

A BMW Group értékesítési mutatóinak további fejlődését hozta az idei év nyolcadik hónapja

2019 augusztusában a BMW 4,1 százalékkal, a MINI pedig 6,2 százalékkal szárnyalta túl egy évvel korábbi teljesítményét.

A BMW Group értékesítési mutatói újabb magasságokba érkeztek: a müncheni központú vállalatcsoport 2019 augusztusában világszerte 181 126 darab BMW, MINI és Rolls-Royce modellt adott el, amely a tavalyi esztendő nyolcadik havi teljesítményéhez viszonyítva 4,4 százalékos javulásnak felel meg. A BMW Group egész éves eladási mutatója ezzel 1 617 512 darabra ugrott, amely még a kiváltképp kiszámíthatatlan piaci körülmények közepette is 1,3 százalékos abszolút fejlődést jelent.

„Értékesítési mutatóink újabb emelkedése vadonatúj és továbbfejlesztett modelljeink pozitív hatását igazolja. Legújabb BMW X modelljeink kimagasló népszerűségnek örvendenek ügyfeleink körében” – mondta **Pieter Nota**, aki a BMW AG igazgatótanácsának tagjaként egy személyben felel a BMW, a MINI és a Rolls-Royce márkák értékesítési hálózataért, globális marketingjéért és ügyfélszolgálati részlegeiért. „További pozitívum a BMW i3 iránt mutatkozó töretlen, egyre intenzívebb kereslet, amellyel a modell a prémium kompakt szegmens legsikeresebb hálózatról tölthető gépkocsijává érett. A portfólióhoz idén augusztusban ráadásul az új BMW 3-as sorozat plug-in hibrid hajtáslánc-technológiával szerelt változata, az új BMW 330e is csatlakozott” – tette hozzá Pieter Nota.

A **BMW** márka globális értékesítési mutatója idén augusztusban 4,1 százalékkal nőtt. A nyolcadik hónapban eladott 157 889 darab új autóval a bajor prémiumgyártó egész éves értékesítési mutatója 1 390 968 darabra ugrott, amely 1,9 százalékos abszolút gyarapodásnak tekinthető. A márka legkeresettebb modelljei továbbra is a BMW X modellcsalád vadonatúj és továbbfejlesztett tagjai: belőlük csak augusztusban 76 833 példány talált gazdára, amely 34,5 százalékkal több, mint egy évvel korábban, és amely a BMW teljes augusztus havi értékesítési mutatójának csaknem felét teszi ki.

A BMW i3 tisztán elektromos prémium kompakt rendkívül sikeres évet tudhat magáénak, a január és augusztus közötti időszakban elkelt 24 870 darab 21,2 százalékkal múlja felül a

modell egy évvel korábbi teljesítményét. Ez idő alatt a MINI Cooper S E Countryman ALL4 plug-in hibrid modell (átlagos üzemanyag-fogyasztás: 1,9 – 2,1 liter / 100 km; kombinált energiafogyasztás: 13,5 – 13,6 kWh / 100 km; kombinált károsanyag-kibocsátás: 43 – 47 gramm / km) eladásai is 39,8 százalékkal emelkedtek, amely világszerte 10 270 értékesített példányt jelent. 2019 végén ráadásul a brit prémiumgyártó első tisztán elektromos meghajtású modellje, a MINI Cooper SE (átlagos üzemanyag-fogyasztás: 0,0 liter / 100 km; kombinált energiafogyasztás: 14,8 – 16,8 kWh / 100 km; kombinált károsanyag-kibocsátás: 0 gramm / km) is csatlakozik a palettához. Az új BMW 330e (átlagos üzemanyag-fogyasztás: 1,6 – 1,9 liter / 100 km; kombinált energiafogyasztás: 14,8 – 15,4 kWh / 100 km; kombinált károsanyag-kibocsátás: 37 – 43 gramm / km) piaci bevezetése után néhány héttel és az új BMW X5 xDrive45e (átlagos üzemanyag-fogyasztás: 1,7 – 2,0 liter / 100 km; kombinált energiafogyasztás: 20,3 – 23,5 kWh / 100 km; kombinált károsanyag-kibocsátás: 39 – 47 gramm / km) debütálásának küszöbén **a BMW Group** szinte megismételte **hálózatról tölthető modellpalettája** kimagaslóan eredményes tavalyi értékesítési mutatóját: a vállalatcsoport a január és augusztus közötti időszakban világszerte 80 526 darab tisztán elektromos meghajtású és plug-in hibrid hajtáslánc-technológiával szerelt gépkocsit adott el, amely mindössze 3,0 százalékkal marad el az egy évvel korábbi számtól. A BMW Group várakozásai szerint a világ útjain guruló, hálózatról tölthető BMW és MINI modellek száma már az idei esztendő végére átlépi a félmilliót, 2020 végén pedig már összesen tíz vadonatúj vagy továbbfejlesztett, tisztán elektromos meghajtású és plug-in hibrid hajtáslánc-technológiával szerelt modellel szolgálja ki ügyfeleit. A terv 2023 végére nem kevesebb, mint huszonöt darab hálózatról tölthető modell, amelynek több mint fele zéró emisszió mentén váltja valóra a vezetés szintiszta élményét.

A **MINI** rendkívüli kiélezett piaci versenykörülmények közepette, nyereséges értékesítés-fejlesztési stratégiája mentén adott el idén augusztusban világszerte 22 859 darab új autót, amely a tavalyi esztendő nyolcadik hónapjához viszonyítva 6,2 százalékos fejlődés. A brit prémiummárka egész éves értékesítési mutatója ezzel 223 238 darabra ugrott, amely 2,6 százalékkal marad el a 2018 januárja és augusztusa között regisztrált értéktől. A kimagasló augusztusi mutatóhoz nem csupán a MINI főbb típusai, de a nagyteljesítményű MINI John Cooper Works modellek is nagymértékben hozzájárultak.

A **BMW Motorrad** továbbra is stabil értékesítési fejlődést produkál, a január és augusztus közötti időszakban eladott 121 098 darab új robogó és motorkerékpár 7,5 százalékos

növekedésnek felel meg. 2019 nyolcadik hónapja ebből 11 818 példánnyal vette ki részét, amely az egy évvel korábbi teljesítmény tükrében 9,1 százalékos gyarapodás.

A BMW értékesítési eredményei a főbb régiókban

Az autóipar egészét érintő gazdasági nehézségek ellenére a BMW márka idén augusztusban mindhárom főbb piacán értékesítési növekedést könyvelhetett el: a fejlődés Európában 1,3 százalékos, Kínában 9,4 százalékos, az Egyesült Államokban pedig 7,2 százalékos emelkedés mentén érhető tetten. A BMW 1-es sorozat közelgő generációváltása miatt a Németországban értékesített 18 723 darab új BMW modell idén augusztusban 4,8 százalékkal elmaradt az egy évvel korábbi mutatótól. „A 2019-es esztendő egészétől továbbra is enyhe mértékű, ámde pozitív értékesítési növekedést várunk, a rendkívül kiélezett globális piaci verseny és a gazdasági nehézségek ellenére is” – fogalmazott **Pieter Nota**. A vállalatcsoport tovább folytatja profitorientált stratégiáját, amely a nyereséges működést az értékesítési mennyiség elé helyezi.

A BMW és a MINI globális értékesítési eredményeinek összefoglaló táblázata

	2019. augusztus	Egy évvel ezelőtthöz képest	2019. január – augusztus	Egy évvel ezelőtthöz képest
Európa	64 620	+2,3 %	690 087	-1,7%
- Németország*	22 663	-2,2 %	215 267	+6,1%
- Nagy-Britannia	7 300	-6,9 %	139 608	-2,6%
Ázsia	74 156	+7,2%	595 795	+6,9%
- Kína	58 911	+10,1%	462 934	+15,7%
- Japán	5 342	-6,2%	47 310	+1,2%
Amerikai kontinens	37 638	+3,2%	293 089	-1,1%
- Egyesült Államok	29 343	+6,4%	229 208	-0,3%
- Latin-Amerika	4 713	-4,0%	35 073	-1,7%

A BMW Group értékesítési eredményei 2019 első nyolc hónapjában

	2019. augusztus	Egy évvel ezelőtthöz képest	2019. január – augusztus	Egy évvel ezelőtthöz képest
BMW Group autók	181 126	+4,4%	1 617 512	+1,3%
BMW	157 889	+4,1%	1 390 968	+1,9%
MINI	22 859	+6,2%	223 238	-2,6%
Hálózatról tölthető**	10 857	-7,0%	80 526	-3,0%
BMW Motorrad	11 818	+9,1%	121 098	+7,5%

*Előzetes értékek

**A BMW i3 tisztán elektromos prémium kompaktot, a vadonatúj BMW i3s modellt, a BMW i8 Coupé és a BMW i8 Roadster modellpárost, a plug-in hibrid hajtáslánccal felszerelt MINI Cooper S E Countryman ALL4 modellt és a BMW iPerformance paletta tagjait egyesítő, hálózatról tölthető portfólió

**

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, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcéggként a BMW Group 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2018-ban a BMW Group több mint 2 490 000 darab autót és több mint 165 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 97,480 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2018-as pénzügyi évben 9,815 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2018. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 134 682 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>