

Medien-Information

14. November 2018

BMW Group Absatz legt im Oktober zu.

Auslieferungen im Oktober +1,7% auf über 200.000 Einheiten
Alle drei Hauptvertriebsregionen bis Ende Oktober mit Absatzplus
Absatz der Marke BMW steigt im und per Oktober
BMW X3 Absatz im Oktober mehr als verdoppelt
Elektrifizierter Absatz steigt im Jahresverlauf um über 40%

München. Die BMW Group hat in einem herausfordernden wirtschaftlichen und politischen Umfeld im Oktober mehr Fahrzeuge als jemals zuvor in diesem Monat abgesetzt. Das Unternehmen lieferte im Berichtsmonat mehr als 200.000 Fahrzeuge an Kunden aus (200.883), was einer Steigerung von 1,7% im Vergleich zum Vorjahresmonat entspricht. In den ersten zehn Monaten des Jahres wurden 2.035.695 Einheiten abgesetzt, eine Zunahme um 1,3% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum.

„Wir konnten in einem sehr volatilen Marktumfeld sowohl im Oktober als auch im bisherigen Jahresverlauf unseren Absatz steigern“, sagte **Pieter Nota**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Vertrieb und Marke BMW. „Unser klarer Fokus liegt unter anspruchsvollen Rahmenbedingungen auf profitabilem Wachstum. Dies gilt insbesondere für Europa, wo der Markt nach Einführung des neuen WLTP-Testverfahrens weiterhin unter signifikantem Preisdruck steht. Der Absatz unserer elektrifizierten Fahrzeuge hat seit Jahresbeginn um mehr als 40% zugelegt. So verfügt etwa jede fünfte weltweit verkaufte BMW 5er Limousine bzw. jeder fünfte BMW 2er Active Tourer über einen Plug-in-Hybrid Antrieb. Unser vollelektrischer BMW i3 bleibt mit einer Absatzsteigerung von über 10% im Oktober weiterhin auf Erfolgskurs“, so Nota weiter.

Die Oktober-Auslieferungen von BMW i, BMW iPerformance und MINI Electric beliefen sich weltweit auf insgesamt 13.016 Fahrzeuge, eine Zunahme um 38,4% gegenüber dem Vorjahresmonat. Der bisherige **BMW Group** Jahresabsatz an **elektrifizierten Fahrzeugen** erreichte damit 110.560 (+41,6%) Einheiten. Dies unterstreicht erneut die Position des Unternehmens als führender globaler Anbieter von elektrifizierter Premiummobilität. Elektrifizierte Fahrzeuge spielen zudem eine zunehmend wichtigere Rolle beim Gesamtabsatz der BMW Group: Im Oktober waren 18,4% des Absatzes der BMW 5er Limousine und 23,1% des BMW 2er Active Tourer Absatzes Plug-in-Hybrid-Varianten. Der BMW i3, dessen Verkaufszahlen seit seiner Markteinführung im Jahr 2013 kontinuierlich gestiegen sind, legte beim Absatz im Oktober um 10,8% auf 3.158

Einheiten zu. Das Unternehmen liegt damit auf Kurs, sein Ziel von 140.000 elektrifizierten Fahrzeugen im Jahr 2018 zu erreichen. Bis zum Ende des Jahres 2019 wird ein Gesamtabsatz von mehr als einer halben Million elektrifizierter Fahrzeuge angestrebt. 2025 werden zur Modellpalette der BMW Group mindestens 25 elektrifizierte Fahrzeuge gehören, darunter zwölf vollelektrische Fahrzeuge. Ende dieses Monats feiert das Unternehmen die öffentliche Weltpremiere seines spektakulären iNEXT Vision Vehicle bei der Los Angeles Auto Show.

Bei der Marke **BMW** legte der Absatz trotz der andauernden Volatilitäten auf dem europäischen Markt im Zuge der Einführung des neuen WLTP-Testverfahrens Anfang September sowohl im Oktober als auch in den ersten zehn Monaten zu. Anders als viele ihrer Wettbewerber setzte die BMW Group die Anforderungen des WLTP-Testzyklus‘ bereits zu einem frühen Zeitpunkt um. Allerdings führte die branchenweite Umstellung auf das WLTP-Testverfahren zu erheblichen Angebotsverwerfungen in Europa sowie zu unerwartet intensivem Wettbewerb, zumal zahlreiche Modelle von Wettbewerbern ohne WLTP-Zertifizierung vor dem 1. September zugelassen wurden. In den ersten zehn Monaten des Jahres wurden insgesamt 1.737.348 Fahrzeuge der Marke BMW an Kunden ausgeliefert, eine Steigerung um 1,8%. Im Oktober legte der Absatz um 1,6% zu (171.131). Der BMW X3 war im Oktober mit einem Absatzplus von über 150% (20.573) ein signifikanter Wachstumstreiber. Dabei profitierte das Unternehmen von einer deutlich erhöhten Verfügbarkeit im Zuge des Produktionsanlaufs in Südafrika. Daneben wird das Fahrzeug seit geraumer Zeit in China sowie in Spartanburg, USA, produziert. Unter den weiteren Modellen, die zum 1,8-prozentigen Wachstum der Marke BMW in den ersten zehn Monaten dieses Jahres beitrugen, ist die BMW 5er Reihe, die seit Jahresbeginn weltweit an 316.579 Kunden ausgeliefert wurde – eine Zunahme um 13,7%.

Der **MINI** Absatz stieg im Oktober um 2,1% auf 29.418 Fahrzeuge. Größter Wachstumstreiber war der MINI Countryman mit einem Plus von 13,8% auf 8.536 Einheiten. Bis Ende Oktober liegt der MINI Absatz leicht unter dem Niveau des Vorjahres (295.354 / -1,6%).

Der Absatz von **BMW Motorrad** stieg im Oktober um 4,8% auf insgesamt 13.052 Auslieferungen. Seit Jahresbeginn wurden weltweit 139.845 (-0,3%) BMW Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden ausgeliefert.

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

Alle drei Hauptvertriebsregionen haben im bisherigen Jahresverlauf zum gestiegenen Absatz der BMW Group beigetragen. Dank der vollen Verfügbarkeit der aktuellen BMW und MINI Modelle in Europa legte der Absatz in der Heimatregion des Unternehmens im Oktober zu. Seit Jahresbeginn liegt die Zahl der Auslieferungen auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Die Auslieferungen in Amerika und Asien verzeichneten während der ersten zehn Monate dieses Jahres ein stabiles Wachstum.

	Oktober 2018	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per Oktober 2018	Vergleich zum Vorjahr %
Europa	88.277	+2,6	903.740	+0,2
- Deutschland*	27.998	+23,9	259.730	+1,5
- Großbritannien	16.897	+7,8	198.323	-1,9
Asien	72.735	+2,4	710.034	+2,7
- China (Festland)	56.439	+12,0	516.068	+6,0
- Japan	5.712	+0,9	61.956	-3,7
Amerika	34.758	-1,6	370.126	+2,5
- USA	26.428	-1,7	285.686	+1,4
- Lateinamerika	4.331	+3,4	44.897	+10,3

*Vorläufige Zulassungszahlen

BMW Group Absatz im/per Oktober 2018 auf einen Blick

	Oktober 2018	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per Oktober 2018	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile	200.883	+1,7	2.035.695	+1,3
BMW	171.131	+1,6	1.737.348	+1,8
MINI	29.418	+2,1	295.354	-1,6
BMW Group elektrifiziert*	13.016	+38,4	110.560	+41,6
BMW Motorrad	13.052	+4,8	139.845	-0,3

*BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

Presse-Information
Date 14. November 2018
Topic BMW Group Absatz legt im Oktober zu.
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, 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>