

Presse-Information

15.05.2025

## **Seit 50 Jahren in der Schweiz zu Hause**

1975 gründet die BMW AG eine eigene Import- und Vertriebsgesellschaft für die Schweiz. Zeitgleich kommt die erste Generation der 3er-Reihe auf den Markt. Sie ist das erste Modell, welches von Beginn an über die neue Gesellschaft vertrieben wird.

- Seit 1975 ist die BMW AG als Import- und Vertriebsorganisation in der Schweiz tätig. Die Modelle der 3er-Reihe begleiten die Geschichte der Schweizer Gesellschaft durch die Dekaden.
- BMW Group Switzerland als lokaler Player: Mitarbeitende, Zulieferer und ein enger Austausch mit der Konzernzentrale in München.
- BMW, BMW Motorrad und MINI: Ein Portfolio entwickelt sich zum vielseitigen Angebot für die Schweiz.
- Schweizer Armee, Feuerwehr oder Polizei: BMW Group Switzerland als Lieferant für die Schweizer Behörden.
- BMW bezieht Komponenten von zahlreichen Schweizer Zulieferern.

## **Die Vorgeschichte**

Bereits 1953 übernahm die MOTAG den Generalimport von BMW Automobilen und Bestandteilen für die Schweiz. Firmengründer Karl Hübner pflegte gute Beziehungen zur BMW AG in München. Die wohlhabende Kaufmannsfamilie unterstützte BMW in den harten Nachkriegsjahren mit Darlehen. Durch diese Verbindung kam Hübner zum alleinigen, lebenslangen Importrecht für die Schweiz. Ein «Handschlag-Geschäft», wie sich Zeitzeugen erinnern. Firmenstandort war zunächst Zürich, bevor die MOTAG in den Jahren 1967 und 1968 das «MOTAG Automobilzentrum in Dielsdorf bei Zürich» erbaute und bezog. Bis heute ist Dielsdorf der Standort für die BMW (Schweiz) AG. Schon 1970 wurden in der Schweiz mehr als 4000 BMW Automobile jährlich verkauft. Im Januar 1973 übernahm die MOTAG zudem den Import von BMW Motorrad mit der R 60/5. Ab 1975, nach dem Tod von Karl Hübner, übernahm die BMW Holding AG schrittweise

die Aktienpakete der Erbengemeinschaft Hübner.  
Die rund 50 Angestellten der MOTAG wurden übernommen, die 1976 in BMW (Schweiz) AG umbenannte Gesellschaft ist neu für den Vertrieb der Marke BMW in der Schweiz verantwortlich. Geschäftsführer wurde Alexander Schnurrenberger, der bereits bei der MOTAG diese Funktion innegehabt hatte.

## 1. Erster Ausbau

### Die Ära des BMW 3er (E21) – 1975 bis 1983

«1977 liegt der Neupreis für einen 316i bei 16 250 Franken. Der E21 ist ausschliesslich als zweitürige Limousine zu haben.»

Mit der neuen Firmenstruktur ging ein rasantes Wachstum einher. Die Vertriebsstruktur wurde neu organisiert, neue Planstellen wurden geschaffen. Noch 1975 wuchs die Belegschaft auf mehr als 100 Angestellte. Als Bekenntnis zum Standort Dielsdorf und im Zuge einer langfristigen Planung entstanden 1977 ein zweites Bürogebäude für das Finanzwesen und die Verwaltung sowie ein zentrales Teilelager. Schon 1978 knackte BMW in der Schweiz die Marke von 10 000 verkauften Autos. Das Modellportfolio bestand aus der 5er-Reihe (E12), dem 6er Coupé (E24), dem M1 (E26) und natürlich dem 3er (E21). Die erste Generation dieser bis heute zentralen Baureihe im BMW Portfolio war das erste Modell, das von Beginn an offiziell über die BMW (Schweiz) AG angeboten wurde.

## 2. Sonderwünsche und Weitblick

### Die Ära des BMW 3er (E30) – 1982 bis 1994

«Mit der Baureihe E30 war der 3er erstmals auch als viertürige Limousine oder als Touring zu haben.»

Obwohl das Marktvolumen im globalen Kontext gering ausfiel, galt die Schweiz in München als wichtig. Die Kundschaft zeigte hohe Affinität zur Marke und starke Kaufkraft, sodass die hierzulande verkauften Fahrzeuge mit guter Ausstattung und starker Motorisierung auffielen.

Das erste BMW Modell mit Allradantrieb, der 325 iX (1985) wurde nicht zuletzt aufgrund zahlreicher Anfragen aus der Schweiz entwickelt. Per Ende 1986 trat Andreas Schnurrenberger in den Ruhestand und übergab die Generaldirektion an Rudolf Lüthi. BMW kam zu dieser Zeit auf einen Marktanteil von rund 4% in der Schweiz.

Schon 1992 bewies die BMW (Schweiz) AG Weitblick hinsichtlich der Nachhaltigkeit. In Zusammenarbeit mit einem Autoverwerter fand man ein Verfahren, um Reststoffe, die damals noch als Sondermüll behandelt wurden, zu minimieren. Zu diesen Reststoffen zählte man Glas, Gummi, Textilien und Kunststoffe. Während Karosserie und weitere Metallteile geschreddert wurden, konnte man den Anteil der nicht verwertbaren Reststoffe um bis zu 44% reduzieren. Die Autoverwerter wurden von der BMW (Schweiz) AG mit detaillierten Ausbauanleitungen versorgt. Glas konnte wiederverwertet werden, Teile wie Stoßfänger, Alternatoren oder Katalysatoren konnten ins BMW Werk zur Wiederaufbereitung geschickt werden.

### **3. Grosse Investitionen**

#### **Die Ära des BMW 3er (E36) inkl. 3er Compact – 1990 bis 2000**

«Wie beim Vorgänger sind nebst der klassischen Limousine auch ein zweitüriges Coupé, ein Cabrio und ein Touring im Angebot.»

Zu Beginn des neuen Jahrzehnts konnte die BMW (Schweiz) AG den Aufwärtstrend der vergangenen Jahre fortsetzen: 1990 verkaufte die BMW (Schweiz) AG mehr als 14 000 Fahrzeuge jährlich in der Schweiz. Rund 150 Beschäftigte trugen zu diesem Erfolg bei. Im August 1990 übernahm Ralph Weyler den Posten des Generaldirektors.

1990 trat die BMW (Schweiz) AG mit der Abteilung «BMW Leasing» erstmals auch als Finanzdienstleister auf.

1994 wurde der Geschäftsbereich von der neu gegründeten BMW Finanzdienstleistungen (Schweiz) AG, einer eigenständigen Tochterfirma, übernommen. Gegen aussen treten die beiden Gesellschaften seither als BMW Group Switzerland auf. Teil eines grossen Plans. Denn bis 1994 stellte sich die BMW (Schweiz) AG mit einer grossen Investitionsphase für die Zukunft auf. Rund 200 Millionen Franken flossen in neue Betriebe und Umbauten nach Corporate-Identity-Richtlinien, neue Technologien und Weiterbildungen. Auch der Hauptsitz in Dielsdorf wurde aufwändig saniert und umgebaut. Im Januar 1995 wurde das erneuerte Gebäude schliesslich eröffnet. Und mit ihm auch ein Showroom und ein Gebrauchtwagen-Center. Damit verfügte die BMW Group Switzerland in Dielsdorf nun erstmals auch über einen Verkaufs- und Service-Stützpunkt für Kunden.

Rudolf Huber wurde im Januar 1996 als neuer Generaldirektor vorgestellt. Durch schwierige Wirtschaftsbedingungen, Rezession und einen dadurch rückgängigen

Gesamtmarkt gingen die Verkäufe im Geschäftsjahr 1995 auf rund 10 000 Stück zurück. Doch dann war wieder Wachstum angesagt. 1999 schrieb die BMW Group Switzerland ihr bisher bestes Geschäftsjahr. Der Umsatz stieg auf 900 Millionen Franken, +8,6% im Vergleich zum Vorjahr.

Gesamthaft wurden 12 031 Personenwagen und 1517 Motorräder ausgeliefert. Die 3er-Reihe (inkl. Compact) war mit rund 7200 Stück der Bestseller, die 5er-Reihe kam auf 3160 Stück. Auch der Roadster BMW Z3 kam in der Schweiz gut an: 950 Stück wurden 1999 zugelassen. Und selbst der luxuriöse 7er kam auf 460 Zulassungen, davon 64% mit Achtzylindermotor.

Mit dem «BMW Service Plus» führte die BMW Group Switzerland 1999 exklusiv für die Schweiz ein Paket ein: 10 Jahre oder 100 000 Kilometer Gratis-Service und eine Garantie über drei Jahre oder 100 000 Kilometer. Auch das unterstreicht den Stellenwert des Schweizer Marktes für BMW.

#### **4. MINI erfreut die Schweiz**

##### **Die Ära des BMW 3er (E46) inkl. 3er Compact – 1998 bis 2007**

«Mit dem E46 bietet BMW den 3er auch wieder mit Allradantrieb an. Der E46 feiert seine Weltpremiere am Genfer Automobilsalon 1998.»

Das neue Jahrtausend startete die BMW Group Switzerland erstmals mit mehr als einer Milliarde Umsatz im Jahr 2000; 183 Personen waren damals in Dielsdorf angestellt. Mit der Einführung des ersten BMW X5 untermauerte BMW ab 2000 die Allrad-Kompetenz noch weiter und hatte erstmals ein SAV (Sports Activity Vehicle) im Angebot – eine wichtige Ergänzung für das Modellportfolio in der Schweiz. Neues Terrain beschritt die BMW Group Switzerland 2001 auch in anderer Hinsicht: Mit MINI ergänzte von nun an eine weitere Marke das Angebot. Mit der neuen Marke richtete man sich bewusst an eine neue Kundengruppe, die von BMW noch nicht bedient wurde. Vor allem bei Frauen und jüngeren Käufern sollte der Kleinwagen punkten. Ein Plan, der aufging: Von Anfang an kam MINI in der Schweiz gut an. Im Geschäftsjahr 2002 kam die Marke bereits auf einen Marktanteil von 1,27%, im Segment waren es gar 6,5%. Ein europäischer Spitzenwert. Ein Erfolg, der MINI zum Vorreiter machte. Klein- und Kompaktwagen mit Historie und Retro-Charme waren zur Jahrtausendwende noch kaum zu haben. Der MINI zeigte aber, dass das Konzept gut ankommt und begründete damit einen neuen Markt.

Die Lancierung der neuen Marke brachte allerdings erheblichen Aufwand mit sich. Zwei Drittel der bestehenden BMW-Händler mussten mit Neuwagen von MINI bedient werden, ohne das bestehende Geschäft zu tangieren. Die Händler mussten für MINI einen komplett eigenständigen Auftritt schaffen. Verkauf und Kundendienst stellte man separiert von BMW auf, sodass MINI nach aussen hin als eigene Marke aufgebaut werden konnte. Im Hintergrund wurden aber von Beginn weg Synergien genutzt, zum Beispiel in den Bereichen IT und Human Ressources. 2002 markiert einen weiteren Meilenstein in der Geschichte der BMW Group Switzerland: Die Schweizer Armee bestellte 400 Motorräder der F-Serie, um ihre bisherigen Modelle abzulösen. Der Kaufpreis wurde auf 4,8 Millionen Franken veranschlagt. Nach und nach wurden weitere Motorräder ausgeliefert. Bis heute setzt die Schweizer Armee auf Motorräder von BMW.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2002 resultierte ein Umsatz von 1,3 Milliarden Franken. 13 455 BMW Fahrzeuge wurden verkauft, zudem 3715 MINI und 1980 BMW Motorräder (exkl. Militär). 236 Beschäftigte arbeiteten zu diesem Zeitpunkt für die BMW Group Switzerland. Hinzu kamen 95 Handelsbetriebe, davon 65 mit MINI, die sich um Vertrieb und Service kümmerten. BMW Motorrad war mit 31 Standorten vertreten.

2002 wurde das Teile- und Zubehörlager in Dielsdorf geschlossen, die Ersatzteil-Versorgung wird nun zentral über ein Lager in Strassburg gewährleistet. Dafür erweiterte man das Gebäude in Dielsdorf 2003 um einen grossen Showroom, um dem erhöhten Platzbedarf gerecht zu werden.

Bevor Rudolf Huber Ende 2003 in den Ruhestand trat, fand am 16. Dezember 2003 der Spatenstich zum neuen BMW Group Switzerland Hauptsitz an der Industriestrasse 20 in Dielsdorf statt. 2004 verzeichnete die BMW Group Switzerland erneut ein Rekordjahr. 17 158 Personenwagen wurden verkauft. Somit konnte sich BMW binnen 10 Jahren um 68,4% steigern – obwohl der Schweizer Markt in dieser Zeit sogar leicht rückläufig war (-0,2% gegenüber 1994).

Unter Hubers Nachfolger Doelf Carl bezogen die bislang auf drei Gebäude verteilten Mitarbeitenden im Frühjahr 2005 das neue Bürogebäude. Am 20. Mai 2005 wurde das Gebäude offiziell eingeweiht. Endlich sind Vertrieb, Marketing,

Finanz- und Personalwesen, IT, MINI, Motorrad und Financial Services unter einem Dach.

## 5. Durch die Krise

### Die Ära des BMW 3er (E90) – 2005 bis 2013

«Mit dem X3 (ab 2003) hat die 3er-Reihe inzwischen Konkurrenz aus dem eigenen Haus. Die fünfte Auflage, auch als Touring und mit xDrive lieferbar, geniesst in der Schweiz aber weiterhin grosse Nachfrage.»

BMW liess in der Schweiz die Konkurrenz bald hinter sich. Im Jahr 2007 überschritt man bei den Personenwagen erstmals die Marke von 20 000 Stück. Mit 20 372 verkauften Autos schaffte es BMW damit zur Nummer eins im Premium-Segment. «In der Schweiz halfen uns vor allem das breite Modellangebot und unser Allradsystem xDrive», resümierte der damalige Managing Director Doelf Carl das Erfolgsergebnis in einem Blick-Interview. Und: «Der neue MINI hat einen ähnlichen Kultstatus erreicht wie sein Original.» Mit dem ersten BMW X6 kommt 2008 ein weiteres Erfolgsmodell erstmals in die Schweiz. Einen Anteil am guten Image von BMW in der Schweiz dürfte auch das Formel-1-Engagement BMW Sauber F1 von 2006 bis 2009 gehabt haben. Während die Motoren in München gefertigt wurden, beschäftigte das Sauber-Team in Hinwil (ZH) um die 400 Leute.

Per Ende 2008 verliess Doelf Carl die BMW Group Switzerland. Sein Nachfolger wurde Erich Papke – in einer denkbar schwierigen Zeit: Die weltweite Wirtschaftskrise war auch in der Schweiz spürbar und liess den Automarkt schrumpfen.

«Wir hatten 2008/2009 die grösste Krise seit den 1930er-Jahren, und daraus sind wir mit einem Ergebnis gekommen, das für die BMW (Schweiz) AG gut war», erinnerte er sich 2011 in einem Interview mit der Automobil Revue an diese Zeit. Papke, seit 2009 Managing Director der BMW (Schweiz) AG, konnte mit seinem Team den Marktanteil der BMW Group Personenwagen (BMW und MINI) auf 6,8% festigen und den Absatz von Fahrzeugen kontinuierlich steigern: 17 541 Einheiten im Jahr 2009, 19 722 Einheiten im Jahr 2010 und 2011 22 113 Einheiten.

Auch bei BMW Motorrad entwickelten sich die Absatzzahlen sehr positiv. Im Jahr 2009 wurden 2028 Einheiten immatrikuliert, was einem Marktanteil von 11,7% (>500 ccm) in der Schweiz entsprach. 2010 waren es 2364 Einheiten und ein

Marktanteil von 14,3% und per 2011 2991 Einheiten und ein Marktanteil von 15,5%.

## 6. Neue Wege

### Die Ära des BMW 3er (F30) – 2011 bis 2019

«Auch der F30 ist als Limousine und Touring zu haben, Coupé und Cabrio werden mit dieser Modellgeneration als 4er-Reihe verkauft. Erstmals sind auch Hybrid-Antriebe verfügbar.»

Zum Februar 2012 wurde Philippe Dehennin zum neuen President & CEO der BMW (Schweiz) AG ernannt und durfte damit den Auftakt einer neuen Ära begleiten: Im November 2013 startete der BMW i3 als erstes rein elektrisches Modell von BMW i zu einem Preis ab 39 950 Franken in der Schweiz. Seine Schweizer Premiere feierte das komplett neu konstruierte Modell auf der Auto Zürich. Der i3 wurde in seinem Premiere-Jahr von den Lesern der «Schweizer Illustrierten» zum grünsten Auto des Jahres gekürt und legte damit einen Start nach Mass hin.

Auch 2013 konnte die BMW Group Switzerland den Aufwärtstrend halten: Ein neues Rekordjahr mit 25 029 verkauften Automobilen und 3235 Motorrädern.

Trotz des anhaltenden Erfolgs suchte die BMW Group Switzerland immer neue Wege. Als «markenübergreifendes Präsentationsforum für Premium-Mobilität auf zwei und vier Rädern», so die Pressemitteilung von damals, wurde das BMW Group Brand Experience Center beim Hauptsitz in Dielsdorf im März 2016 eröffnet. Mit einer Auswahl an rund 100 Demofahrzeugen bietet das Center bis heute eine Unterstützung für den Handel und beste Voraussetzungen, die Modelle von BMW, MINI und BMW Motorrad zu erleben. Zudem bietet es Platz und Infrastruktur für Events mit bis zu 300 Gästen.

Per 1. Mai 2016 übernahm Kurt Egloff das Amt des President & CEO der BMW (Schweiz) AG.

Ein Motorsport-Rekord der anderen Art kam im August 2016 zustande: Das von der BMW Group unterstützte Formula Student-Team der ETH Zürich beschleunigt seinen Rennwagen in nur 1,5 Sekunden von 0 auf 100 km/h!

Im Oktober 2016 stand schliesslich erneut der BMW i3 im Fokus: Im Rahmen des Pilotprojekts «SBB Green Class», eine Kooperation der Schweizerischen Bundesbahnen SBB und der BMW Group Switzerland, erhielten Testkunden in einem Abo-Modell ein Generalabonnement, einen BMW i3 samt Wallbox zu Hause sowie Zugang zu einem Car- und Bikesharing-Dienst. Ein perfektes Beispiel für eine innovative und vernetzte Mobilitätslösung.

2017 knackte die BMW Group Switzerland erstmals die Marke von 30 000 verkauften Autos in der Schweiz und Liechtenstein. Auch BMW Motorrad setzte sich mit 4774 Einheiten an die Spitze der Verkaufsstatistik bei den Motorrädern mit mehr als 500 Kubikzentimetern.

Pünktlich zum Nationalfeiertag am 1. August 2018 übernahm Paul de Courtois das Amt als President & CEO der BMW (Schweiz) AG.

## 7. Freund und Helfer

### **Die Gegenwart: der BMW 3er (G20) – seit 2018**

«Mit der 2018 präsentierten, siebten Generation der 3er-Reihe legte BMW noch mehr Fokus auf ein vielseitiges Antriebsportfolio – und traf damit einmal mehr den Zeitgeist.»

Die Gruppe blieb in der Schweiz auf Erfolgskurs und verbuchte im Jahr 2018 10% Marktanteil. Schon seit den 1950er-Jahren beliefert BMW diverse Schweizer Behörden mit Fahrzeugen. Für Polizeikorps sind und waren die Modelle der 3er- und 5er-Reihe sowie die X-Modelle seit Jahren und Jahrzehnten beliebte Begleiter. 2019 lieferte die BMW Group Switzerland das erste rein elektrische Polizei-Patrouillen-Fahrzeug an die Stadtpolizei Wädenswil (ZH) aus.

Die 1995 eröffnete BMW Niederlassung Zürich-Dielsdorf, der einzige Verkaufs- und Servicepartner im Besitz der BMW Group Switzerland, wurde 2020 verkauft und wird seither von der Hedin Gruppe weitergeführt.

Trotz einer äusserst unsicheren Marktlage durch die Corona-Pandemie konnte die BMW Group Switzerland einen Marktanteil von 11,1% im Jahr 2020 ausweisen und damit, relativ zum Marktumfeld, weiterwachsen. Und: Wie in jedem Jahr seit 2016 erfüllte das Unternehmen auch 2020 die Co2-Vorgaben des Bundes.

Als weiteres Mitglied der BMW i-Familie kam 2021 der iX auf den Markt. Die BMW Group Switzerland lieferte im September 2022 den weltweit ersten iX als Polizei-

Einsatzfahrzeug aus und setzte damit eine Tradition fort.

Mit 25 251 Zulassungen kam die BMW Group Switzerland 2023 schon fast an das Verkaufsniveau von vor der Corona-Pandemie . Auch 2023 wurden die Co2-Vorgaben übertroffen. Beste Voraussetzungen also für Sergio Solero, der zum 1. März 2024 das Amt des President & CEO der BMW (Schweiz) AG übernahm. Per 31. Dezember 2024 beschäftigt die BMW Group Switzerland 424 Angestellte, davon kümmern sich rund 200 Mitarbeitende bei BMW Financial Services um die Kreditfinanzierung und das Leasing von Automobilen und Motorrädern der Konzernmarken für Privat- und Geschäftskunden. Im Flottengeschäft ist das Segment Finanzdienstleistungen unter der Markenbezeichnung Alphabet aktiv. Die Handelsorganisation, bestehend aus 65 BMW Händlern, 16 BMW Servicepartnern, 36 MINI Händlern und 23 BMW Motorrad Händlern, beschäftigt rund 3300 weitere Personen in der Schweiz.

Hinzu kommen rund 30 Schweizer Standorte von Zulieferbetrieben. Sie liefern beispielsweise Aluminiumbleche und Leichtmetallguss-Fahrzeugteile , Kunststoff-Formstücke zur Akustikabschirmung oder Komponenten für Verbrennungsmotoren.

Die Komponenten dieser Zulieferer werden unter anderem in den BMW Group Werken in Spartanburg (USA), Steyr (Österreich) oder in den deutschen BMW Group Werken in München, Dingolfing, Leipzig, Regensburg und Landshut verbaut. Schweizer Unternehmen sind darüber hinaus ein wichtiger Bestandteil im globalen Lieferantennetzwerk der BMW Group: Rund 30 Schweizer Unternehmen beliefern von weltweit rund 140 Standorten aus das globale Produktionsnetzwerk der BMW Group.

## **8. Die Zukunft beginnt**

### **Neue Klasse**

«Innerhalb von zehn Minuten kann für eine Reichweite von bis zu 300 Kilometern nachgeladen werden.»

Das Jubiläumsjahr 2025 wird bei der BMW Group Switzerland von einem grossen Thema geprägt sein: Die «Neue Klasse». Die neue Generation an batterie-elektrischen Fahrzeugen bringt das Erbe der legendären «Freude am Fahren» in die Zukunft. Mit neuartiger, integrierter Fahrdynamikregelung, einer komplett

neuen User-Experience und klassenbester Effizienz verbinden die Modelle der Neuen Klasse Nachhaltigkeit mit emotionaler Fahrfreude. Einen wesentlichen Beitrag dazu leistet die nunmehr sechste Generation der BMW eDrive Technologie. Sie umfasst neben weiter verbesserten E-Antriebseinheiten auch neue, jetzt runde Lithium-Ionen-Batteriezellen. Diese weisen im Vergleich zu den bisherigen prismatischen Zellen eine um mehr als 20% höhere volumetrische Energiedichte auf. In Kombination mit der Umstellung auf ein 800-Volt-System beschleunigen sie die Ladegeschwindigkeit um bis zu 30%. Außerdem sorgt die sechste Generation von BMW eDrive für bis zu 30% mehr Reichweite. Die ersten Modelle auf Basis der neuen Technik-Plattform feiern noch 2025 ihre Weltpremiere – ein perfektes Geschenk zum 50. Jubiläum der BMW Group Switzerland.

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

BMW Group Switzerland  
Fabio Zingg Corporate Communications  
Email: [fabio.zingg@bmw.ch](mailto:fabio.zingg@bmw.ch)  
Tel.: +41 79 430 86 47  
Media-Website: [www.press.bmwgroup.com/switzerland](http://www.press.bmwgroup.com/switzerland)

BMW Group Switzerland  
Sven Grütmacher, Director Corporate Communications  
Email: [sven.gruetzmacher@bmw.ch](mailto:sven.gruetzmacher@bmw.ch)  
Tel.: +41 75 4297017  
Media-Website: [www.press.bmwgroup.com/switzerland](http://www.press.bmwgroup.com/switzerland)

**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-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2024 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,45 Mio. Automobilen und über 210.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2023 belief sich auf 17,1 Mrd. €, der Umsatz auf 155,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2023 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>