

Sajtóinformáció
2022. április 7.

A BMW Group az első negyedévben több mint kétszer annyi elektromos autót adott el, mint egy évvel korábban

2022 januárja és márciusa között a müncheni központú vállalatcsoport világszerte összesen 596 907 darab új autót értékesített, amelyben a tisztán elektromos meghajtású modellek portfólióját 149,2 százalékkal nagyobb érdeklődés övezte, mint egy évvel korábban.

A BMW Group több mint kétszer annyi tisztán elektromos meghajtású BMW és MINI modellt adott el 2022 első negyedévében, mint az előző esztendő megegyező időszakában: a 35 289 darab zéró emissziójú autó a 2021 első negyedévében produkált értékesítési teljesítmény 149,2 százaléka. A legkorszerűbb hajtáslánc-technológiák rendkívül széles portfóliójának köszönhetően a BMW Group mindegyik piacán képes kiszolgálni ügyfelei eltérő mobilitási igényeit, amely az idei esztendő első három hónapjában világszerte 596 907 darab új BMW, MINI és Rolls-Royce modellre érkező megrendelésben teljesedett ki. Ez 6,2 százalékkal elmarad a vállalatcsoport eddigi legeredményesebb évkezdésének számító tavalyi első negyedév mutatójától. Az erős évkezdés után a negyedév üzleti fejlődését nagymértékben beárnyékolta a rendkívül változékony piaci körülmények, a Kelet-Európában kialakult geopolitikai helyzet hatásai és a koronavírus-járvány visszaszorítása érdekében Kínában meghozott korlátozó intézkedések. A müncheni központú vállalatcsoport azonban mindent egybevetve jól ellensúlyozta a kedvezőtlen hatásokat.

„Egyértelműen az elektromos mobilitás térnyerésének népszerűsítésére koncentrálnunk. Az első negyedévben tovább fokoztuk a 2021-ben beindult értékesítési lendületünket és tökéletes úton haladunk afelé, hogy a tisztán elektromos meghajtású modellek elé 2022-re kitűzött növekedési céljainkat maradéktalanul teljesítsük” – mondta Pieter Nota, a BMW AG igazgatótanácsának ügyfélélmény, márka és értékesítésért felelős tagja. „Érzelmekben gazdag, innovatív

termékeink és minden igényt kielégítő hajtáslánc-technológiáink iránt világszerte töretlen ügyfélérdeklődés mutatkozik. Vonzó termékpalettánk, magas fokú gyártási rugalmasságunk és kiváló működési modellünk okán 2022-ben is a tavalyi esztendő kimagasló értékesítési eredményeit várjuk, a kihívást jelentő piaci körülmények ellenére is" – tette hozzá.

A vállalatcsoport újradefiniálja Európában alkalmazott értékesítési modelljét

A BMW iX és a BMW i4 piaci bevezetésekor a BMW Group nagymértékben digitalizálta az ügyfelei által használt felhasználói felületeket, megteremtve a két technológiai zászlóshajó hatékony, típusra szabott marketingjéhez szükséges feltételeket. Ez mindkét modell esetében várakozásokat felülmúló rendelésszámot eredményezett.

Új értékesítési- és marketingstratégiájával a vállalatcsoport az ügyfélélményt helyezi az értékesítés középpontjába. A következő lépésben a BMW Group a változó ügyfélelvárásoknak, a digitalizációval szemben támasztott egyre átfogóbb követelményeknek és az online járműértékesítés iránti igényeknek fog megfelelni. „Hisszük, hogy Európában egy új páneurópai ügynökségi modell jelenti az értékesítés jövőjét. A közvetlen ügyfélkapcsolatra és a könnyed, teljes egészében digitalizált, prémium ügyfélélményre összpontosítunk" – fogalmazott Pieter Nota. A BMW Group jelenleg Európában működő márkakereskedő partnerei közreműködésével dolgozik eme új modell részleteinek foganatosításán. „Európában alkalmazott értékesítési modellünket úgy képzeljük el, hogy az minden résztvevő számára előnyökkel járjon: számunkra, márkakereskedő partnereink számára, és mindenekelőtt ügyfeleink számára" – tette hozzá a BMW AG igazgatótanácsának ügyfélélmény, márka és értékesítésért felelős tagja.

A BMW márka több mint félmillió darab új autót értékesített

Friss és innovatív termékpalettájának köszönhetően a BMW márka is jó eredménnyel zárta 2022 első negyedét. Ügyfelei magas fokú érdeklődését a

világszerte eladott több mint félmillió darab (szám szerint 519 796 darab) új autó igazolja. A BMW 4-es sorozat, amely a márkára jellemző vezetési élményt sportos eleganciával egyesíti, kiváltképp lenyűgöző értékesítési teljesítményt ért el: a január és március közötti időszakban majdnem kétszer annyi példány talált gazdára (27 704 darab), mint egy évvel korábban.

A BMW Group az elektromos mobilitás térnyerésének népszerűsítésére összpontosít

A müncheni központú vállalatcsoport a január és március között eltelt három hónapban a kihívást jelentő piaci körülmények ellenére is 35 289 darab tisztán elektromos meghajtású BMW és MINI modellt értékesített, amellyel a tavalyi esztendő tükrében több mint megduplázta (+149,2 százalék) első negyedéves értékesítési teljesítményét. Az elektromos mobilitás térnyerésének népszerűsítéséhez legfőképp a BMW iX és a BMW i4 járult hozzá, amelyek a bajor prémiummárka ügyfelei számára hamarosan a világ összes piacán elérhetővé válnak. A 2022-es évre a BMW ismét célul tűzte ki, hogy az előző esztendőhöz képest megduplázza tisztán elektromos meghajtású autói értékesítési mennyiségét.

A BMW Group ezzel párhuzamosan a tisztán elektromos meghajtású modellek portfólióját tekintve is magasabbra helyezi a mércét: a vállalatcsoport gyáraiban idén már összesen 15 tisztán elektromos meghajtású modell lát majd napvilágot – az előszériás modelleket is beleértve –, amelyekkel a BMW Group a képviselt szegmensei mintegy 90 százalékát le fogja fedni. A portfólión a BMW i4, a BMW iX és a MINI Cooper SE (kombinált energiafogyasztás (NEDC): 14,9 – 16,9 kWh / 100 km; kombinált energiafogyasztás (WLTP): 15,2 – 17,6 kWh / 100 km) mellett a BMW négy népszerű modellsorozatának képviselője is megtalálható lesz: a BMW 3-as sorozat, a BMW 5-ös sorozat, a BMW X1 (a BMW iX1 kombinált energiafogyasztása (WLTP): 17,3 – 18,4 kWh / 100 km; az adatok a modell aktuális fejlesztési fázisában mért, előzetes értékek) és a BMW X3. 2022-ben az új BMW 7-es sorozat e

tekintetben is kulcsfontosságú szerephez jut, hiszen az első BMW i7 (kombinált energiafogyasztás (WLTP): 18,9 – 19,7 kWh / 100 km; az adatok a modell aktuális fejlesztési fázisában mért, előzetes értékek) is világpremierjét ünnepli.

Modellpalettája gyors bővülésének és a tisztán elektromos meghajtású újdonságok iránt mutatkozó intenzív ügyfélérdeklődések következtében a BMW Group arra számít, hogy 2022-ben a tisztán elektromos meghajtású modellek eladási mutatója jelentős mértékben növekszik, 2025 végére pedig célja, hogy több mint kétmillió darab tisztán elektromos meghajtású autója guruljon a világ útjain.

A kompromisszumoktól mentes tisztán elektromos meghajtás szempontjai szerint fejlesztett Neue Klasse modellgeneráció az évtized közepén debütál majd, jelentős mértékben hozzájárulva a BMW Group értékesítési teljesítményének növekedéséhez.

A 2030-as évek elejétől a MINI modellpalettáján kizárólag tisztán elektromos meghajtású modellek sorakoznak majd, a Rolls-Royce Motor Cars pedig 2030-tól tisztán elektromos márkává fejlődik. A nagyvárosi mobilitást megkönnyítő modellek kategóriájában a BMW Motorrad a jövőben szintén kizárólag olyan tisztán elektromos meghajtású modelleket kínál majd, mint például a metropoliszok új elektromos bajnoka, a BMW CE 04.

Az érzelmekben gazdag BMW M modellek továbbra is magas ügyfélkeresletnek örvendenek

A nagyteljesítményű sportautókat építő BMW M GmbH a beszállítói nehézségek ellenére is 3,1 százalékos értékesítési növekedéssel zárta 2022 első negyedévét. Ez szám szerint 39 055 darab új autó eladását jelenti, a nagyteljesítményű modellek iránt mutatkozó töretlen ügyfélérdeklődést igazolva. A BMW M3 és a BMW M4 modellpárosa, amely tavaly debütált a piacon, hatalmas népszerűségnek örvend. A Mexikóban készülő BMW M240i xDrive Coupé (átlagos üzemanyag-fogyasztás

(WLTP): 8,1 – 8,8 liter / 100 km; kombinált károsanyag-kibocsátás (WLTP): 185 – 200 gramm / km) sikeres bevezetése mellett a BMW M GmbH egy másik fontos mérföldkövel is színesítette jubileumi esztendeje első negyedévét: márciusban bemutatkozott az első tisztán elektromos meghajtású BMW M Performance modell, a BMW i4 M50 is (kombinált energiafogyasztás (WLTP): 18,0 – 22,5 kWh / 100 km). 2022 különleges év a BMW M márka számára, hiszen május 24-én fennállása 50. évfordulóját ünnepli.

A MINI márka enyhe emelkedéssel kezdte az évet

A MINI világszerte 75 487 darab új autót adott el 2022 első negyedévében, amellyel 1,1 százalékkal szárnyalta túl az előző esztendő megegyező időszakának teljesítményét. Január és március között 8 925 darab tisztán elektromos meghajtású MINI Cooper SE modell talált gazdára. A brit prémiumgyártó eközben maximálisan a tisztán elektromos jövő felé vezető útra összpontosít. Az új MINI modellgeneráció háromajtós képviselője már a téli tesztköröket futja. A MINI új model családjába a gokartos vezetési élmény elektromos formáját és a digitalizáció innovációit egyesítve ígér maximális ügyfélményt – a hangsúlyt minden tekintetben a fenntarthatóságra és a minimális ökológiai lábnyomra helyezve.

A Rolls-Royce Motor Cars mintegy 18 százalékkal növelte eladásait

2022 első három hónapjában a Rolls-Royce Motor Cars világszerte 1 624 darab luxusautót értékesített, amely 17,7 százalékkal múlja felül az előző esztendő első negyedéves teljesítményét, egyúttal a brit luxusautó-gyártó 117 éves fennállásának legmagasabb első negyedéves értékesítési mutatója. A Rolls-Royce Motor Cars modelljei iránt egytől egyig kimagasló ügyfélérdeklődés mutatkozik, olyannyira, hogy a vállalat előrendelése már 2023 elejéig érnek. A Rolls-Royce Motor Cars nemrégiben jelentette be, hogy első tisztán elektromos meghajtású luxusautója, a Rolls-Royce Spectre 2023 utolsó negyedévében ünnepli világpremierjét, és hogy palettáján 2030-tól kizárólag zéró emissziójú modellek sorakoznak majd.

BMW Motorrad: a sikeres növekedési stratégiát erős évkezdés támasztja alá

A BMW Group kétkerekű divíziója 11,3 százalékkal több, szám szerint 47 403 darab robogót és motorkerékpárt értékesített 2022 januárja és márciusa között, mint egy évvel korábban. Ez a BMW Motorrad fennállásának eddigi legeredményesebb évkezdése, amely egyúttal a divízió sikeres növekedési stratégiáját is nyomatékosítja. A BMW Motorrad sikerét a magával ragadó termékportfólió, a rendkívül változatos modellpaletta és a megannyi újdonság piaci bevezetése együttesen garantálja.

A BMW és a MINI értékesítési eredményei a főbb régiókban

Kínai partnereivel szorosan együttműködve a BMW Group 2022 első negyedében 208 507 darab új autót adott el **Kínában**, amely a kihívást jelentő piaci körülmények ellenére mindössze 9,2 százalékos értékesítési csökkenést jelent. A tisztán elektromos meghajtású modellek eközben kiválóan teljesítettek és az előző esztendő megegyező időszakához viszonyítva 207,9 százalékos értékesítési növekedéssel zártak. A BMW iX és a BMW i4 mellett a kimagasló teljesítményhez a BMW iX3 (kombinált energiafogyasztás (WLTP): 18,5 – 18,9 kWh / 100 km) is nagymértékben hozzájárult.

Az **Egyesült Államokban** a BMW és a MINI értékesítési eredményei 3,7 százalékkal növekedtek és szám szerint 80 590 darabon zártak. Ez lehetővé tette, hogy a vállalatcsoport tovább folytassa a tavalyi év értékesítési lendületét.

Európában 220 076 darab BMW és MINI modell talált gazdára az év első három hónapjában, ami a tavalyi esztendő megegyező időszakának tükrében 7,8 százalékos csökkenést jelent. Március végéig eladott 8 410 darab tisztán elektromos meghajtású autójával a **németországi piac** ugyanakkor aránytalanul nagy mértékben járult hozzá az elektromos mobilitás térnyeréséhez. Otthoni piacán a BMW Group 2022 első negyedében összesen 61 552 darab új BMW és MINI modellt értékesített.

A BMW Group értékesítési eredményei 2022 első negyedében

	2022 első negyedéve	Egy évvel ezelőthöz képest
BMW Group összes autó	596 907	-6,2%
BMW márka	519 796	-7,3%
BMW M GmbH	39 055	+3,1%
MINI márka	75 487	+1,1%
BMW Group tisztán elektromos meghajtású autók	35 289	+149,2%
Rolls-Royce Motor Cars	1 624	+17,7%
BMW Motorrad	47 403	+11,3%

A BMW és a MINI globális értékesítési eredményeinek összefoglaló táblázata

	2022 első negyedéve	Egy évvel ezelőthöz képest
Európa	220 076	-7,8%
Németország*	61 552	-9,4%
Ázsia	264 235	-7,9%
Kína	208 507	-9,2%
Amerikai kontinens	98 718	+2,9%
Egyesült Államok	80 590	+3,7%

*Előzetes értékek

**

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

Vállalati kommunikáció

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.

2021-ben a BMW Group több mint 2,5 millió darab gépkocsit és több mint 194 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 111,2 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2021-es pénzügyi évben 16,1 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2021. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 118 909 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/bmw-group/>