

Presse-Information

10. Januar 2023

Embargo 9:00 Uhr MEZ

BMW Group bleibt 2022 auf Erfolgskurs: Platz 1 im globalen Premium-Segment behauptet, Elektro-Absatz verdoppelt

- BMW Group setzte 2.399.636 Einheiten ab (-4,8%)
- Marke BMW behauptet Platz 1 im globalen Premium-Segment
- Absatz vollelektrischer Fahrzeuge mit 215.755 Einheiten mehr als verdoppelt (+107,7%)
- Absatzwachstum von +10,6% im vierten Quartal 2022
- MINI Electric* meistverkaufte MINI-Modellvariante
- Pieter Nota: „Der nächste Meilenstein für 2023: 15% Anteil voll-elektrischer Fahrzeuge am Gesamtabsatz“

München. Die BMW Group hat den Hochlauf der Elektromobilität 2022 nochmal deutlich beschleunigt. Mit 215.755 abgesetzten vollelektrischen Fahrzeugen der Marken BMW und MINI konnte die BMW Group den BEV-Absatz gegenüber Vorjahr wie angekündigt mehr als verdoppeln (+107,7%). Ein besonderer Meilenstein dabei: Die BMW Group hat Ende des vergangenen Jahres das 500.000ste vollelektrische Fahrzeug in Kundenhand übergeben.

„Unser starkes Produktportfolio ist die beste Antwort auf ein herausforderndes Umfeld. Damit haben wir 2022 erneut den Absatz vollelektrischer Fahrzeuge mehr als verdoppelt“, sagte Pieter Nota, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb. „Wir sind zuversichtlich, dass wir diese Erfolgsgeschichte 2023 fortsetzen. Denn besonders bei unseren vollelektrischen Modellen verzeichnen wir weiterhin hohe Auftragseingänge“, so Nota.

Die BMW Group hat im vergangenen Jahr weltweit 2.399.636 Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ausgeliefert (-4,8%). Industrieübergreifend war das Jahr 2022 von den Engpässen bei der Versorgung, den pandemiebedingten Lockdowns in China und dem Krieg in der Ukraine geprägt. Nachdem die Auslieferungen in der

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89-382-47564

Internet
www.bmwgroup.com

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 10. Januar 2023
Thema BMW Group bleibt 2022 auf Erfolgskurs: Platz 1 im globalen Premium-Segment behauptet, Elektro-Absatz verdoppelt
Seite 2

ersten Jahreshälfte rückläufig waren, ist der Absatz in der zweiten Jahreshälfte schrittweise gestiegen. Im vierten Quartal konnte die BMW Group mit 651.798 Auslieferungen an Kunden ein deutliches Absatzplus von +10,6% erzielen.

Die BMW Group blickt mit Zuversicht auf das laufende Jahr. „Wir setzen unseren Kurs des profitablen Wachstums auch im Jahr 2023 fort. Der Fokus liegt dabei klar auf dem weiteren Hochlauf der Elektromobilität. Der nächste Meilenstein für 2023: ein Anteil von 15% vollelektrischer Fahrzeuge am gesamten Absatz. Mit der Einführung des BMW i5 im laufenden Jahr gehen wir dabei einen weiteren bedeutenden Schritt auf dem Weg der Elektrifizierung unserer Modellpalette“, so Nota.

Die Zukunft der BMW Group ist elektrisch, zirkulär und digital. Ein Highlight auf dem Weg zur NEUEN KLASSE wurde in der vergangenen Woche auf der CES in Las Vegas vorgestellt: Mit dem BMW i Vision Dee liefert die BMW Group eine Zukunftsvision zum digitalen Erlebnis innerhalb und außerhalb des Autos. Im Laufe des Jahres 2023 wird die BMW Group weitere Aus- und Einblicke zum revolutionären Fahrzeugkonzept der NEUEN KLASSE geben.

Zugleich treibt das Unternehmen die weitere Digitalisierung des Vertriebs konsequent voran. Die BMW Group setzt künftig in 24 europäischen Märkten auf einen Direktvertrieb mit Agenten als Handelsvertretern und schafft damit die Voraussetzungen für einen nahtlosen Wechsel zwischen dem Online- und Offline-Kundenerlebnis. Es ist das klare Ziel, mit dem neuen Agenturmodell die Kundenzufriedenheit und das Premium-Markenerlebnis zu stärken und darüber hinaus neue, online-affine Kundenzielgruppen anzusprechen. Mit dem neuen Agenturmodell schafft die BMW Group zudem Preistransparenz. Der Kunde erhält künftig über alle Vertriebskanäle hinweg ein konsistentes Angebot. Im laufenden Jahr

werden die Voraussetzungen geschaffen, um mit MINI 2024 zu starten. BMW soll im Jahr 2026 folgen. Die Umsetzung erfolgt in enger Partnerschaft mit den Handelspartnern.

Ein zentraler Baustein bei der Neuausrichtung des Vertriebs ist die My BMW/MINI App. Mit einer Vielzahl von Funktionen und einer intuitiven Benutzerführung begleitet sie ihre Nutzer durch das beste Kundenerlebnis der Industrie. Die My BMW/MINI App fungiert als Schnittstelle für einen individualisierten Kundendialog und hat täglich rund 2 Millionen Nutzer in rund 50 Märkten.

Marke BMW behauptet Platz 1 im globalen Premium-Segment

Die Marke BMW hat im vergangenen Jahr weltweit 2.100.692 Einheiten abgesetzt (-5,1%). Damit behauptet die Marke BMW weiterhin Platz 1 im weltweiten Premium-Segment. Ein starkes Wachstum verzeichnet die Marke BMW bei den elektrifizierten Fahrzeugen. Im Gesamtjahr lag das Absatzwachstum mit 372.956 verkauften elektrifizierten Fahrzeugen (inkl. Plug-in-Hybriden) gegenüber dem Vorjahr bei +35,6%.

Das attraktive Produktportfolio der Marke erfreut sich großer Beliebtheit bei den Kunden. Dies wird untermauert durch eine hohe Auftragseingangslage, zum Beispiel bei den Modellen BMW X1, iX1*, i4, iX und i7*. Im laufenden Jahr ergänzt die BMW Group ihr elektrisches Portfolio um den BMW i5.

BMW M beschenkt sich zum 50-jährigen Jubiläum mit einem Rekordjahr

Die BMW M GmbH schließt ihr Jubiläumsjahr trotz herausfordernder Versorgungsgänge mit einem Rekordabsatz ab. Mit 177.257 abgesetzten Einheiten verzeichnet BMW M ein Wachstum von +8,4% gegenüber Vorjahr. Zugleich machte BMW M große Fortschritte bei der Elektrifizierung des Produktportfolios. Die Anläufe der ersten beiden vollelektrifizierten BMW M Performance Modelle, i4 M50* und iX M60*, das allererste elektrifizierte High Performance Modell BMW XM* sowie das neue M240i Coupé* trugen außerordentlich zu diesem erfolgreichen Jahresabschluss bei. Zudem leisteten die Neuauflage des BMW M2 und der neu angelaufene BMW M3 Touring einen starken Beitrag zum Absatzwachstum im vergangenen Jahr.

Neben diesen neuen Impulsen im Produktportfolio erfreuten sich die top High Performance Derivate M3 und M4 sowie die lang etablierten X Modelle einer weiterhin starken Nachfrage im 50. Jubiläumsjahr von BMW M. Damit ist der Ausblick auf das laufende Jahr 2023 für die BMW M GmbH sehr positiv und lässt auf weitere Rekorde hoffen.

MINI Electric* bleibt die meistverkaufte MINI-Modellvariante

Die Premium-Automobilmarke MINI setzte im vergangenen Jahr 292.923 Einheiten ab (-3,0%). Der Absatz der elektrifizierten MINI-Modelle entwickelte sich positiv. Die Anzahl der verkauften elektrifizierten MINI-Modelle (inkl. Plug-in-Hybriden) stieg um +14,3% auf 60.839 Fahrzeuge und damit rund 21% des weltweiten Gesamtabsatzes der Marke MINI im Jahr 2022.

Der vollelektrische MINI Cooper SE* bleibt auch 2022 die meistverkaufte Modellvariante. Im vergangenen Jahr wurden 43.744 Einheiten des MINI Cooper SE* weltweit verkauft, was einer Steigerung von +25,5% gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Das laufende Jahr 2023 ist ein sehr bedeutendes Jahr für MINI. Die Marke feiert die 110-jährige Automobilproduktion im Heimatwerk in Oxford und präsentiert die ersten zwei vollelektrischen Modelle der neuen MINI Familie.

Rolls-Royce Motor Cars verzeichnet den höchsten Absatz in seiner 118-jährigen Geschichte

Rolls-Royce Motor Cars präsentierte im vergangenen Jahr mit dem Spectre das weltweit erste ultimative luxuriöse Elektro-Supercoupé. Gleichzeitig verzeichnete das Unternehmen mit 6.021 ausgelieferten Fahrzeugen an Kunden weltweit den höchsten Absatz in seiner 118-jährigen Geschichte (+7,8%). Viele Regionen erzielten den höchsten Absatz aller Zeiten.

Jedes einzelne Fahrzeug der Marke ist maßgeschneidert und als „Bespoke“ bis ins letzte Detail präzise auf den Kundenwunsch zugeschnitten. Der Wert, den dieses unerreichte „Bespoke“-Angebot erzielt, ist höher als je zuvor. Kunden zahlen im Durchschnitt für ein Fahrzeug der Marke Rolls-Royce Cars rund eine halbe Million Euro.

Die weltweite Nachfrage nach dem gesamten Produktportfolio, angeführt vom Cullinan und Ghost, ist weiterhin hoch. Die Auftragsbestände für alle Modelle reichen bis weit ins Jahr 2023 hinein, insbesondere mit Blick auf den neuen vollelektrischen Spectre nach einer äußerst erfolgreichen Weltpremiere im Oktober. Die Marke Rolls-

Royce bereitet sich darauf vor, bis Ende 2030 ausschließlich Elektrofahrzeuge zu bauen.

BMW Motorrad mit dem stärksten Absatzergebnis seiner Unternehmensgeschichte

Mit 202.895 an Kunden übergebenen Motorrädern und Scootern und damit einem Plus von +4,4% gegenüber Vorjahr erzielte BMW Motorrad das stärkste Absatzergebnis seiner Unternehmensgeschichte. Vor allem die Regionen Europa, Amerika und Asien hatten mit jeweiligen Bestwerten im Vertrieb maßgeblichen Anteil am Absatzrekord von BMW Motorrad. Starke Argumente für das erfolgreiche Ergebnis in 2022 sind das überzeugende Produktportfolio mit erfolgreichen und ihre jeweiligen Segmente prägenden Angeboten sowie die Markteinführung gefragter neuer Modelle wie zum Beispiel des vollelektrischen BMW CE 04.

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

In **China** hat die BMW Group im vergangenen Jahr 791.985 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI an chinesische Kunden ausgeliefert (-6,4%). Im vierten Quartal wurden 199.112 Fahrzeuge verkauft, was einem Zuwachs von +12,7% entspricht.

Der Absatz von BMW und MINI belief sich in den **USA** von Januar bis Dezember auf 361.892 Einheiten (-1,3%). Im vierten Quartal entwickelte sich der Absatz positiv. Gegenüber dem Vorjahr verzeichnet die BMW Group mit 112.057 ausgelieferten Einheiten einen Zuwachs von +11,1%.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 10. Januar 2023

Thema BMW Group bleibt 2022 auf Erfolgskurs: Platz 1 im globalen Premium-Segment behauptet, Elektro-Absatz verdoppelt

Seite 7

In **Europa** hat die BMW Group 2022 insgesamt 877.369 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI abgesetzt (-7,5%). Im vierten Quartal lieferte das Unternehmen 247.551 Einheiten an Kunden aus. Das entspricht einem Zuwachs von +10,9%.

In **Deutschland** wurden im Gesamtjahr 252.087 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI zugelassen.

BMW Group Absatz im 4. Quartal und per Dezember 2022 auf einen Blick

	4. Quartal 2022	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per 12/2022	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile	651.798	+10,6%	2.399.636	-4,8%
BMW	566.826	+11,0%	2.100.692	-5,1%
- BMW M GmbH	52.801	+30,2%	177.257	+8,4%
MINI	83.652	+8,2%	292.923	-3,0%
BMW Group elektrifiziert¹	150.511	+55,6%	433.795	+32,1%
BMW Group BEV	87.560	+98,3%	215.755	+107,7%
Rolls-Royce	1.320	+4,1%	6.021	+7,8%
BMW Motorrad	43.562	+15,7%	202.895	+4,4%

¹BEV und PHEV

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

	4. Quartal 2022	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per Dez 22	Vergleich zum Vorjahr %
Europa	247.551	+10,9%	877.369	-7,5%
Deutschland²	67.401	+6,9%	252.087	-6,0%
Asien	260.355	+12,1%	1.028.105	-3,5%
China	199.112	+12,7%	791.985	-6,4%
Amerika	131.632	+8,9%	439.585	-2,3%
USA	112.057	+11,1%	361.892	-1,3%

²Vorläufige Zulassungszahlen

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 10. Januar 2023
Thema BMW Group bleibt 2022 auf Erfolgskurs: Platz 1 im globalen Premium-Segment behauptet, Elektro-Absatz verdoppelt
Seite 8

Die in dieser Meldung berichteten Auslieferungszahlen stellen vorläufige Werte dar und können sich bis zur Vorlage des BMW Group Berichts 2022 noch ändern. Erläuterungen zur Aufbereitung der Auslieferungszahlen finden sich im BMW Group Bericht 2021 auf S. 97.

***Verbrauchs- und Emissionsangaben:**

MINI Cooper SE: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 17,6-15,3 WLTP, 16,9-14,9 NEFZ.

BMW iX1 xDrive30: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 18,1-16,8 WLTP.

BMW i7 xDrive60: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 19,6-18,4 WLTP.

BMW i4 M50: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 22,5-18,1 WLTP.

BMW iX M60: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 24,7-21,9 WLTP.

BMW XM: Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert: 1,6-1,5 WLTP; Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 30,1-28,9 WLTP; CO2 Emissionen in g/km kombiniert: 36-33 WLTP.

BMW M240i Coupé: Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert: 8,5-7,8 WLTP; CO2-Emissionen in g/km kombiniert: 192-177 WLTP.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Dr. Sina Unger, Kommunikation Vertrieb

Telefon: +49 89 382-47564

E-Mail: sina.unger@bmwgroup.com

Carolin Bachmann, Kommunikation Vertrieb

Telefon: +49 89 382-38801

E-Mail: carolin.bachmann@bmwgroup.com

Eckhard Wannieck, Leiter Kommunikation Konzern, Finanzen, Vertrieb

Telefon: +49 89 382-24544

E-Mail: eckhard.wannieck@bmwgroup.com

Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschland

E-Mail: presse@bmwgroup.com

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 10. Januar 2023
Thema BMW Group bleibt 2022 auf Erfolgskurs: Platz 1 im globalen Premium-Segment behauptet, Elektro-Absatz verdoppelt
Seite 9

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 über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2022 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von fast 2,4 Mio. Automobilen und über 202.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2021 belief sich auf 16,1 Mrd. €, der Umsatz auf 111,2 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte das Unternehmen weltweit 118.909 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/>