,7%) Auslieferungen die Zeichen auf Wachstum.

In der Region Asien wurden im abgelaufenen Monat 33,3% mehr Fahrzeuge verkauft (16.030 / Vj. 12.030). Dabei war die Entwicklung auf dem größten asiatischen Markt China mit einem Plus von 39,7% auf 8.470 verkaufte Automobile (Vj. 6.062) weiter sehr positiv. In Japan, dem zweitgrößten Markt Asiens, setzte die BMW Group 2.885 Einheiten ab (Vj. 2.788 / +3,5%). Aber auch in zahlreichen kleinen asiatischen Märkten gab es erfreuliche Zuwächse. So stieg beispielsweise der Absatz im November in Indonesien um 140% (103 Einheiten), in Südkorea um 139% (980), in Malaysia um 136,8% (315), in Thailand um 94,1% (295) und in Indien um 57,1% (256).

In Ozeanien verkaufte das Unternehmen mit 2.051 (Vj. 1.597) Auslieferungen im Berichtsmonat 28,4% mehr Fahrzeuge.

Auch in Afrika konnte die BMW Group den Absatz steigern (+10,3% / 2.125 Auslieferungen). Insbesondere Südafrika war im November mit 1.583 Einheiten (Vj. 1.450 / +9,2%) wieder der absatzstärkste Markt auf dem Kontinent.

In den USA erzielte die Marke BMW mit 15.708 Auslieferungen (Vj. 15.217) ein Plus von 3,2% im Berichtsmonat, während der Absatz der Marke MINI mit 2.564 Auslieferungen (Vj. 4.545) um 43,6% zurück ging. Damit bewegte sich der Absatz der BMW Group in den USA 7,5% (18.272 / Vj. 19.762) unter dem Niveau des entsprechenden Vorjahresmonats. Weiterhin auf kräftigem Wachstumskurs blieben im vergangenen Monat hingegen die Märkte Südamerikas. So legte etwa Brasilien um 415,5% auf 897 (Vj. 174) Auslieferungen zu und Argentinien verzeichnete einen Anstieg der Verkäufe um 37,6% auf 249 (Vj. 181) Einheiten. Insgesamt verzeichnete die BMW Group auf den amerikanischen Märkten im November ein leichtes Absatzminus von 1,3% (23.345 / Vj. 23.653).

BMW Motorrad hat im November weltweit 5.503 (Vj. 5.773 / -4,7%) Motorräder verkauft. Per November wurden 81.946 (Vj. 94.237 / -13,0%) Motorräder ausgeliefert.

BMW Group Absatz im und per November 2009 auf einen Blick

	Im Nov. 2009	Ggü. Vorjahr	Per Nov. 2009	Ggü. Vorjahr
BMW Group				
Automobile	107.686	+11,5%	1.162.510	-12,2%
BMW	90.383	+11,1%	963.712	-12,8%
MINI	17.199	+13,8%	198.163	-8,9%
Rolls-Royce Motor Cars	104	-5,5%	635	-39,8%
BMW Motorräder	5.503	-4,7%	81.946	-13,0%

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Vertriebskommunikation Österreich

Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg
Tel.: +43 662 8383 – 9100
Fax.: +43 662 8383 – 288
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 24 Produktionsstätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2008 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von über 1,43 Millionen Automobilen und über 101.000 Motorrädern. Der Umsatz belief sich 2008 auf 53,2 Milliarden Euro, das Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT) auf 921 Millionen Euro. Zum 30. September 2009 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 98.000 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. Entsprechend ist die BMW Group seit fünf Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.