

Presse-Information  
09. März 2010

### **BMW Group steigert Absatz im Februar um 14,0 Prozent** Zahlreiche neue Modelle auf dem Genfer Automobilsalon vorgestellt

**München.** Die BMW Group hat ihren Absatz im Februar erneut deutlich gesteigert. Insgesamt wurden 91.758 BMW, MINI und Rolls-Royce Automobile an Kunden ausgeliefert (Vj. 80.474), was einem Zuwachs von 14,0% entspricht. Per Februar liegt der entsprechende Wert bei 173.911 Einheiten und damit um 15,3% über Vorjahr (150.893).

Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG für Vertrieb und Marketing: „Nach dem deutlichen Anstieg im Januar haben wir auch im Februar ein kräftiges Absatzplus verbucht. Im abgelaufenen Monat sind wir insbesondere in Asien, aber auch in vielen Märkten Europas, Afrikas und in Amerika gewachsen. Auf wichtigen Absatzmärkten wie etwa den USA gibt es erfreuliche Anzeichen für eine allmähliche Erholung der Automobilkonjunktur.“ Fast alle Märkte zeigten einen deutlichen Aufwärtstrend. So war die Marke BMW im Februar Segmentführer in den USA und erzielte einen Zuwachs von 16,3%. In Deutschland konnte die BMW Group mit einem Plus von 6,8% gegen den rückläufigen Markttrend wachsen. In China verkaufte das Unternehmen im Berichtsmonat 96,7% mehr Fahrzeuge.

Robertson fügte hinzu: „Wir freuen uns auf den neuen BMW 5er, dessen Auslieferung ab 20. März beginnt. Das Interesse an diesem Fahrzeug ist bereits außerordentlich hoch. Der 5er steht für nahezu ein Fünftel des Absatzes der Marke - neben der 1er und der 3er-Reihe ist die Baureihe damit eine unserer tragenden Säulen. Unter anderem wegen des anstehenden Modellwechsels beim BMW 5er rechnen wir allerdings während der Markteinführungsphase im Frühling mit einem vorübergehend geringeren Wachstum beim Gesamtabatz.“

Im Februar wurden 78.248 Automobile der Marke BMW an Kunden ausgeliefert. Das ist ein Plus von 13,7% (Vj. 68.823). Per Februar lag der Absatz mit 148.112 Einheiten um 14,7% über dem entsprechenden Wert des Vorjahres (129.085).

Auch der Absatz der Marke MINI entwickelt sich weiter positiv. Im abgelaufenen Monat wurden weltweit mit 13.443 MINI 16,0% mehr Fahrzeuge als im Februar 2009 (11.584) an Kunden ausgeliefert. Per Februar wurden 25.645 MINI verkauft. Das entspricht einem Plus von 18,2% (Vj. 21.704). Ian Robertson: „Im Laufe der nächsten Jahre wird die MINI Produktfamilie von drei auf sechs Mitglieder anwachsen. Das vierte Modell der MINI Familie, der neue MINI Countryman, kommt im September in den Handel und wird einen wichtigen Beitrag zum langfristigen Wachstum der Premiummarke leisten.“

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

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

Rolls-Royce  
Motor Cars Limited



Presse-Information

Datum 09. März 2010

Thema BMW Group steigert Absatz im Februar um 14,0 Prozent

Seite 2

Derzeit wird der neue MINI Countryman auf dem Genfer Automobilsalon erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Noch bis zum 14. März stellt die BMW Group hier eine Vielzahl neuer Modelle und Technologien vor. Zu den weiteren Höhepunkten zählen die Weltpremiere der neuen BMW 5er Limousine sowie die überarbeiteten Modelle BMW 3er Coupé, 3er Cabrio und X5. Darüber hinaus ist der Genfer Automobilsalon 2010 Schauplatz für gleich zwei innovative Fahrzeugstudien: Mit dem BMW Concept 5 Series ActiveHybrid präsentiert BMW das Konzept eines zukunftsweisenden Full-Hybrid-Modells für die obere Mittelklasse. Europa-Premiere feiert auch das BMW Concept ActiveE, eine Studie auf Basis des BMW 1er Coupé mit rein elektrischem Antrieb und innovativer Stromspeichertechnologie. Zwei neue BMW Hybrid-Modelle sind schon ab Mitte April erhältlich – dann startet der Verkauf des BMW ActiveHybrid X6 und des BMW ActiveHybrid 7 in Europa.

Bei der Marke Rolls-Royce wurden im Februar 67 Automobile ausgeliefert (Vj. 67/+0,0%). Per Februar wurden weltweit 154 Rolls-Royce in Kundenhand übergeben (Vj. 104/+48,1%).

Die Auslieferungen im Segment Motorrad sind nach einem bereits positiven Januar auch im Februar deutlich um 24,6% auf 5.485 Fahrzeuge (Vj. 4.401) gestiegen. Per Februar bedeutet das ein Plus von 14,4% auf 9.299 verkaufte Motorräder (Vj. 8.132). Zum Wachstum beigetragen haben dabei Modellüberarbeitungen der volumenstarken Modelle R 1200 GS, R 1200 GS Adventure und R 1200 RT sowie die Erweiterung des Produktprogramms mit der S 1000 RR.

### BMW Group Absatz im Februar 2010 auf einen Blick

	Im Feb. 2010	Ggü. Vorjahr	Per Feb. 2010	Ggü. Vorjahr
BMW Group Automobile	91.758	+14,0%	173.911	+15,3%
BMW	78.248	+13,7%	148.112	+14,7%
MINI	13.443	+16,0%	25.645	+18,2%
Rolls-Royce Motor Cars	67	+0,0%	154	+48,1%
BMW Motorräder	5.485	+24,6%	9.299	+14,4%

# BMW Group

## Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information

Datum 09. März 2010

Thema BMW Group steigert Absatz im Februar um 14,0 Prozent

Seite 3

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  
www.mini.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 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.