

Persbericht

11 januari 2021

BMW Group Nederland koploper in het premium segment.

BMW Group Nederland koploper in premium segment.
BMW behoudt grote afstand tot concurrentie in premium segment +++ BMW & MINI presteerden beide beter dan markt én premium segment +++ MINI meest crisisbestendige merk +++ Verdere groei volledig elektrisch en plug-in hybride +++ 1 op 5 BMW en MINI modellen geëlektrificeerd +++ Hoge duurzaamheidsstandaard voor alle modellen.

Rijswijk. BMW Group Nederland heeft ondanks de uitdagingen door corona een goed jaar achter de rug. BMW en MINI presteerden beter dan de totale markt en BMW bleef met grote afstand tot de concurrentie koploper in het premium segment. Beide merken vergrootten bovendien hun marktaandelen. En hoewel er een stuk minder kilometers werden afgelegd, en daarmee de onderhoudsbehoefte daalde, evenaart Aftersales de omzetprestatie van 2018. Daarmee staat 2020 ondanks de corona-impact in de top 3 van beste After Sales jaren ooit.

“Onze BMW, MINI en Motorrad dealers en de organisatie hebben geweldige prestaties geleverd”, aldus Stefanie Wurst, Algemeen Directeur BMW Group Nederland. “Ik heb heel veel respect voor de manier waarop iedereen met deze moeilijke situatie is omgegaan en nog steeds omgaat. Onze dealers bedachten vele creatieve oplossingen om de klant zowel on- als offline te bereiken, digitale innovaties vonden versneld plaats, ook bij ons intern. We zagen en zien bovendien hartverwarmende maatschappelijke initiatieven waarbij onze voertuigen aan goede doelen bijdragen.”

BMW en MINI presteerden beter dan de totale markt én beter dan het premium segment. Samen registreerden beide merken 24.571 voertuigen. Het gezamenlijke aandeel in de totale markt kwam uit op 6,9%. Een all-time-high. Minstens zo indrukwekkend was het aandeel in het premium segment dat ten opzichte van het jaar ervoor groeide tot 36,5%. BMW presteerde bijna 12% en MINI ruim 24% beter dan het premium segment. Een andere opvallende ontwikkeling was de groeiende populariteit van jong-gebruikte BMW Premium Selection (+25% t.o.v. 2019) en MINI Next occasions (+29% t.o.v. 2019).

Firma
BMW Nederland bv
BMW Group Company

Postadres
Postbus 5808
2280 HV Rijswijk

Bezoekadres
Einsteinlaan 5
2289 CC Rijswijk

Telefoon
(070) 41 33 222

Fax
(070) 39 07 771

Internet
www.bmw.nl
www.mini.nl

F001

Persbericht
Datum 11 januari 2021
Onderwerp BMW Group Nederland koploper in het premium segment.
Blad 2

Motorfietsen beleefde een ervaring die de markt juist licht deed groeien. BMW Motorrad profiteerde hier optimaal van en wist voor het elfde jaar op rij marktleiderschap in de totale markt te behalen. Het aantal registraties lag met 2.541 opnieuw hoger dan ooit, een toename van 247 stuks ten opzichte van 2019, toen BMW Motorrad ook al een verkooprecord vestigde. Het marktaandeel bedroeg afgelopen jaar 17,4%.

De duurzame trend die in 2019 was ingezet, zette zich door in 2020: de plug-in hybride is zich definitief als vast waarde in de automarkt aan het vestigen. Mede daardoor was 1 op de 5 verkochte BMW modellen geëlektrificeerd. MINI maakte nog grotere elektrische stappen dankzij de succesvolle lancering van de MINI Electric in maart. In 2020 was 1 op de 4 verkochte MINI modellen volledig elektrisch of een plug-in hybride.

“Elektrificering is het nieuwe normaal,” vervolgt Wurst, “en 2021 wordt wat dat betreft een topjaar voor ons. Daar gaan de efficiënte iX3 en revolutionaire iX voor zorgen, samen met onze indrukwekkende en groeiende vloot van plug-in hybrides. Die gaan bovendien profiteren van steeds meer [eDrive Zones](#) waarin ze automatisch naar de elektrische modus overschakelen. Dit jaar zal 1 op de 3 verkochte BMW modellen in Nederland vol-elektrisch of een plug-in hybride zijn. Dat betekent tegelijkertijd dat een overgroot deel van onze klanten nog steeds de voorkeur geeft aan een efficiënte en schone benzine of diesel. Deze modellen zijn overigens steeds vaker voorzien van 48V mild-hybrid technologie. Wij blijven dan ook geloven in de Power of Choice: de klant kiest en wij zorgen altijd voor de laagst mogelijke CO₂-uitstoot. In 2020 kwam er een prominentere plek voor duurzaamheid. Een lange termijn visie die op alle facetten van ons concern betrekking heeft, want duurzaamheid gaat verder dan alleen de productie van elektrische voertuigen.”

Rijswijk, 11 januari 2020

Noot voor de redactie

Informatie:

BMW Nederland Corporate Communications

Persbericht
Datum 11 januari 2021
Onderwerp BMW Group Nederland koploper in het premium segment.
Blad 3

BMW Group Nederland, Corporate Communications
Andrew Mason
Tel.: (070) 41 33 338
andrew.mason@bmw.nl / www.press.bmwgroup.nl

Wilt u geen persberichten meer van ons ontvangen? Klik [hier](#)

Volg BMW Nederland op Facebook, Twitter, YouTube en Instagram.



BMW Group.

BMW Group is met de merken BMW, MINI, Rolls-Royce en BMW Motorrad wereldwijd de leidende fabrikant van premium auto's en motorfietsen en biedt ook premium financiële en mobiliteitsdiensten. Als internationaal concern maakt BMW Group gebruik van 31 productie- en assemblagevestigingen in 15 landen. Het wereldwijde verkoop- en distributienetwerk spreidt zich uit over meer dan 140 landen.

In 2018 verkocht BMW Group wereldwijd ruim 2.490.000 auto's en meer dan 165.000 motorfietsen – in Nederland is BMW Motorrad al 9 jaar op rij marktleider. In 2018 bedroeg de winst voor belastingen € 9,815 miljard en de omzet € 97,480 miljard. Op 31 december 2018 bood de onderneming wereldwijd werk aan 134.682 medewerkers.

Het succes van BMW Group is van oudsher gebaseerd op langetermijndenken en verantwoord ondernemen. De onderneming heeft ecologische en sociale duurzaamheid in haar gehele waardeketen verankerd. Een allesomvattende productverantwoordelijkheid en spaarzaam omgaan met natuurlijke bronnen maken integraal deel uit van de strategie.

www.bmwgroup.com

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Nederland>

Twitter: https://twitter.com/BMWGroup_NL

YouTube: <https://www.youtube.com/user/BMWnederland>

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