

Medien-Information
13. Februar 2018

BMW Group erzielt besten Januar aller Zeiten.

Absatz steigt in allen Hauptvertriebsregionen

BMW Group steigert Auslieferungen um 3,8% auf 169.538 Einheiten

Absatz Marke BMW legt um 3,4% auf 148.400 Fahrzeuge zu

Absatz Marke MINI klettert um 7,0% auf 20.929 Automobile

BMW 5er Limousine mit 39,6% höherem Absatz

BMW Group steigert Absatz elektrifizierter Fahrzeuge um 36,7%

München. Nach sieben Rekordjahren beim Absatz in Folge ist der weltweit führende Hersteller von Premiumfahrzeugen mit einer weiteren Bestleistung ins Jahr 2018 gestartet: Niemals zuvor setzte die **BMW Group** in einem Monat Januar mehr Automobile ab. Insgesamt 169.538 Kunden übernahmen ein BMW, MINI oder Rolls-Royce Premiumfahrzeug – ein Zuwachs um 3,8% gegenüber dem Vorjahresmonat.

„Wir treiben die größte Modelloffensive in der Geschichte des Unternehmens voran und mit der steigenden Verfügbarkeit im Laufe des Jahres schlägt sich diese weiterhin in unseren Absatzzahlen nieder“, sagte **Pieter Nota**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Vertrieb und Marke BMW. „So legten die Auslieferungen der neuen BMW 5er Limousine bereits um 40% zu, während die Einführung des neuen BMW 6er GT den Gesamtabsatz des BMW 6er in diesem Monat mehr als verdoppelt hat. Im Verlauf dieses Jahres bringen wir weitere aufregende neue Modelle wie den komplett neuen BMW X2 auf den Markt. Zudem werden wir die Verfügbarkeit des BMW X3 im zweiten Halbjahr weiter erhöhen. Daher bin ich überzeugt, dass dieser Rekordmonat der Auftakt zu einem neuen Rekordjahr ist“, betonte Nota.

Nachdem sie 2017 über 100.000 **elektrifizierte Fahrzeuge** ausgeliefert hat, will die BMW Group auf diesem Erfolg weiter aufbauen und nimmt für dieses Jahr die Marke von 140.000 elektrifizierten Fahrzeugen ins Visier. Das Unternehmen will außerdem seine führende Position im batterieelektrischen/Plug-in-Hybrid-Premiumsegment behaupten. Im Vergleich zum letzten Januar legte der Absatz von BMW i, BMW iPerformance und MINI Electric Fahrzeugen um 36,7% zu. Damit ist das Unternehmen auf einem guten Weg, um dieses Ziel zu erreichen. Weltweit wurden im Januar 7.155 elektrifizierte Premiumfahrzeuge der BMW Group an Kunden ausgeliefert. Über ein Viertel aller in Skandinavien verkauften BMW und MINI Fahrzeuge waren elektrifiziert. Zu den anderen sehr starken Märkten gehören Großbritannien/Irland, wo elektrifizierte Fahrzeuge 11,1% des BMW und MINI Absatzes ausmachten, und die USA, wo dieser Anteil bei 5,2% lag.

Presse-Information

Date 13. Februar 2018

Topic BMW Group erzielt besten Januar aller Zeiten.

Page 2

Der weltweite Absatz der Marke **BMW** stieg im ersten Monat des Jahres um 3,4% auf insgesamt 148.400 Kundenauslieferungen. Eine Vielzahl unterschiedlicher Modelle aus dem gesamten Portfolio trug zu diesem besten Januar aller Zeiten bei: Die neue BMW 5er Limousine war mit einem weltweiten Absatzplus von 39,6% (25.268) erneut ein starker Wachstumstreiber. Der Erfolg der BMW 1er Limousine in China beförderte das weltweite Absatzwachstum dieser Baureihe um 26,4%, während der BMW X1 (22.185 / +10,6%) und der BMW X6 (3.128 / +5,8%) die größten Wachstumstreiber innerhalb der BMW X Familie waren. Zugleich wird die Produktion des neuen BMW X3 im zweiten Halbjahr weiter hochfahren.

Die Marke **MINI** erreichte mit 20.929 Fahrzeugauslieferungen im Januar eine weltweite Absatzsteigerung von 7,0%. Stärkster Wachstumstreiber war der MINI Countryman, der seinen Absatz im Vergleich zum Januar letzten Jahres verdoppelte. Insgesamt 6.022 Kunden nahmen dieses Modell im abgelaufenen Monat in Empfang, wobei sich einer von sieben Käufern für die Plug-in-Version des Fahrzeugs entschied.

Nach einem Rekordjahr 2017 gelang **BMW Motorrad** ein äußerst erfolgreicher Start ins neue Jahr. Insgesamt 8.455 Kunden übernahmen im Januar ein neues Motorrad oder einen Maxi-Scooter. Das waren 12,7% mehr als im Vorjahresmonat.

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten auf einen Blick

Die BMW Group erzielte im Januar in allen drei Hauptabsatzregionen Absatzwachstum, entsprechend ihrer langfristigen Strategie des balancierten Absatzes rund um die Welt.

Presse-Information

Date 13. Februar 2018

Topic BMW Group erzielt besten Januar aller Zeiten.

Page 3

	Januar 2018	Vergleich zum Vorjahr %
Europa	65.071	+1,8
- Deutschland*	24.394	+3,4
- Großbritannien	9.982	+0,5
Asien	71.083	+6,5
- China (Festland)	54.675	+6,5
- Japan	3.628	-7,6
Amerika	28.545	+6,0
- USA	21.953	+3,5
- Lateinamerika	3.851	+16,2

* Vorläufige Zulassungszahlen

BMW Group Absatz im Januar 2018 auf einen Blick

	Januar 2018	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile	169.538	+3,8
BMW	148.400	+3,4
MINI	20.929	+7,0
BMW Group elektrifiziert*	7.155	+36,7
BMW Motorrad	8.455	+12,7

*BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

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

Presse-Information

Date 13. Februar 2018
Topic BMW Group erzielt besten Januar aller Zeiten.
Page 4

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2016 belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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>