BMW GROUP
Unternehmenskommunikation

Presse-Information
08. Juli 2014

Sperrfrist 9:00 Uhr MESZ

Per Juni erstmals mehr als eine Million Fahrzeuge verkauft

BMW Group Absatz stieg im ersten Halbjahr auf 1,02 Mio. Fahrzeuge
Im Juni neue Bestmarke von 193.342 verkauften Fahrzeugen erzielt

München. Die BMW Group hat im ersten Halbjahr erstmals mehr als eine Million Fahrzeuge verkauft und damit eine neue Bestmarke erzielt. Insgesamt wurden per Juni weltweit 1.020.211 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, ein Anstieg um 6,9% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum (954.501). Der Absatz im Juni erreichte mit insgesamt 193.342 Fahrzeugauslieferungen und einem Plus von 4,8% (Vj. 184.489) ebenfalls einen Bestwert in diesem Monat.

„Wir haben im ersten Halbjahr beim Absatz erstmals die Marke von einer Million Fahrzeugen übertroffen. Dies unterstreicht die Attraktivität unserer Modellpalette und die Stärke unserer Marken BMW, MINI und Rolls-Royce“, sagte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW. „Im Juni haben wir einen neuen Höchstwert bei den Auslieferungen in diesem Monat erzielt und damit die lange Reihe an Monatsbestwerten fortgesetzt. Wir liegen damit auf Kurs, unser Absatzziel von mehr als zwei Millionen Fahrzeugen im laufenden Jahr zu erreichen. Im zweiten Halbjahr werden neue Modelle wie der BMW X4 und der BMW 2er Active Tourer auf den Markt kommen und für zusätzlichen Rückenwind sorgen.“

Der Absatz der Marke **BMW** legte im Juni um 7,3% auf insgesamt 164.214 Einheiten zu (Vj. 153.075). Seit Jahresbeginn wurden weltweit 886.347 Fahrzeuge der Marke BMW an Kunden ausgeliefert, ein Anstieg um 10,2% (Vj. 804.227).

Die Verkaufszahlen des BMW 2er, der seit März für Kunden verfügbar ist, entwickeln sich mit insgesamt 11.067 verkauften Einheiten seit dem Marktstart weiter positiv. Der Absatz des BMW 3er stieg um 7,8% mit 233.438 Fahrzeugauslieferungen per Juni (Vj. 216.593). Die Auslieferungen des BMW 4er, der seit September 2013 im Markt ist, summierten sich auf 47.031 Einheiten. Der Absatz des BMW 5er stieg im ersten Halbjahr um 7,6% auf 193.560 Fahrzeuge (Vj. 179.863). Der BMW 7er erzielte mit 5.358 Fahrzeugauslieferungen im Juni ein Plus von 6,4% (Vj. 5.035). Seit Jahresbeginn liegt der Absatz des BMW Flaggschiffs mit 26.378 verkauften Automobilen nahezu auf Vorjahresniveau (Vj. 27.090 / -2,6%). Die Verkaufszahlen des BMW X1 blieben in den ersten sechs

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 72200

Internet
www.bmwgroup.com

Monaten des Jahres mit 79.344 Einheiten auf Vorjahresniveau (Vj. 79.063 / +0,4%). Die Nachfrage nach dem BMW X3 entwickelte sich weiterhin positiv und stieg auf insgesamt 82.830 Fahrzeuge (Vj. 77.950 / +6,3%). Signifikante Wachstumstreiber waren der BMW X5 und der BMW X6 mit 13.097 (Vj. 9.661 / +35,6%) bzw. 3.341 (Vj. 2.822 / +18,4%) ausgelieferten Fahrzeugen im vergangenen Monat.

Im Juni lieferte die BMW Group 1.241 **BMW i3** an Kunden aus. Der Absatz für dieses innovative Elektrofahrzeug stieg damit seit Jahresbeginn auf insgesamt 5.396 Einheiten.

Durch den gerade erfolgten Modellwechsel beim Kernmodell MINI Hatch lag der Gesamtabsatz der Marke **MINI** mit insgesamt 131.896 Fahrzeugauslieferungen in den ersten sechs Monaten des Jahres wie erwartet unter dem Wert des Vorjahres (Vj. 148.799 / -11,4%). Im Juni wurden 28.738 Fahrzeuge der Marke MINI an Kunden ausgeliefert (Vj. 31.102 / -7,6%). Der Absatz des MINI Hatch, der seit März in den Ausstellungsräumen steht, spiegelt bereits die positiven Reaktionen der Kunden gegenüber der dritten Generation dieser Fahrzeugikone wider. So wurden im Juni 12.862 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, ein Anstieg von 3,2% im Vergleich zum Vorjahr (12.460). Dieser positive Trend bei den Absatzzahlen dürfte sich auch in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen.

Der weltweite Absatz von **Rolls-Royce Motor Cars** stieg im ersten Halbjahr auf 1.968 Einheiten (Vj. 1.475/ +33,4%). Die Nachfrage nach dem Rolls-Royce Wraith ist unverändert hoch und die Kundenresonanz auf den kürzlich angekündigten Ghost Series II äußerst positiv. Weltweit stark nachgefragt werden zudem die Modelle der Phantom Familie. Deutlich zulegen konnte Rolls-Royce Motor Cars insbesondere in den Vertriebsregionen Europa, Asien Pazifik und Mittlerer Osten. Im ersten Halbjahr haben die USA China als weltweit größten Absatzmarkt der britischen Luxusmarke abgelöst. Die Marke strebt nach wie vor ein nachhaltiges Wachstum an und ist mit Blick auf das Gesamtjahr 2014 unverändert optimistisch.

Der Absatz von **BMW Motorrad** belief sich weltweit auf insgesamt 70.978 Motorräder und Maxi-Scooter im ersten Halbjahr des Jahres (Vj. 64.941 / +9,3%). Im Juni 2014 lieferte BMW Motorrad 11.827 Fahrzeuge an Kunden aus (Vj. 12.541 / -5,7%).

Im Rahmen ihrer Strategie eines ausbalancierten weltweiten Wachstums verzeichnete die BMW Group im ersten Halbjahr des Jahres 2014 in allen drei Haupt-Vertriebsregionen Zuwächse beim Absatz.

In Asien lieferte die BMW Group seit Jahresbeginn insgesamt 321.915 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI an Kunden aus, ein Plus von 18,3% (Vj. 272.100). Einige Märkte in der Region zeigten dabei zweistellige Wachstumsraten, darin eingeschlossen Süd-Korea und China. Während in Süd-Korea insgesamt 21.972 Fahrzeuge der Marken BMW und MINI an Kunden ausgeliefert wurden (Vj. 18.412 / +19,3%), stieg der Absatz auf dem chinesischen Festland im ersten Halbjahr um 23,1% auf 225.035 Einheiten (Vj. 182.800).

Der Absatz in Amerika zeigte im Berichtszeitraum ein kontinuierliches Wachstum. Insgesamt stieg dort die Zahl der verkauften BMW und MINI Fahrzeuge um 3,4% auf insgesamt 220.764 Einheiten (Vj. 213.473). In den Vereinigten Staaten legten die Fahrzeugauslieferungen um 5,1% zu und summierten sich damit auf insgesamt 181.534 Einheiten (Vj. 172.787). Der Absatz in Mexiko verzeichnete ein Plus von 6,2% und stieg auf 6.803 Fahrzeuge (Vj. 6.406). In der vergangenen Woche hat die BMW Group dort den Bau eines neuen Werks in der Region San Luis Potosí angekündigt. Ab 2019 sollen dort rund 150.000 Fahrzeuge pro Jahr gebaut werden.

Europa zeichnete mit insgesamt 445.808 Fahrzeugauslieferungen der Marken BMW und MINI und einer Absatzsteigerung von 2,1% in der ersten Hälfte des Jahres ebenfalls ein positives Bild (Vj. 436.460). Im Juni stieg die Zahl der Neuzulassungen im Heimatmarkt Deutschland um 2,4% auf 26.100 Fahrzeuge (Vj. 25.485).

BMW Group Absatz im/per Juni 2014 auf einen Blick

	Im Juni 2014	Vgl. zum Vorjahr	Per Juni 2014	Vgl. zum Vorjahr
BMW Group Automobile	193.342	+4,8%	1.020.211	+6,9%
BMW	164.214	+7,3%	886.347	+10,2%
MINI	28.738	-7,6%	131.896	-11,4%
Rolls-Royce Motor Cars	390	+25,0%	1.968	+33,4%
BMW Motorrad	11.827	-5,7%	70.978	+9,3%

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Unternehmenskommunikation

Emma Begley, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, emma.begley@bmwgroup.com
Telefon: +49 89 382-72200, Fax +49 89 382-24418

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation, nikolai.glies@bmwgroup.com
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418

Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@bmw.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com
Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup
Twitter: http://twitter.com/BMWGroup
YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview
Google+: http://googleplus.bmwgroup.com