

Presse-Information
12. Januar 2021**Sperrfrist: 09:00 Uhr MEZ****BMW Group schließt von Corona-Pandemie geprägtes Jahr mit starkem vierten Quartal ab und führt Premiumsegment weltweit zum 17. Mal in Folge an**

- BMW Group Absatz in 2020 mit 2.324.809 Einheiten (-8,4%)
- BMW Absatz in Q4 mit 4,3% über Vorjahr (600.799 Fahrzeuge)
- Absatz elektrifizierter Fahrzeuge steigt um ein Drittel (+31,8%)
- Wie angekündigt: BMW Group erfüllt CO₂-Flottenziele in der EU in 2020
- Pieter Nota: „Sind Auswirkungen der Corona Pandemie mit Agilität in Absatzsteuerung und Produktion begegnet. Haben CO₂ Flottenziele der EU mit unter 100 g/km übererfüllt.“

München. Die BMW Group bestätigt im vergangenen Jahr mit 2.324.809 Einheiten (-8,4%) weltweit ausgelieferter Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce erneut ihre Position als weltweit führender Premium Automobilhersteller. Mit einem Absatz von 686.069 Fahrzeugen hat das Unternehmen im vierten Quartal auf Group-Ebene drei Prozent (+3,2%) mehr Fahrzeuge abgesetzt als im Jahr zuvor. Der Absatz an Plug-in-Hybrid-Fahrzeugen konnte im Vergleich zum Vorjahr um knapp vierzig Prozent (38,9%) zulegen und demonstriert das hohe Kundeninteresse an dieser Antriebsvariante.

„Wir sind den Auswirkungen der Corona Pandemie mit einer großen Agilität in Absatzsteuerung und Produktion begegnet. So ist es uns gelungen, das Jahr mit einem starken vierten Quartal abzuschließen und das Premiumsegment erneut weltweit anzuführen“, betonte **Pieter Nota**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb. „Wir haben dank unserer Efficient Dynamics-Technologien und der über 135.000 abgesetzten elektrifizierten Fahrzeuge in Europa unsere CO₂ Flottenziele in der EU übererfüllt und konnten den gesetzlich vorgeschriebenen Grenzwert sogar um einige Gramm unterschreiten“, so Nota weiter.

Konsequente und schnelle Anpassung der Vertriebskanäle

Bedingt durch die Corona-Pandemie und den Wunsch der Kunden nach einem möglichst kontaktlosen Verkaufsprozess hat die BMW Group die Digitalisierung des Vertriebs im vergangenen Jahr konsequent vorangetrieben: In über sechzig Märkten können Verkäufer die Kunden ortsunabhängig beraten und Fahrzeuge verkaufen. Über einen geteilten Bildschirm beispielsweise konfigurieren sie gemeinsam Fahrzeuge oder führen Bestandsfahrzeuge live vor.

In einem zweiten Schritt hat das Unternehmen in wichtigen Märkten über seine hochfrequentierten Websites den Verkaufsprozess für seine Handelspartner umfangreich online umgesetzt und wird dieses Angebot in 2021 in weiteren Märkten ausrollen.

Starke Performance der Modelle im oberen Luxussegment

Die Marke **BMW** hat das vergangene Jahr weltweit mit 2.028.659 (-7,2%) ausgelieferten Fahrzeugen abgeschlossen. Signifikant hat dazu die starke Performance der Modelle im oberen Luxussegment beigetragen, die dank der 7er und 8er Reihe sowie dem BMW X7 im Vergleich zum Vorjahr mit insgesamt 115.420 Einheiten um 12,4 Prozent zugelegt haben. Seit 2018 konnte das Absatzvolumen dieser hochprofitablen Modelle insgesamt um über 70% gesteigert werden.

Absatzsteigerung elektrifizierter Fahrzeuge um über 30 Prozent demonstriert Hochlauf der Elektromobilität

Als Pionier der Elektromobilität hat die BMW Group weltweit im vergangenen Jahr insgesamt 192.646 elektrifizierte BMW und MINI Fahrzeuge abgesetzt und damit ein Drittel (+31,8%) mehr als im Vorjahr. Damit ist die Elektromobilität auch in absoluten Zahlen ein signifikanter Wachstumstreiber für das Unternehmen. Der Absatz voll-elektrischer Fahrzeuge konnte dabei um dreizehn Prozent, der von Plug-in-Hybrid-Fahrzeugen um knapp vierzig Prozent gesteigert werden. In Europa betrug der Anteil der elektrifizierten Fahrzeuge am Gesamtabsatz bereits fünfzehn Prozent.

Die BMW Group hat ihre Palette an elektrifizierten Fahrzeugen (vollelektrisch und Plug-In-Hybride) inzwischen auf dreizehn Modelle erweitert, die in insgesamt 74 Märkten rund um den Globus verfügbar sind. Bis 2023 plant die BMW Group, ihre Fahrzeugpalette auf 25 elektrifizierte Fahrzeuge nahezu zu verdoppeln, dabei werden mehr als die Hälfte der Modelle vollelektrisch sein. Der Einführung des voll-elektrischen MINI* und des BMW iX3* im vergangenen Jahr folgt in 2021 der Produktionsstart des ebenfalls vollelektrischen BMW iX in Dingolfing und des BMW i4 in München.

BMW M GmbH trotz den gegenwärtigen Herausforderungen mit dem erfolgreichsten Jahr in seiner fast 50-jährigen Geschichte

Mit einem Absatzplus von 6% (144.218 Auslieferungen) schließt die

BMW M GmbH das vergangene Jahr erneut als erfolgreichstes ihrer Geschichte ab. Besonders haben die High-Performance Modelle der X-Baureihen sowie der neue X6 M50i* zum Absatzerfolg von BMW M beigetragen. Im vergangenen Jahr haben sowohl der neue BMW M3 als auch der BMW M4 ihre Weltpremieren gefeiert. Beide Modelle kommen im ersten Quartal dieses Jahres auf den Markt.

MINI ELECTRIC und John Cooper Works Modelle bei Kunden besonders beliebt

In einem herausfordernden Jahr lag die Absatzentwicklung der Marke MINI in einem äußerst wettbewerbsintensiven Segment bei 292.394 Einheiten (-15,8%). Besonderen Zuspruch haben im Vorjahr der vollelektrische MINI ELECTRIC* mit 17.580 verkauften Fahrzeugen sowie die John Cooper Works Modelle, von denen insgesamt 20.565 Einheiten (+20,8%) abgesetzt wurden, erfahren.

Rolls-Royce Motor Cars: Bemerkenswerte Leistung in einem außergewöhnlichen Jahr

Im vergangenen Jahr verkaufte Rolls-Royce Motor Cars insgesamt 3.756 Fahrzeuge (-26,4%). Dieses Ergebnis wurde erzielt, obwohl das meistverkaufte Modell

der Marke aufgrund des Modellwechsels erst seit Ende letzten Jahres mit der Einführung des neuen Ghost wieder verfügbar ist. Die Kundennachfrage blieb in allen Modellen hoch; die bespoke-Aufträge lagen dabei auf Rekordniveau. Die Einführung des neuen Ghost war das Highlight des vergangenen Jahres, das von Kunden, Medien und der Öffentlichkeit gleichermaßen mit großer Aufmerksamkeit verfolgt wurde. Der Auftragseingang für das neue Modell sorgt bis weit in die zweite Jahreshälfte 2021 für gefüllte Auftragsbücher. Rolls-Royce Motor Cars strebt weiterhin langfristiges, nachhaltiges Wachstum an.

BMW Motorrad erzielt zweitbestes Absatzergebnis aller Zeiten

Trotz der Pandemie-bedingten Herausforderungen konnte BMW Motorrad in 2020 169.272 Motorräder und Scooter in Kundenhand übergeben und damit das zweitbeste Absatzergebnis aller Zeiten erzielen. Dieses Absatzergebnis untermauert die erfolgreiche Wachstumsstrategie von BMW Motorrad. Garanten für das positive Ergebnis waren zum einen die Markteinführung von dreizehn neuen Modellen sowie das starke Produktportfolio von BMW Motorrad.

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

Die BMW Group hat ihren Absatz in **China** mit 777.379 ausgelieferten BMW und MINI Fahrzeugen im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozent (7,4%) übertroffen. Damit verzeichnet die BMW Group auf diesem wichtigen Markt den besten Jahresabsatz seit ihrem Markteintritt in China im Jahr 1994. Der fünftgrößte Markt des Unternehmens, **Südkorea**, hat in 2020 mit 69.872 Einheiten ein deutliches Absatzplus von einem Drittel (+30,5%) erzielt.

In den **USA** hat die BMW Group im vergangenen Jahr insgesamt 306.870 Einheiten (-18,0%) abgesetzt. In einem herausfordernden, von der Corona-Pandemie gekennzeichneten Umfeld haben sowohl die wieder anziehende Verbrauchernachfrage als auch die enge und effiziente Zusammenarbeit mit den Händlern für ein starkes viertes Quartal gesorgt.

In **Europa** lag der Gesamtabsatz bei BMW und MINI in einem außerordentlichen, von Einschränkungen im Handel geprägten Jahr insgesamt knapp sechzehn Prozent (912.621 Einheiten) unter Vorjahr. Auf ihrem Heimatmarkt **Deutschland** verzeichnete die BMW Group einen Rückgang von 13,3% (287.143 Einheiten).

BMW Group Absatz in Q4 und per Dezember 2020 auf einen Blick

	4. Quartal 2020	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per Dezember 2020	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile ¹	686.069	+3,2%	2.324.809	-8,4%
BMW ¹	600.799	+4,3%	2.028.659	-7,2%
- BMW M GmbH ¹	43.568	+6,2%	144.218	+5,9%
MINI ¹	84.165	-3,7%	292.394	-15,8%
BMW Group elektrifiziert* ¹	76.246	+55,0%	192.646	+31,8%
Rolls-Royce ¹	1.105	-20,7%	3.756	-26,4%
BMW Motorrad	39.673	+3,8%	169.272	-3,4%

*BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

¹ Im Zusammenhang mit einer Überprüfung ihrer Verkäufe und der damit verbundenen Veröffentlichungspraktiken hat die BMW Group ihre Vertriebszahlen für Auslieferungen überprüft und festgestellt, dass bestimmte Auslieferungen nicht für die richtigen Zeiträume gemeldet wurden. Weitere Informationen hierzu finden sich im BMW Group Geschäftsbericht 2019 auf S. 54f. Als Aktualisierung der dortigen Informationen hat die BMW Group die Daten für Auslieferungen in ihren sechzehn bedeutendsten Märkten rückblickend bis zum Jahr 2015 überarbeitet.

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

	4. Quartal 2020	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per Dezember 2020	Vergleich zum Vorjahr %
Europa ¹	264.096	-4,0%	912.621	-15,7%
- Deutschland* ¹	85.062	-6,7%	287.143	-13,4%
Asien ¹	279.986	+14,8%	984.515	+6,1%
- China ¹	217.698	+10,1%	777.379	+7,4%
Amerika ¹	127.459	-4,4%	378.613	-19,7%
- USA ¹	107.299	-2,2%	306.870	-18,0%

*Vorläufige Zulassungszahlen

¹ Im Zusammenhang mit einer Überprüfung ihrer Verkäufe und der damit verbundenen Veröffentlichungspraktiken hat die BMW Group ihre Vertriebszahlen für Auslieferungen überprüft und festgestellt, dass bestimmte Auslieferungen nicht für die richtigen Zeiträume gemeldet wurden. Weitere Informationen hierzu finden sich im BMW Group Geschäftsbericht 2019 auf S. 54f. Als Aktualisierung der dortigen Informationen hat die BMW Group die Daten für Auslieferungen in ihren sechzehn bedeutendsten Märkten rückblickend bis zum Jahr 2015 überarbeitet.

Die in dieser Meldung berichteten Zahlen stellen vorläufige Werte dar und können sich bis zur Vorlage des Geschäftsberichts 2020 noch ändern.

***Verbrauchs- und Emissionsdaten:**

MINI Cooper SE: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km, Stromverbrauch kombiniert: 16,8-14,8 kWh/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km

BMW iX3: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 17,8-17,5 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km

BMW X6 M50i: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 10,7-10,4 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 243-238 g/km

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Christina Hepe, Unternehmenskommunikation
E-Mail: christina.hepe@bmw.de, Telefon: +49-89-382-38770

Eckhard Wannieck, Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation
E-Mail: eckhard.wannieck@bmw.de, Telefon: +49 89 382-24544

Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschland
E-Mail: presse@bmwgroup.com

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 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>