

Presse-Information
11. April 2019

BMW Group erzielt im März Absatzplus von 2,8% gegen den Trend in vielen wichtigen Märkten

BMW Group in Q1 weltweit Nummer eins im Premium-Segment
Marke BMW legt im März um 3,7% auf 221.631 Auslieferungen zu
Alle Hauptvertriebsregionen tragen zum Absatzwachstum bei
Absatzplus im ersten Quartal bei BMW, Rolls-Royce, BMW Motorrad
BMW i3 mit bestem 1. Quartal aller Zeiten: +16% auf 9.227 Einheiten
Nota: „Unser Fokus bleibt auf nachhaltigem, profitablen Wachstum“

München. Der März 2019 war der bislang absatzstärkste Monat in der Geschichte der **BMW Group**. Insgesamt wurden 263.319 Premium-Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce an Kunden ausgeliefert, was einer Zunahme um 2,8% gegenüber dem entsprechenden Vorjahresmonat entspricht. Im ersten Quartal des Jahres lag der Absatz des Unternehmens mit insgesamt 605.333 (+0,1%) Automobilen auf dem hohen Niveau des Vorjahres.

„Das Jahr hat sich in punkto Absatz angesichts des laufenden Modellwechsels der BMW 3er Limousine und der schwierigen weltweiten Marktbedingungen wie erwartet entwickelt“, sagte **Pieter Nota**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Kunde, Marken, Vertrieb. Seit 1. April 2019 ist Nota neben der Marke BMW auch zuständig für die Marken MINI und Rolls-Royce. „Der März war mit Blick auf den Absatz unser bester Einzelmonat aller Zeiten. In mehreren wichtigen Märkten, darunter China und die USA, konnten wir den Absatz gegen den Markttrend steigern. Die siebte Generation der BMW 3er Reihe hatte im März einen starken Start und wird in den kommenden Monaten sukzessive in weiteren Märkten eingeführt. Es ist nur eines von vielen attraktiven neuen Modellen, die uns aus meiner Sicht bei unserer Fokussierung auf nachhaltiges, profitables Wachstum in einem wettbewerbsintensiven Umfeld unterstützen werden.“

Der Absatz von Fahrzeugen der Marke **BMW** stieg im März um 3,7% auf weltweit 221.631 Einheiten. Dementsprechend legte der Gesamtabsatz im ersten Quartal des Jahres um 0,4% auf 519.307 Fahrzeuge zu. Mit zunehmender Verfügbarkeit der neuen BMW 3er Limousine stieg der Absatz des meistverkauften Fahrzeugs des Unternehmens im März um 10,8% auf weltweit 30.204 Einheiten. Das Wachstum wurde darüber hinaus

Presse-Information

Datum 11. April 2019

Thema BMW Group mit Absatzplus von 2,8% im März, gegen den Trend in mehreren wichtigen Märkten

Seite 2

durch die BMW X Fahrzeugfamilie getrieben, deren Nachfrage von Monat zu Monat steigt. Dabei erfreuen sich insbesondere der X2, X3 und X4, deren Auslieferungen zweistellig zulegen, großer Beliebtheit bei den Kunden.

Die breite Palette **elektrifizierter** Fahrzeuge der BMW Group findet bei den Kunden ebenfalls großen Anklang. Der BMW i3 konnte erneut zulegen und im ersten Quartal ein Absatzplus von 16,2% auf 9.227 Einheiten erzielen. Damit war es das bei weitem erfolgreichste erste Quartal aller Zeiten für das innovative Elektroauto, das im Jahr 2013 auf den Markt kam. Die Plug-in-Hybrid Fahrzeuge des Unternehmens sind ebenfalls sehr begehrt. So sind beispielsweise mehr als ein Viertel aller an Kunden ausgelieferten BMW 2er Active Tourer elektrifiziert, während fast 20% aller verkauften MINI Countryman über einen Plug-in-Hybrid-Antriebsstrang verfügen. In Norwegen, einem der weltweit führenden Märkte für elektrifizierte Fahrzeuge, machen reine Elektro- und Plug-in-Hybridfahrzeuge inzwischen rund drei Viertel des BMW und MINI Absatzes aus. Bis Ende kommenden Jahres wird die BMW Group zehn neue oder überarbeitete elektrifizierte Modelle einführen. Bis 2025 plant das Unternehmen mindestens 25 elektrifizierte Modelle im Markt zu haben, von denen zwölf vollelektrisch sein werden.

Der Absatz der Marke **MINI** ging im März mit 41.175 Auslieferungen (-2,3%) gegenüber dem Vorjahresmonat leicht zurück. Seit Beginn des Jahres wurden weltweit 84.820 (-1,8%) MINI Fahrzeuge an Kunden übergeben. Auf der Shanghai Auto Show in der kommenden Woche feiert der überarbeitete MINI Clubman seine Weltpremiere; unterdessen laufen die Vorbereitungen für den Marktstart des komplett neuen vollelektrischen MINI im Laufe dieses Jahres weiter.

Nachdem 2018 einen neuen Rekord in der 115-jährigen Geschichte der Marke **Rolls-Royce** bedeutete, setzte sich das Absatzwachstum der Marke im ersten Quartal 2019 weiter fort. Rund um den Globus wurden 1.206 Rolls-Royce Motor Cars an Kunden ausgeliefert (+49,4%), wobei alle Regionen ein Wachstum verzeichneten. Dies spiegelt die anhaltende Nachfrage nach allen Modellfamilien wider, wobei der Phantom weiterhin ein wichtiger Wachstumstreiber ist. Das Kundeninteresse am Cullinan ist ebenfalls

Presse-Information

Datum

11. April 2019

Thema

BMW Group mit Absatzplus von 2,8% im März, gegen den Trend in mehreren wichtigen Märkten

Seite

3

außergewöhnlich hoch. So sind die Auftragsbücher bis weit ins vierte Quartal dieses Jahres hinein prall gefüllt.

BMW Motorrad ist mit einem Absatzwachstum um 7,7% auf 38.606 Einheiten im ersten Quartal ebenfalls stark in das Jahr gestartet. Im März wurden rund um die Welt insgesamt 18.931 (+9,9%) Premium BMW Motorräder und Maxi Scooter an Kunden ausgeliefert.

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

Trotz des herausfordernden Umfeldes für die Automobilindustrie in mehreren wichtigen Märkten konnte die BMW Group ihren Absatz im März in allen drei Hauptvertriebsregionen steigern. Das Unternehmen konnte damit gegen den Trend in etlichen sehr wichtigen Märkten zulegen. So kletterte der Absatz der Marke BMW beispielsweise in den USA und China um 2,9% bzw. 13,1% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresmonat. Die Marke BMW führt im bisherigen Jahresverlauf das Premiumsegment in den USA an. Daneben verzeichnete das chinesische Joint Venture BBA im ersten Quartal starken Absatzzuwachs. Trotz des anhaltend wettbewerbsintensiven globalen Marktumfelds und weiterer ökonomischer und politischer Herausforderungen erwartet die BMW Group im weiteren Jahresverlauf eine zunehmende Dynamik in Bezug auf Volumen und Mix. Das Unternehmen verfolgt dabei weiterhin seine Strategie, Profitabilität vor Volumen zu priorisieren.

	März 2019	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per 03/2019	Vergleich zum Vorjahr %
Europa	131.657	+3,1	270.676	---
- Deutschland*	30.135	-4,4	74.407	-3,5
- Großbritannien	43.512	+0,7	62.245	+1,7
Asien	81.855	+3,7	216.841	+2,1
- China (Festland)	60.717	+12,5	168.434	+10,1
- Japan	9.131	-1,6	17.715	-2,5
Amerika	44.258	+1,0	103.814	-2,1
- USA	35.997	+0,4	82.793	-1,9
- Lateinamerika	4.570	+6,1	12.184	+1,0

*Vorläufige Zulassungszahlen

Presse-Information

Datum 11. April 2019
Thema BMW Group mit Absatzplus von 2,8% im März, gegen den Trend in mehreren wichtigen Märkten
Seite 4

BMW Group Absatz im/per März 2019 auf einen Blick

	März 2019	Vergleich zum Vorjahr %	Bis/per 03/2019	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile	263.319	+2,8	605.333	+0,1
BMW	221.631	+3,7	519.307	+0,4
MINI	41.175	-2,3	84.820	-1,8
Rolls-Royce	513	+53,1	1.206	+49,4
BMW Group elektrifiziert*	12.068	+2,1	27.044	+0,7
BMW Motorrad	18.931	+9,9	38.606	+7,7

*BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

BMW Group Switzerland
Oliver Peter, Leiter Corporate Communications
Email: oliver.peter@bmw.ch
Tel.: +41 58 269 10 91
Media-Website: www.press.bmwgroup.com

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>