

BMW Group setzt auf Flexibilität und Solidarität im Umgang mit Corona Pandemie

- Schutz von Mitarbeitern und Verantwortung für Gesellschaft
- Sicherstellung von Liquidität und langfristigem Unternehmenserfolg
- In Europa rund 80%, in den USA circa 70% aller Händlerbetriebe geschlossen
- BMW Group Absatz liegt im ersten Quartal bei 477.111 Fahrzeugen
- Pieter Nota: „China zeigt erste Anzeichen einer Erholung“
- Rund 14% mehr E-Fahrzeuge. Auf Kurs für CO2 Zielwerte

München. In Zeiten der Corona Pandemie stehen der Schutz von Mitarbeitern und die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft für die BMW Group an erster Stelle. Gleichzeitig gilt es, die Liquidität und den langfristigen Unternehmenserfolg sicherzustellen. Das Absatzergebnis des ersten Quartals ist überlagert von den weltweiten Folgen von Sars-CoV-2 und den Auswirkungen der vorübergehenden Schließung einer Großzahl von Handelsbetrieben. Die BMW Group hat in den ersten drei Monaten dieses Jahres weltweit 477.111 (-20,6%) Fahrzeuge der Premium-Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ausgeliefert.

„Wir reagieren auf die weltweit herausfordernde Absatzsituation aufgrund der Corona Pandemie und passen unser Produktionsvolumen flexibel der Nachfrage an. Damit schaffen wir wichtige Voraussetzungen für den weiteren wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens“, betonte **Pieter Nota**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb. „In China sehen wir mit einem starken Auftragseingang die ersten Anzeichen einer Erholung“, so Nota weiter.

Dank der großen Modelloffensive der vergangenen Monate war die BMW Group zunächst erfolgreich und mit Wachstum in das laufende Jahr gestartet. Die Auswirkungen der Pandemie haben dann allerdings im Februar bereits zu einem signifikanten Absatzrückgang in China geführt. Im März waren die Folgen der Pandemie dann bei den Absatzzahlen in Europa und den USA deutlich spürbar. In Europa sind derzeit aufgrund des Coronavirus rund 80% aller Händlerbetriebe geschlossen, in den USA sind es circa 70%. In einigen Ländern, wie Deutschland, ist aktuell der stationäre Autoverkauf gesetzlich gänzlich untersagt.

BMW Group unterstützt Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie

Die BMW Group unterstützt die Maßnahmen, mit denen die Verbreitung von Sars-CoV-2 eingedämmt werden soll, umfassend und übernimmt Verantwortung mit Blick auf die Gesellschaft. Dazu stellt das Unternehmen Fahrzeuge für Sozial- und Gesundheitseinrichtungen bereit, um die Mobilität von Helfern und Berufstätigen im Gesundheitssektor zu ermöglichen. Außerdem hilft die BMW Group an ihren deutschen und internationalen Standorten mit Sach- und Materialspenden wie beispielsweise Atemschutzmasken und Desinfektionsmittel an soziale und öffentliche Einrichtungen. Gemeinsam mit seinem globalen Lieferantennetzwerk arbeitet das Unternehmen derzeit intensiv an der kurzfristigen Beschaffung von notwendigen Atemschutzmasken und weiterer medizinischer Ausrüstung. Darüber hinaus prüft das Unternehmen eine eigene Produktion von medizinischen Masken.

Seine Handelspartner und Kunden unterstützt die BMW Group in dieser schwierigen Situation bestmöglich. Da die Lage von Land zu Land variiert, werden im engen Austausch mit den Handelspartnern marktindividuelle Maßnahmen ergriffen. Die BMW Group bietet ihren Kunden zudem - wo aktuell sinnvoll - Maßnahmen wie beispielsweise die Verlängerung der Gewährleistung aus Neufahrzeugverkäufen oder die Erweiterung von Wartungsintervallen an und stellt, soweit es die gesetzlichen Vorgaben erlauben, einen Werkstatt-Service sicher.

Marke BMW liefert im ersten Quartal 411.809 Fahrzeuge aus

Insgesamt wurden in den ersten drei Monaten des Jahres 411.809 (-20,1%) **BMW** Automobile ausgeliefert. Die Marke **MINI** hat in diesem Zeitraum 64.449 (-23,4%) Einheiten abgesetzt.

Im ersten Quartal wurden weltweit 30.692 (+13,9%) **elektrifizierte Fahrzeuge** der Marken BMW und MINI ausgeliefert. „Damit sind wir auch auf Kurs, die CO2 Zielwerte der EU zu erreichen. Wir sehen keine Notwendigkeit, die Zielsetzung zum Schutz des Klimas auszusetzen“, sagte Pieter Nota.

Rolls-Royce Motor Cars erzielte im ersten Quartal des laufenden Jahres einen Absatz von 853 (-27,2%) Fahrzeugen. Insgesamt wurden von Januar bis März zudem 34.774 (-9,9%) **Motorräder** an Kunden übergeben.

In den **USA** wurden im ersten Quartal des Jahres 64.692 (-17,4%) Automobile abgesetzt, davon 59.455 (-15,3%) Fahrzeuge der Marke BMW.

In **China** liegt der Absatz im ersten Quartal insgesamt bei -30,9% (116.452 Fahrzeuge). Erfreulich ist die Trendwende im März, die auf eine nachhaltige Erholung des Marktes hindeutet. Auch in Südkorea zeigt die Entwicklung der Absatzzahlen in eine positive Richtung.

In der Region **Europa** wurden insgesamt in den ersten drei Monaten 220.812 (-18,3%) Automobile der Marken BMW und MINI ausgeliefert. In **Deutschland** ist der Absatz der BMW Group mit 67.882 Einheiten (-9,0%) weniger stark als der Gesamtmarkt zurückgegangen.

BMW Group Absatz per März 2020 auf einen Blick

	1. Quartal 2020	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile ¹	477.111	-20,6
BMW ¹	411.809	-20,1
MINI ¹	64.449	-23,4
BMW Group elektrifiziert* ¹	30.692	+13,9
Rolls-Royce ¹	853	-27,2
BMW Motorrad	34.774	-9,9

¹BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

	1. Quartal 2020	Vergleich zum Vorjahr %
Europa ¹	220.812	-18,3
- Deutschland* ¹	67.882	-9,0
Asien ¹	162.604	-25,0
- China ¹	116.452	-30,9
Amerika ¹	81.791	-17,6
- USA ¹	64.692	-17,4

*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 in der Presse-Information vom 12. März 2020 zur Ankündigung der Finanzergebnisse der BMW Group für 2019 sowie im BMW Group Geschäftsbericht 2019. Als Aktualisierung der dortigen Informationen hat die BMW Group die Daten für Auslieferungen in ihren sechzehn bedeutendsten Märkten rückblickend bis zum Jahr 2015 überarbeitet.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

UnternehmenskommunikationChristina Hepe, Unternehmenskommunikation
christina.hepe@bmw.de, Telefon: +49-89-382-38770Mathias Schmidt, Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation
mathias.m.schmidt@bmwgroup.com, Telefon: +49 89 382-24544Internet: www.press.bmw.de
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 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 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 133.778 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.



Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 06. April 2020

Thema BMW Group setzt auf Flexibilität und Solidarität im Umgang mit Corona Pandemie

Seite 5

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/bmwgroup/>