

Medien-Information
12. Juli 2016

BMW Group Absatz erreicht bestes Juni-Ergebnis aller Zeiten

227.849 Automobile weltweit ausgeliefert, Anstieg um 9,1%
5,8% Absatzplus seit Jahresbeginn auf 1.163.139 Fahrzeuge
BMW Absatz steigt im Juni um 9,7% auf 189.097 Fahrzeuge
MINI liefert im Juni 38.282 Einheiten aus, Zunahme um 6,3%
Zweistelliges Wachstum in Asien und Europa
Über 6.000 neue BMW 7er im Juni an Kunden ausgeliefert
BMW iPerformance verzeichnet starken Absatz in Europa

München. Die BMW Group hat mit weltweit 227.849 Fahrzeugauslieferungen einen neuen Absatzrekord für einen Monat Juni erreicht. Gegenüber dem Vorjahresmonat bedeutet dies eine Zunahme um 9,1%. Damit verzeichnet das Unternehmen seinen besten ersten Halbjahrsabsatz aller Zeiten: Die Auslieferungen seit Jahresbeginn stiegen im Vergleich zum vergangenen Jahr um 5,8% auf 1.163.139 Automobile.

„Mit unseren drei Premium-Marken haben wir ein gutes Halbjahreswachstum erreicht und vor allem in Europa und Asien starke Ergebnisse erzielt“, sagte Dr. Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Vertrieb und Marketing BMW. „Unser Fokus liegt auch weiterhin auf nachhaltigem und profitablen Absatzwachstums. Trotz des schwierigen Umfelds in einigen Märkten bestätigt uns das Juni-Ergebnis, dass uns genau das gelingt“, so Robertson weiter.

Im Juni wurde die Rekordzahl von 189.097 Fahrzeugen der Marke BMW an Kunden ausgeliefert (+9,7%). Damit stieg der Markenabsatz seit Jahresbeginn im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Vorjahres um 5,8% auf 986.557 Einheiten. Die Verkaufszahlen vieler BMW Modelle legten im Juni stark zu, darunter die BMW 2er Reihe (21.720 / +49,6%), der BMW X1 (17.031 / +79,8%), der BMW X3 (15.489 / +27,2%) und der BMW 5er (29.965 / +5,4%). Der BMW 7er verdoppelte im Jahresvergleich mit weltweit 6.301 Kundenauslieferungen nahezu seinen Monatsabsatz (+92,6%).

Die Nachfrage nach elektrifizierten BMW i und BMW iPerformance Fahrzeugen nimmt weiterhin zu, vor allem in Europa. Im Juni belief sich der Anteil von Elektrofahrzeugen in Westeuropa auf vier Prozent aller verkauften BMW Automobile. Dieser Prozentsatz steigt signifikant in jenen Märkten, die Elektromobilität durch finanzielle Anreize und Infrastrukturmaßnahmen fördern. In den Niederlanden etwa waren 14,9% aller im Juni verkauften BMW Fahrzeuge BMW i oder BMW

Presse-Information

Date 11. März 2016
Topic BMW Group mit bestem Februar-Absatz aller Zeiten.
Page 2

iPerformance Modelle. In Skandinavien lag dieser Anteil bei 13,2%. Der neue BMW i3 94A ist seit Juli erhältlich. Diese Version des i3 besitzt eine deutlich verbesserte Batteriekapazität und bietet seinen Kunden eine Reichweite von bis zu 200 Kilometern unter Alltagsbedingungen. (300km im NEFZ. BMW i3 (94 Ah)/BMW i3 (60 Ah): Kraftstoffverbrauch kombiniert 0,6/0,6 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 11,3/13,5 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 12/13 g/km.)* Bereits vor dem Marktstart ging die Zahl der Vorbestellungen in Europa in Richtung von 5.000 Fahrzeugen.

MINI erzielte mit 38.282 weltweiten Kundenauslieferungen seinen besten Juni- Absatz aller Zeiten (+6,3%). Seit Jahresbeginn wurden insgesamt 174.898 MINIs ausgeliefert, 5,4% mehr als im Vorjahreszeitraum. „Das ist der beste MINI Absatz in einem ersten Halbjahr“, so Peter Schwarzenbauer, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad. „Unsere beiden neuen Premium-Modelle erweisen sich als starke Wachstumstreiber. Wir freuen uns über die große Beliebtheit der dritten Generation des MINI Cabrio, während der MINI Clubman mit seiner hohen Alltagstauglichkeit in der größeren Kompaktklasse viele neue Fans für die Marke gewonnen hat“, so Schwarzenbauer weiter. Das neue MINI Cabriolet wurde in den ersten sechs Monaten dieses Jahres an 14.136 Kunden ausgeliefert (+54,5%), während 27.511 Kunden in aller Welt in diesem Zeitraum den Schlüssel für ihren neuen MINI Clubman erhielten.

Rolls-Royce Motor Cars vermeldet den besten Juni-Absatz seiner Unternehmensgeschichte und mit einer Zunahme um 14,7% zugleich ein sehr gutes Auslieferungsergebnis für das zweite Quartal. Eine hohe Nachfrage nach dem vor kurzem eingeführten Dawn und das große Interesse am Black Badge Wraith und dem Black Badge Ghost trugen zu den hohen Absätzen über alle Modellfamilien bei. Der Absatz für das erste Halbjahr beläuft sich auf 1.684 Einheiten, ein Rückgang von 4,8% gegenüber den ersten sechs Monaten des Vorjahres. Dieses Ergebnis entspricht der Planung nach der erfolgreichen Neuausrichtung der Produktionskapazitäten innerhalb des Werks in Goodwood im Zuge der Einführung des Dawn. Die Marke rechnet weiterhin mit einem erfolgreichen Jahr 2016.

In **Europa** belief sich der kombinierte Monatsabsatz von BMW und MINI im Juni auf 110.303 Einheiten, 15,0% mehr als im Vorjahresmonat. Die Zahl der Zulassungen in Deutschland legte um 14,8% auf 32.775 zu, an Kunden in Frankreich gingen 8.288 MINI und BMW Fahrzeuge (+10,9%), und in Italien wurden 7.867 Einheiten ausgeliefert (+19,8%). Der Absatz in Europa seit Jahresbeginn beläuft sich auf 542.851 Fahrzeuge.

Das sind 11,2% mehr als im Vorjahr und erstmals in dieser Region mehr als eine halbe Million im Verlauf der ersten sechs Monate eines Jahres.

Auch in **Asien** legte der Absatz von BMW und MINI Fahrzeugen im abgelaufenen Monat deutlich auf insgesamt 67.723 Kundenauslieferungen zu (+12,3%). In China als größtem Markt der Region stieg der Monatsabsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 12,8% auf 45.300 Fahrzeuge. Der Juni-Absatz in Japan kletterte um 12,6% auf 8.300 Einheiten. In den ersten sechs Monaten dieses Jahres wurden in Asien insgesamt 360.910 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI ausgeliefert. Das sind 7,3% mehr als im Vorjahreszeitraum.

Der Absatz von BMW und MINI in **Amerika** ging im Juni gegenüber dem Vorjahr um 8,4% auf 42.425 Kundenauslieferungen zurück. In den USA fiel der Monatsabsatz um 11,9% auf 33.769 Fahrzeuge. Der Absatz in der Region Amerika ging in den ersten sechs Monaten gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 8,0% (222.524) zurück.

BMW Motorrad verzeichnet ein erfolgreiches erstes Halbjahr – erstmals wurden in den ersten sechs Monaten eines Jahres über 80.000 Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden ausgeliefert. Der Absatz seit Jahresbeginn legte um 3,0% im Vergleich zum vergangenen Jahr auf weltweit 80.754 Zweiräder zu. Der Monatsabsatz von BMW Motorrad ging gegenüber dem Rekord-Juni vom vergangenen Jahr um 3,2% auf 14.993 Einheiten zurück.

BMW Group Absatz im/per Juni 2016 auf einen Blick

	Juni 2016	Vergleich zum Vorjahr	Bis/per 06/2016	Vergleich zum Vorjahr
BMW Group Automobile	227.849	+9,1%	1.163.139	+5,8%
BMW	189.097	+9,7%	986.557	+5,8%
MINI	38.282	+6,3%	174.898	+5,4%
Rolls-Royce Motor Cars	470	+33,9%	1.684	-4,8%
BMW Motorrad	14.993	-3,2%	80.754	+3,0%

Presse-Information
Date 11. März 2016
Topic BMW Group mit bestem Februar-Absatz aller Zeiten.
Page 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24
5020 Salzburg
Tel. +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2
4400 Steyr
Tel. +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

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 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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>