

Presse-Information

12. Januar 2022

E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:**BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis**

- BMW Group setzte 2.521.525 Einheiten (+8,4%) ab
- Marke BMW erzielt Absatzrekord mit +9,1% über Vorjahr und belegt Platz eins im globalen Premium-Segment
- Absatz vollelektrifizierter Fahrzeuge mehr als verdoppelt auf 103.855 Einheiten
- MINI Electric* volumenstärkstes Modell der MINI Familie
- Jedes vierte verkauftes Fahrzeug der BMW Group in Deutschland elektrifiziert
- Pieter Nota: „Wollen auch 2022 profitabel wachsen und den Absatz vollelektrischer Fahrzeuge nochmals mehr als verdoppeln“

München. Die BMW Group hat im vergangenen Jahr mit 2.521.525 weltweit ausgelieferten Fahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ein solides Absatzplus von 8,4 Prozent gegenüber Vorjahr erzielt. Dabei erreichte die Marke BMW mit 2.213.795 Einheiten (+9,1%) einen neuen Absatzrekord und führte damit im vergangenen Jahr das globale Premium-Segment an. Den Absatz vollelektrischer Fahrzeuge konnte das Unternehmen 2021 mit 103.855 Einheiten mehr als verdoppeln (+133,2%).

„Trotz Versorgungsengpässen und anhaltender Corona Pandemie: Wir haben 2021 dank einer wirksamen operativen Leistung im Gesamtkonzern und einer attraktiven Produktpalette ein starkes Absatzergebnis erzielt. Unsere Marken haben rund um den Globus zahlreiche Bestwerte aufgestellt, allen voran die Marke BMW, die auf Platz eins im weltweiten Premium-Segment liegt“, sagte Pieter Nota, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb. „Mit mehr als 100.000 verkauften

Presse-Information

12. Januar 2022

E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:
BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis

Seite 2

vollelektrischen Fahrzeugen lag unser Fokus im letzten Jahr klar auf dem Hochlauf der Elektromobilität“, so Nota.

BMW Group gut aufgestellt, um auch im Jahr 2022 profitabel zu wachsen

Der Konzern blickt mit Zuversicht auf das laufende Jahr. „Auch 2022 wollen wir profitabel wachsen. Unser Angebot an vollelektrischen Fahrzeugen werden wir in diesem Jahr konsequent weiter ausbauen. Daher haben wir uns hier besonders ambitionierte Wachstumsziele gesetzt: Wir wollen in diesem Jahr den Absatz vollelektrischer Fahrzeuge gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppeln“, ergänzte Nota.

Konsequente Digitalisierung der Kundenschnittstelle stellt Weichen für erfolgreichen Vertrieb der Zukunft

Mit der Einführung des BMW iX und BMW i4 hat die BMW Group die Digitalisierung an der Kundenschnittstelle deutlich ausgebaut.

Neben der intuitiven Konfiguration für einen vereinfachten Kaufprozess können beispielsweise auf dem Heimatmarkt Deutschland heute bereits vorkonfigurierte Neufahrzeuge und junge Gebrauchte über die gesamte Modellpalette hinweg online gekauft werden. Bis 2025 plant der Konzern, insgesamt bereits rund ein Viertel seiner Fahrzeuge komplett online abzusetzen.

Proactive Customer Care erlaubt die datenbasierte Erkennung von Servicebedarfen; der Kunde kann direkt angesprochen und es kann ihm, wo möglich, remote geholfen bzw. ein notwendiger Werkstattbesuch effizient und unkompliziert gestaltet werden.

Presse-Information

12. Januar 2022

E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:
BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis

Seite 3

Die neue My BMW/MINI App bietet heute bereits noch mehr zusätzliche Angebote, wie die Buchung digitaler Services oder den breiten Zugang zu Ladeoptionen, und stellt zudem einen direkten Kanal zu den Kunden dar.

Marke BMW übertrifft Rekordabsatz des Vorkrisenjahres 2019

Die Marke BMW hat das vergangene Jahr weltweit mit einem Plus von 9,1 Prozent (2.213.795 Fahrzeuge) gegenüber Vorjahr abgeschlossen. Dank eines jungen und attraktiven Modellangebots konnte BMW das beste Absatzergebnis aller Zeiten erzielen.

2021 stand im Zeichen der Offensive bei der Elektromobilität

Mit insgesamt 328.316 Einheiten (+70,4 %) betrug 2021 der Anteil an elektrifizierten Fahrzeugen der Marken BMW und MINI weltweit bereits dreizehn Prozent, in Europa waren es mit 225.415 Einheiten sogar bereits über dreißig Prozent.

Mit 37.939 verkauften BMW iX3* wurde weltweit rund jeder zehnte BMW X3 vollelektrisch ausgeliefert. Jeder dritte Kunde eines MINI 3-Türers hat sich weltweit für die vollelektrische Variante* des Modells entschieden (34.851 Einheiten). Der BMW i3 als weltweit einziges vollelektrisches Premiumfahrzeug im Kompakt-Segment konnte auch in seinem neunten Jahr noch zulegen: Mit 28.216 verkauften Fahrzeugen wurden 5,4 Prozent mehr BMW i3 als im Vorjahr verkauft.

Mit dem BMW iX und dem BMW i4 hat die BMW Group Ende letzten Jahres zwei zentrale Innovationsträger auf den Markt gebracht. 2022 wird das

Presse-Information
12. Januar 2022
E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:
BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis
Seite 4

Unternehmen sein elektrisches Portfolio um vollelektrische Versionen des BMW 7er und BMW X1 erweitern, in 2023 dann auch in der volumenstarken BMW 5er Reihe. Dazu kommen unter anderem der Nachfolger des MINI Countryman und der ausschließlich vollelektrische Rolls-Royce Spectre.

Bereits im Jahr 2023 wird das Unternehmen in rund 90 Prozent seiner heutigen Marktsegmente jeweils mindestens ein vollelektrisches Modell auf der Straße haben. Insgesamt plant der Konzern, in den nächsten rund zehn Jahren etwa zehn Millionen vollelektrische Fahrzeuge abzusetzen.

Ab Mitte des Jahrzehnts wird die kompromisslos auf vollelektrische Antriebe ausgerichtete Neue Klasse einen signifikanten Beitrag zum Absatzvolumen der BMW Group leisten.

Die Marke MINI wird ab Anfang der 2030er Jahre bereits über ein ausschließlich vollelektrisches Angebot verfügen. Rolls-Royce wird ab 2030 ebenfalls zur rein elektrischen Marke. Außerdem werden alle zukünftigen neuen Modelle von BMW Motorrad im Bereich der urbanen Mobilität vollelektrisch sein.

BMW M GmbH erreicht weiteren Meilenstein ihrer Erfolgsgeschichte

Mit 163.542 ausgelieferten M-Fahrzeugen (+13,4%) hat die BMW M GmbH sowohl im High Performance als auch im Performance Bereich erneut Absatzbestmarken erzielt. Besonders gut haben dabei der neue BMW M3 und BMW M4 abgeschnitten. Auch die Sports Activity Vehicles BMW X5 M und BMW X6 M konnten im Vergleich zum Vorjahr nochmals zulegen. Im Performance Bereich resultierte das Wachstum hauptsächlich aus den neuen

Presse-Information

12. Januar 2022

E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:
BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis

Seite 5

4er Derivaten, allen voran dem 4er Coupé. Auch der X3 M40i* und der X7 M50i* erfreuten sich wachsender Beliebtheit. In diesem Jahr werden zusätzlich die vollelektrischen Modelle BMW iX M60* und BMW i4 M50* zum künftigen Erfolg der Marke beitragen.

Jeder zehnte MINI Kunde weltweit ist bereits vollelektrisch unterwegs

Die Marke MINI hat im vergangenen Jahr 302.144 Fahrzeuge in Kundenhand übergeben und damit 3,3 Prozent mehr als im Vorjahr. Rund siebzehn Prozent der verkauften Fahrzeuge hatten einen elektrifizierten Antrieb. Mehr als jeder zehnte MINI Kunde hat sich für den vollelektrischen MINI, den MINI Cooper SE*, entschieden (34.851 Einheiten). Der MINI Electric ist damit das volumenstärkste Modell der MINI Familie und war 2021 mit einem Zuwachs von 98,2 Prozent weltweit Impulsgeber für die Marke. Mit einer geplanten Neuausrichtung des Modellprogramms, dem Ausbau der Produktionskapazitäten und der Eroberung neuer Zielgruppen und Märkte steht die Strategie von MINI auch künftig für erfolgreiches, profitables Wachstum.

Rolls-Royce Motor Cars mit bestem Absatzergebnis aller Zeiten

Rolls-Royce Motor Cars verzeichnete mit 5.586 verkauften Einheiten weltweit den höchsten Absatz in der 117-jährigen Geschichte der Marke (+48,7%). Die meisten Regionen, darunter China, Nord- und Südamerika sowie die Region Asien-Pazifik sowie mehrere Länder rund um den Globus schlossen das Jahr mit einem Absatzrekord ab. Das vergangene Jahr war geprägt von einer weltweit hohen Nachfrage nach allen Modellen, insbesondere Ghost und Cullinan sowie allen Black Badge Varianten. Die aktuellen Bestellungen reichen bis weit in das dritte Quartal 2022. Die Bespoke-Aufträge erreichten

Presse-Information

12. Januar 2022

E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:
BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis

Seite 6

2021 erneut ein Rekordniveau und das Unternehmen kündigte neben der Vorstellung des Boat Tail an, dass Rolls-Royce Coachbuild zu einer festen Größe im zukünftigen Portfolio wird. Die Marke entwickelt sich weiter zu einem wahren Luxushaus und bereitet sich nun auf die historische Markteinführung ihres ersten rein elektrischen Automobils, Spectre, im vierten Quartal 2023 vor.

2021: Das beste Jahr in der Geschichte von BMW Motorrad

Mit 194.261 Einheiten (+14,8%) war 2021 das beste Jahr seit Bestehen von BMW Motorrad. Wie schon die Jahre zuvor ist die BMW 1250 GS Garant für das Absatzwachstum und trug auch 2021 wieder mit ca. 60.000 Einheiten maßgeblich zum Erfolg der Marke bei. Die komplett neue BMW R 1250 RT startete ebenso positiv in den Markt wie die großen R 18 Modelle, von denen bislang vier Derivate vorgestellt wurden. Sehr positiv wurde auch die neue S 1000 R aufgenommen, die zusammen mit dem ersten BMW M-Fahrzeug von Motorrad für frischen Wind in der Vierzylinderszene sorgte und die Technologieführerschaft von BMW Motorrad unter Beweis stellte.

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

In China konnte die BMW Group 2021 erneut einen Absatzrekord aufstellen und führt damit das Premiumsegment weiter an. Insgesamt wurden 846.237 BMW und MINI Fahrzeuge an chinesische Kunden ausgeliefert (+8,9%). Der Absatz elektrifizierter Fahrzeuge in China hat mit einem Wachstum von 69,6 Prozent und mehr als 21.000 Einheiten des BMW iX3* weiter an Dynamik gewonnen. Südkorea, der fünftgrößte Markt des Unternehmens, hat 2021 mit 77.592 Einheiten ein Absatzplus von (+11,0%) erzielt.

Presse-Information

Datum 12. Januar 2022

Thema E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:
BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis

Seite 7

In den USA stiegen die Auslieferungen der Marke BMW um 20,8 Prozent auf 336.644 Einheiten und lagen damit auf dem Niveau des Vorkrisenjahres 2019. Die Marke MINI hat 2021 in den USA 29.930 Fahrzeuge und damit plus 6,4 Prozent gegenüber Vorjahr abgesetzt. Der Anteil der BMW X Modellreihe betrug in den USA im vergangenen Jahr 60 Prozent am Gesamtabsatz.

In Europa lag der kumulierte Absatz von BMW und MINI bei 948.087 Einheiten (+3,9%). Belgien verzeichnet dabei einen historischen Rekord für das Unternehmen: Die Marke BMW führte erstmals den Gesamtmarkt in einem europäischen Land an. Auch Holland hat eine Bestmarke erzielt: Der BMW iX3* war mit 2.733 Zulassungen das meistverkaufte Elektromodell im Premium-Segment.

Mit 267.917 Einheiten (-6,8%) konnte die BMW Group ihren Segmentanteil auf ihrem Heimatmarkt Deutschland 2021 weiter ausbauen und belegt mit einem Marktanteil von über 35 Prozent den Spitzenplatz im Premium-Segment. Der Absatz vollelektrischer Fahrzeuge konnte mehr als verdoppelt werden (27.248 Zulassungen). Zusammen mit den 43.842 verkauften PHEV war damit bereits ein Viertel aller verkauften Fahrzeuge in Deutschland elektrifiziert.

Presse-Information

Datum 12. Januar 2022

Thema E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:
BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis

Seite 8

BMW Group Absatz in Q4 und per Dezember 2021 auf einen Blick

	4. Quartal 2021	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per Dezember 2021	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile	589.301	-14,2%	2.521.525	+8,4%
BMW	510.727	-15,1%	2.213.795	+9,1%
- BMW M GmbH	40.540	-7,0%	163.542	+13,4%
MINI	77.306	-8,5%	302.144	+3,3%
BMW Group elektrifiziert*	96.741	+26,9%	328.316	+70,4%
Rolls-Royce	1.268	+14,8%	5.586	+48,7%
BMW Motorrad	37.652	-5,1%	194.261	+14,8%

*BEV und PHEV

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

	4. Quartal 2021	Vergleich zum Vor-jahr %	Bis/per Dezember 2021	Vergleich zum Vorjahr %
Europa	223.167	-15,8%	948.087	+3,9%
- Deutschland*	62.745	-26,4%	267.917	-6,8%
Asien	232.222	-17,1%	1.065.141	+8,2%
- China	176.600	-18,9%	846.237	+8,9%
Amerika	120.838	-5,2%	450.062	+18,9%
- USA	100.891	-6,0%	366.574	+19,5%

*Vorläufige Zulassungszahlen

Die in dieser Meldung berichteten Auslieferungszahlen stellen vorläufige Werte dar und können sich bis zur Vorlage des BMW Group Berichts 2021 noch ändern. Erläuterungen zur Aufbereitung der Auslieferungszahlen finden sich im BMW Group Bericht 2020 auf S.128f.

*Verbrauchs- und Emissionsangaben:

MINI Cooper SE: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 16,9-14,9 NEFZ, 17,6-15,2 WLTP

BMW iX3: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 18,9-18,5 WLTP

BMW X3 M40i: Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert: 9,5-8,8 WLTP; CO2-Emissionen in g/km kombiniert: 216-200 WLTP

BMW X7 M50i: Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert: 11,2-11,0 NEFZ, 12,8-12,3 WLTP; CO2-Emissionen in g/km kombiniert: 258-252 NEFZ, 292-280 WLTP



Presse-Information

Datum 12. Januar 2022

Thema E-Offensive und Platz eins im Premium-Segment:
BMW Group erzielt 2021 starkes Absatzergebnis

Seite 9

BMW iX M60: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 24,7-21,7 WLTP (Bei den Angaben handelt es sich um voraussichtliche, noch nicht offiziell bestätigte Werte)

BMW i4 M50: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 22,5-18,0 WLTP

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

Im Jahr 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

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/>