

Presse-Information
10. März 2017**Sperrfrist 09:00 Uhr MEZ****BMW Group erzielt Allzeithoch beim Februar-Absatz**

169.073 Fahrzeugauslieferungen weltweit im Februar: +3,1%

BMW Absatz steigt um 3,0% auf 147.789 Fahrzeuge

MINI Absatz wächst um 3,2% auf 21.045 Einheiten

BMW Group steigert Absatz seit Jahresbeginn um 4,9% auf

332.369 Fahrzeuge

BMW: Absatz elektrifizierter Fahrzeuge mehr als verdoppelt

Absatzwachstum in allen Weltregionen

München. Die BMW Group hat auch im Februar ihren Absatz gesteigert und mit weltweit 169.073 Fahrzeugauslieferungen ein neues Allzeithoch für diesen Monat erreicht. Die Zunahme gegenüber dem Vorjahresmonat belief sich auf 3,1%. Mit ihren drei Premium-Marken BMW, MINI und Rolls-Royce setzte die BMW Group seit Beginn des Jahres 332.369 Fahrzeuge ab, ein Plus von 4,9% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

„In den ersten beiden Monaten dieses Jahres haben wir in allen großen Absatzregionen Wachstum verzeichnet – und das trotz des Modellwechsels beim BMW 5er“, sagte Dr. Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Vertrieb und Marke BMW. „Der Februar war für uns aufgrund der Markteinführung des neuen BMW 5er ein wichtiger Monat. Der neue BMW 5er setzt die Maßstäbe in seiner Klasse und die ersten Absatzzahlen sind stark. Deshalb sind wir überzeugt, dass gerade dieses Modell unsere Absatzdynamik im Laufe dieses Jahres verstärken wird“, so Robertson weiter.

Der Fahrzeugabsatz der Marke **BMW** stieg im Vergleich zum Februar 2016 um 3,0%. Insgesamt wurden 147.789 BMW Fahrzeuge an Kunden rund um den Globus ausgeliefert. Seit Jahresbeginn beläuft sich der Absatz der Marke auf 291.347 Fahrzeuge, eine Zunahme um 5,0%. Viele Modelle über das gesamte Sortiment hinweg haben zu diesem Wachstum beigetragen: In den ersten beiden Monaten des Jahres kletterte die Zahl der Auslieferungen des BMW X1 um 36,1% auf 39.304 Einheiten, der Absatz des BMW X5 legte um 15,8% auf 28.213 Fahrzeuge zu, und die Auslieferungen des Flaggschiffs, des BMW 7er, stiegen um 34,7% auf 8.763.

Presse-Information

Datum 10. März 2017
Thema BMW Group erzielt Allzeithoch beim Februar-Absatz
Seite 2

Der Absatz der elektrifizierten Fahrzeuge der BMW Group zeigt seit Jahresbeginn starkes Wachstum und unterstreicht das zunehmende Interesse der Kunden an elektrisch angetriebenen Fahrzeugen. In den ersten beiden Monaten des Jahres wurden über 10.000 elektrifizierte Fahrzeuge an Kunden in der ganzen Welt ausgeliefert, ein Zuwachs um 110,1% gegenüber dem Vergleichszeitraum des letzten Jahres. Mit der Einführung des Plug-in-Hybrid BMW 530e iPerformance, der ab Mitte März erhältlich ist, und dem MINI Cooper S E Countryman ALL4 Plug-in-Hybrid, dessen Auslieferung im Juni startet, sollte der Absatz der elektrifizierten Modelle weiter zulegen.

MINI erhöhte im Februar ebenfalls seinen Absatz: 21.045 Fahrzeugauslieferungen an Kunden in der ganzen Welt bedeuten eine Steigerung um 3,2% gegenüber dem Vorjahresmonat. Das Absatzplus für MINI seit Jahresbeginn beläuft sich auf 3,5% (40.611). Das MINI Cabriolet (3.308 / +590,6%) und der MINI Clubman (7.630 / +37,4%) waren dabei die beiden Hauptwachstumstreiber. Aufgrund des noch im Februar erfolgten Marktstarts des MINI Countryman dürfte der Absatz der Marke im Laufe des Jahres weiter zulegen.

Im Rahmen ihrer langfristigen Strategie des weltweiten balancierten Absatzes verzeichnet die BMW Group in diesem Jahr bislang in allen Hauptabsatzregionen Wachstum.

Die Zahl der Auslieferungen von BMW und MINI in **Europa** stieg in den ersten beiden Monaten um 3,3% (138.666). In nahezu allen Märkten in der Region legten die Absatzzahlen zu, so etwa in Großbritannien (+4,4% / 17.584) und in Frankreich (+6,3% / 12.937).

Der Absatz von BMW und MINI Fahrzeugen in **Asien** kletterte seit Jahresbeginn um 9,0% auf insgesamt 123.851 Kundenauslieferungen. Der Absatz im größten Markt der Region, dem chinesischen Festland, stieg um 14,7% (92.045).

Presse-Information

Datum

10. März 2017

Thema

BMW Group erzielt Allzeithoch beim Februar-Absatz

Seite

3

In der Region **Amerika** blieb der Fahrzeugabsatz von BMW und MINI mit einem Zuwachs von 0,2% (58.277) gegenüber den ersten beiden Monaten des Vorjahres insgesamt stabil. Die USA verzeichneten 45.931 Kundenauslieferungen (-1,6%); dagegen stieg der Absatz in Kanada um 2,5% (5.320).

Der Februar war auch für **BMW Motorrad** ein stabiler Monat. Insgesamt 9.868 Motorräder und Maxi-Scooter wurden an Kunden ausgeliefert, das sind 0,3% mehr als im Vorjahresmonat. Seit Jahresbeginn summiert sich der Absatz auf 17.371 Einheiten, eine Zunahme um ebenfalls 0,3%.

BMW Group Absatz im/per Februar 2017 auf einen Blick

	Februar 2017	Vergleich zum Vorjahr	Per Februar 2017	Vergleich zum Vorjahr
BMW Group Automobile	169.073	+3,1%	332.369	+4,9%
BMW	147.789	+3,0%	291.347	+5,0%
MINI	21.045	+3,2%	40.611	+3,5%
BMW Motorrad	9.868	+0,3%	17.371	+0,3%

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Emma Begley, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, emma.begley@bmwgroup.com
Telefon: +49 89 382-72200

Glenn Schmidt, Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation, glenn.schmidt@bmwgroup.com
Telefon: +49 89 382-24544

Internet: www.press.bmw.de

E-Mail: presse@bmw.de

Presse-Information

Datum 10. März 2017
Thema BMW Group erzielt Allzeithoch beim Februar-Absatz
Seite 4

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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern 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>