

Rekord februári értékesítés a BMW Group centenáriumi évében – az új BMW X1 kimagasló sikerével

Fennállása eddigi legsikeresebb februári értékesítési eredményét könyvelhette el idén a BMW Group: a világszerte átadott 163 965 darab négykerekű mögött a BMW 8,3 százalékos, míg a MINI 4,1 százalékos abszolút gyarapodása húzódik. A nagysikerű termékek mellett az európai és az ázsiai piacok is szárnyalnak, kétszámjegyű eladási többletet produkálva. A vállalatcsoport sztárja továbbra is a vadonatúj BMW 7-es sorozat, az új BMW X1 és az ötajtós MINI.

2016. második hónapjában tovább folytatódott a BMW Group centenáriumi évének rekordszintű értékesítési sikertörténete: a vállalatcsoport soha nem adott még el annyi autót és motorkerékpárt februárban, mint idén. A világszerte átadott 163 965 darab BMW, MINI és Rolls-Royce modell 7,9 százalékkal múlja felül a 2015. februárjában regisztrált értéket, miközben a kimagasló értékesítési eredménynek köszönhetően – 7,7 százalékkal növekedve – immáron 316 846 modellre nőtt a BMW Group első két hónapban értékesített járműveinek száma.

„Miközben bejelentettük centenáriumi ünnepségsorozatunk állomásait, nagy örömmel nyugtázzuk, hogy értékesítési eredményeink újabb és újabb magaslatokba érkeznek” – fogalmazott Dr. Ian Robertson, a BMW AG igazgatótanácsának értékesítésért és BMW-marketingért felelős tagja. „Ahogyan azt vártuk, egyes piacokon kimagasló húzóerővel, míg máshol ellenszéllel találkozunk. A siker kulcsa mindazonáltal vadonatúj, innovatív modelljeinkben rejlik, így továbbra is optimisták vagyunk a tekintetben, hogy az év előrehaladtával stabilan fenntartható értékesítési növekedést regisztrálunk majd” – tette hozzá.

2016. első két hónapjában világszerte összesen 277 304 darab **BMW** modell talált gazdára, ami 8,3 százalékos abszolút értékesítési növekedés, amelyből a bajor gyártó majd' mindegyik modellsorozata kivette a részét. Az új BMW 1-es sorozatból 24 621 példány kelt el idén januárban és februárban, ami 14,3 százalékos emelkedésnek felel meg. A BMW 2-es sorozat értékesítése két hónap után 24 014 darabon áll, amelyből a 2-es Active Tourer 10 699 darabbal, a 2-es Gran Tourer pedig 6 698 darabbal vette ki a részét. 2016-ban



eddig 6 506 darab luxuslimuzint adott át ügyfeleinek világszerte a bajor gyártó: a vadonatúj BMW 7-es sorozat ezzel 21,6 százalékkal magasabb eredményt ért el, mint egy évvel korábban. A BMW X modellcsalád tagjait övező globális népszerűség mindeközben mit sem csökkent: az új BMW X1 28 882 darabbal 59,6 százalékos emelkedést, a BMW X3 22 694 példánnyal 16,8 százalékos javulást, míg a BMW X6 6 869 modellel 20,3 százalékos emelkedést ért el.

Idén eddig összesen 2 871 darab, jövőbe mutató négykerekűt adott át innovatív ügyfeleinek a BMW i divízió. Amióta 2013 végén megérkezett a piacra, a BMW Group almarkája már több mint 50 000 darab BMW i modellt értékesített világszerte.

2016. első két hónapjában összesen 39 237 MINI-ügyfél szavazott a brit kisautó valamelyik típusára, amellyel a **MINI** 4,1 százalékos abszolút gyarapodást produkált. A márka egyik kiugró sikermmodellje az ötajtós MINI, amelyből világszerte 11 606 darab talált gazdára a két hónap alatt. Az egy évvel korábbi számok tükrében ez 29,5 százalékos javulás. A nemrégiben bemutatott vadonatúj MINI Clubman kiváló úton halad a brit kisautó-gyártó újabb nemzetközi sikertörténete felé: a hatajtós egyéniségből idén már 5 603 modellt értékesített a gyártó.

Európában 134 140 darab BMW és MINI modellt adott át ügyfeleinek a BMW Group az idei év első két hónapjában, amely 11,4 százalékkal magasabb érték, mint a 2015. első két hónapjában elkönyvelt adat. Amíg Olaszországban 12 522 darab átadott modellel 12,4 százalékkal, addig Franciaországban 12 172 példánnyal 13,3 százalékkal, Spanyolországban pedig 8 949 eladott modellel 22,5 százalékkal növekedett a vállalatcsoport.

Az **Ázsiában** ez idő alatt értékesített 113 588 BMW és MINI modell 12,1 százalékos fejlődésnek felel meg. Amíg Kínában 80 215 darab négykerekűt (12,7 százalékos javulás), addig Japánban 9 491 (15 százalékos fejlődés), Dél-Koreában pedig 9 328 modellt (13,3 százalékos gyarapodás) értékesített a BMW Group.

Az **amerikai kontinensen** a BMW és MINI modellek első két hónapi értékesítése 6,4 százalékos abszolút csökkenéssel zárta, 58 174 modellt adva át az ügyfeleknek. Noha az Egyesült Államokban értékesített 46 657 darab BMW és MINI modell 8,7 százalékos csökkenésnek felel meg az előző év hasonló időszakához képest, Kanadában a vállalatcsoport 5 191 átadott négykerekűvel 8,8 százalékos eladási javulást könyvelhetett el.



A **BMW Motorrad** világszerte nem kevesebb, mint 17 323 darab motorkerékpárt és robogót értékesített 2016. első két hónapjában, amellyel a centenáriumát ünneplő vállalatcsoport motorkerékpárokat gyártó divíziója 12,1 százalékos abszolút javulást ért el.

A BMW Group értékesítési eredményei 2016. februárjában és az év első két hónapjában

	2016. februárjában	2015. februárjához képest	2016. első két hónapjában	2015. első két hónapjához képest
BMW Group autók	163 965	+7,9%	316 846	+7,7%
BMW	143 419	+9,1%	277 304	+8,3%
MINI	20 370	+0,3%	39 237	+4,1%
BMW Motorrad	9 835	+7,0%	17 323	+12,1%

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group

A BMW, a MINI és a Rolls-Royce márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ egyik legsikeresebb autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcégként a BMW Group 14 országban 30 gyárat üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2015-ben a BMW Group hozzávetőlegesen 2,247 millió autót és mintegy 137 000 motorkerékpárt értékesített világszerte. A vállalat mintegy 92,18 milliárd eurós összbevételével a 2015-ös pénzügyi évben 9,22 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2015. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 122 244 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

www.bmw.hu

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>