

# **BMW Group**

## Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information  
5. Februar 2010

### **BMW Group in Asien und mittlerem Osten auf Wachstumskurs**

Absatz im Januar in China mehr als verdoppelt +++ 2009 mit 183.111 Fahrzeugen erfolgreiches Jahr in der Region +++ Ausbau von Produktionskapazitäten und Händlernetz in Asien geplant

**München.** Die BMW Group ist in China mit einem deutlichen Absatzplus von über 122% hervorragend in das neue Jahr gestartet. Insgesamt wurden dort im Januar 11.919 Fahrzeuge (Vj. 5.360 Fzg.) der Marken BMW und MINI verkauft und damit der Absatz des Vorjahresmonats mehr als verdoppelt. Mit 11.369 Fahrzeugen überschritt die Marke BMW erstmals die Grenze von 10.000 verkauften Einheiten in einem Monat. Sehr erfolgreich war dabei die BMW 7er Reihe mit 1.705 Fahrzeugen (Vj. 844 Fzg./+102%). China bleibt damit der größte Einzelmarkt für diese wichtige Baureihe. „Wir werden unseren Wachstumskurs auf dem chinesischen Markt im Jahr 2010 weiter fortsetzen. Trotz des bereits sehr starken Vorjahres wollen wir hier erneut im zweistelligen Prozentbereich zulegen“, sagte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG für Vertrieb und Marketing, am Freitag in München. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen in China 90.536 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI verkauft, was einem Zuwachs von 37,5% entspricht.

Die Region Asien und mittlerer Osten mit ihren vielfältigen Märkten nimmt eine zunehmende Bedeutung für die BMW Group ein. Dort erzielte das Unternehmen im Jahr 2009 mit insgesamt 183.111 verkauften Automobilen der Marken BMW und MINI ein deutliches Plus von 10,5%. Damit entfielen rund 14% des Konzernabsatzes auf Asien. Im Vergleich dazu machten Nordamerika 21% und Europa 59% des Gesamtabsatzes aus.

Nach Gründung der ersten Vertriebsgesellschaft 1981 in Japan – wo die Marke BMW inzwischen Marktführer im Premiumsegment ist – hat die BMW Group seit Mitte der 1990er Jahre ihr Engagement in Asien kontinuierlich mit eigenen Vertriebsstandorten und Fertigungsstätten ausgebaut. „Unsere Strategie, frühzeitig in junge Märkte mit hohem Entwicklungspotenzial zu investieren und dort das Wachstum mitzugestalten, zahlt sich aus“, so Robertson.

Deutlich wird dies beispielweise in Indien, wo das Unternehmen im Jahr 2005 erst 227 Einheiten absetzte. Durch Gründung der eigenen Vertriebsgesellschaft im Jahr 2006 konnten Marktpotenziale besser erschlossen werden, woraufhin sich der Absatz bereits im Jahr 2007 mit 1.387 Einheiten mehr als verfünfachte. Im vergangenen Jahr war die Marke BMW mit einem Absatzplus von 24,4% auf 3.619 verkaufte Fahrzeuge in Indien Marktführer im Premiumsegment. Mit einem Marktanteil von 23,8% war BMW im Jahr

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49 89 382-68796

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

**Rolls-Royce**  
Motor Cars Limited



# **BMW Group**

## Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information

Datum 8. Februar 2010

Thema BMW Group in Asien und im mittleren Osten auf Wachstumskurs

Seite 2

2009 das dritte Mal in Folge auch in Korea die Nummer eins im Premiumsegment. Nach China, USA und Deutschland ist Korea der viertgrößte Markt für die BMW 7er Reihe.

Neben China, Indien und Korea entwickelten sich im Jahr 2009 auch die Märkte sehr positiv, die durch Importeurspartner in Asien und im mittleren Osten bedient werden. Trotz der globalen Wirtschaftskrise steigerte die BMW Group ihren Absatz in den Importeursmärkten Südost-Asiens leicht um 1,5% auf 5.840 Einheiten. Besondere Wachstumstreiber waren dabei Indonesien (901 Fzg./ +25%), Vietnam (334 Fzg./ +106%) und Brunei (213 Fzg./ +16%).

Im mittleren Osten konnte die Marke BMW im Jahr 2009 in den 14 Importeursmärkten ihren Marktanteil um 4% steigern. Meistverkauftes Fahrzeug war in diesen Märkten die BMW 7er Reihe mit 4.620 Einheiten, dies ist ein Plus von 75% im Vergleich zum Vorjahr. Besonders wachstumsstarke Märkte waren dabei Syrien mit einer Steigerung um 53% (878 Einheiten), Libanon mit 48% (1.001 Einheiten) sowie Saudi Arabien mit 27% (2.555 Einheiten). „Auch in den Märkten Südost-Asiens und im mittleren Osten ist die BMW Group erfolgreich unterwegs. Diesen Kurs wollen wir auch in diesem Jahr halten“, so Robertson.

Einen wichtigen Erfolgsfaktor, um am kräftigen Wachstum in Asien zu partizipieren, stellt der schrittweise Ausbau der Produktionskapazitäten von derzeit 41.000 auf künftig 100.000 Einheiten am chinesischen Standort Shenyang dar. Seit dem Jahr 2003 werden dort gemeinsam mit dem chinesischen Joint Venture Partner Brilliance Fahrzeuge der BMW 3er und die Langversion der 5er Reihe für den heimischen Markt produziert. Im indischen CKD-Werk Chennai wird ab Ende des Jahres neben dem BMW 3er und dem 5er auch der BMW X1 vom Band laufen und damit den Eintritt der Marke BMW in das Sports Activity / Sports Utility Segment in Indien begründen. Gleichzeitig weitet das Unternehmen sein Händlernetz in Indien aus und baut in zehn weiteren Städten des Subkontinents Handels- und Servicebetriebe auf.

Asien ist nicht nur ein interessanter Absatzmarkt und Produktionsstandort für die BMW Group. Mit wachsendem Absatz gehen auch zunehmende Einkaufsaktivitäten einher. Daher gründete die BMW Group im November 2009 ein neues Einkaufsbüro in Südkorea. Eine internationale Sourcingorganisation stellt den Einkauf der weltweit bestmöglichen Qualität sicher und kann darüber hinaus Währungsschwankungen besser ausgleichen.

Rolls-Royce  
Motor Cars Limited



MINI

# **BMW Group**

## Konzernkommunikation und Politik

### Presse-Information

Datum 8. Februar 2010  
Thema BMW Group in Asien und im mittleren Osten auf Wachstumskurs  
Seite 3

Die für die BMW Group wichtigsten Zulieferer im asiatischen Raum haben ihren Sitz in China, Japan und Südkorea. Ein Meilenstein im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit Zulieferern in der Region Asien ist der Einkauf modernster Batteriezellen von SB LiMotive, einem 50:50 Joint Venture zwischen Bosch und Samsung SDI. SB LiMotive wird wie angekündigt die Lithium-Ionen Speicher für das Megacity Vehicle der BMW Group liefern, das bis 2015 auf den Markt kommt.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

**Michael Ebner**  
**BMW Group**  
**Konzernkommunikation und Politik**  
**Leiter Kommunikation Österreich**

Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg  
Tel.: +43 662 8383 – 9100  
Fax.: +43 662 8383 – 288  
mail: michael.ebner@bmwgroup.at  
[www.bmw.at](http://www.bmw.at)  
[www.mini.at](http://www.mini.at)

❖ ❖ ❖

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 2009 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,29 Millionen Automobilen und über 87.000 Motorrädern. Der Umsatz belief sich 2009 auf 50,68 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 96.000 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.