

BMW Group bleibt weiterhin der führende Automobilhersteller in der Schweiz.

+++ BMW Group unterstreicht seine Vorreiterrolle bei der Transformation zur Elektromobilität +++ MINI steigerte dank einer erfolgreichen Modelloffensive seinen Marktanteil auf 1,8 Prozent +++ BMW R 1300 ist meistverkauftes Motorrad der Schweiz +++ Ausbau Ladeinfrastruktur weiterhin erfolgskritisch für den Hochlauf der Elektromobilität +++ BMW iX3 an der Auto Zürich +++

Dielsdorf. In den ersten neun Monaten 2025 verzeichnete die BMW Group Switzerland insgesamt 18'851 Neuimmatrikulationen (+1,0 Prozent) – bei schwierigen Marktbedingungen und einem rückläufigen Gesamtmarkt von fast vier Prozent. Damit ist die BMW Group Switzerland der führende Automobilimporteur der Schweiz. Im Detail kam BMW auf 15'841 Einheiten (-3,5 Prozent) und einen Marktanteil von 9,4 Prozent. Die sichert der Marke die Führung im Segment der Premium Automobile. MINI legte deutlich zu auf 3.010 Einheiten (+32,6 Prozent) und kommt jetzt auf einen Marktanteil von 1,8 Prozent.

Die Neuzulassungen bei den elektrifizierten Fahrzeugen (BEV und PHEV) der BMW Group stieg auf 6'808 Einheiten – ein Plus von 25,9 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. MINI war mit 915 elektrifizierten Fahrzeugen überaus erfolgreich und konnte die Zahl gegenüber dem Vorjahr (464 Einheiten) nahezu verdoppeln. Die Marke BMW kam bei ihren elektrifizierten Fahrzeugen auf insgesamt 5'893 Einheiten, davon 2.631 rein elektrische (BEV) und 3.262 Plug-in-Hybride (PHEV) – dies entspricht einer Steigerung von 20,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Marktanteil der BMW Group Switzerland stieg bei den elektrifizierten Fahrzeugen von 12,3 auf 12,6 Prozent. Über alle Antriebsarten gerechnet stieg der Marktanteil der BMW Group von 10,6 auf 11,2 Prozent.

Elektrifizierung als Wachstumstreiber

Die BMW Group Switzerland unterstreicht mit diesen Zahlen ihre Vorreiterrolle bei der Transformation zur Elektromobilität. Der Anteil der elektrifizierten Fahrzeuge beträgt rund 36,1 Prozent der Neuimmatrikulationen der BMW Group in der Schweiz.

«Die Entwicklung im dritten Quartal zeigt, dass unsere Strategie der Technologieneutralität aufgeht. Mit einem Plus von fast 26 Prozent bei den elektrifizierten Fahrzeugen nehmen wir auf dem Schweizer Markt eine Ausnahmestellung ein und übertreffen den Markt.», erklärt Sergio Solero, President & CEO der BMW (Schweiz) AG.

Erfolgreiche Modelle und Kundenpräferenzen

Die Nachfrage nach allradgetriebenen Modellen bleibt in der Schweiz ungebrochen hoch. Bei BMW führen die Sports Activity Vehicles das Feld an: BMW X1 und iX1 sind die erfolgreichste Baureihe, gefolgt vom BMW X3 und BMW X5. Auch BMW 3er und BMW 1er stehen bei den Schweizer Kunden weiterhin hoch im Kurs.

Die Marke MINI profitiert von der erfolgreichen Modelloffensive: Der MINI Cooper präsentiert sich als Top-Seller der Marke, gefolgt vom MINI Countryman. Der neue vollelektrische MINI Aceman erlebt seit seiner Markteinführung eine stetig wachsende positive Resonanz.

Marktanteil trotz herausforderndem Umfeld ausgebaut

Der Schweizer Gesamtmarkt für Personenwagen liegt nach neun Monaten bei 168'927 Neuimmatrikulationen – ein Rückgang von 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die BMW Group Switzerland konnte in diesem herausfordernden Umfeld ihre Marktposition festigen und den Marktanteil um 0,6 Prozentpunkte auf 11,2 Prozent steigern.

«Wir konnten unseren Marktanteil in einem rückläufigen Gesamtmarkt weiter ausbauen. Dies ist ein klares Zeichen für das Vertrauen unserer Kunden in unsere Modelle und Marken. Mit der Marke BMW führen wir in der Schweiz sogar den Markt an, wenn wir nur die reinen Personenwagen betrachten.», sagt Sergio Solero.

BMW Motorrad: Meistverkauftes Motorrad über 1'000 ccm

Auch BMW Motorrad behauptet seine Position als erfolgreichster Premiumhersteller in der Schweiz. Bestverkauftes Modell in der Kategorie > 1'000 ccm war in den ersten neun Monaten die BMW R 1300 GS mit 572 Einheiten. Zusammen mit der BMW R 1300 GS Adventure (503 Einheiten) war die BMW R 1300 mit 1'075 Einheiten das meistverkaufte Motorrad der Schweiz. In den Quartalen eins bis drei konnte BMW insgesamt 2'981 Einheiten absetzen, was einem Rückgang von 1,65 Prozent oder 50 Einheiten entspricht. Der Gesamtmarkt ist in der Vergleichsperiode um 3.4% gewachsen

Ausblick: Neue Klasse und Retail.Next

Mit Blick auf die Zukunft zeigt sich Sergio Solero optimistisch: «Das kommende Jahr wird für uns wegweisend. Mit der Einführung der ‚Neuen Klasse‘ läuten wir ein neues Kapitel der Elektromobilität und gleichzeitig eine neue Ära für die Marke BMW ein. Diese Fahrzeuggeneration wird Massstäbe setzen – bei Effizienz, Technologie und Fahrerlebnis.»

Die «Neue Klasse» verkörpert die Vision einer nachhaltigen Premium-Mobilität und wird die Elektrifizierung nochmals beschleunigen. Parallel dazu schafft die BMW Group zusammen mit ihren Händlern und dem neuen Retail.Next Konzept eine innovative Möglichkeit für Kunden, Produkte zu entdecken, zu konfigurieren und zu erleben – eine ganzheitliche Antwort auf die grundlegenden Veränderungen in der Automobilindustrie. Dabei profitiert der Kunde nicht nur von völlig neuen Showrooms – der gesamte Präsentations- und Kaufprozess stellt den Kunden mit seinen Wünschen und Vorstellungen in den Mittelpunkt.

Infrastruktur als Schlüsselfaktor

Für den weiteren Erfolg der Elektromobilität bleibt der Ausbau der Ladeinfrastruktur entscheidend. «Um die ambitionierten Ziele des Bundes bei der Elektromobilität zu erreichen, brauchen wir eine flächendeckende, zuverlässige Ladeinfrastruktur. Zur Zeit wachsen wir bei allem Optimismus noch zu langsam», betont Sergio Solero. «Nur bei verbesserten Rahmenbedingungen können wir das volle Potenzial der Elektromobilität ausschöpfen und unseren Kunden die Sicherheit geben, die sie für den Umstieg benötigen.»

BMW auf der Messe Auto Zürich: BMW iX3 feiert Premiere

Die BMW Group Switzerland präsentiert zusammen mit der Emil Frey Züri-Oberland Betrieben vom 30. Oktober bis 3. November 2025 auf der Auto Zürich im Messezentrum Zürich die neuesten Highlights aus ihrem Portfolio. Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei dem neuen BMW iX3, der erstmals der Schweizer Öffentlichkeit vorgestellt wird.

Er verkörpert eine neue Designsprache und bietet ein komplett überarbeitetes digitales Nutzererlebnis. Mit einer im Wettbewerbsumfeld einzigartigen Reichweite von bis zu 805 Kilometern nach WLTP ist der BMW iX3 für jeglichen Anwendungsfall bestens gerüstet. Und dank der neuen 800-Volt-Architektur lässt sich bei einer Ladeleistung von bis zu 400 kW DC in nur zehn Minuten eine Energiemenge nachladen, die für weitere 372 km ausreicht. Auch der Innenraum eröffnet neue Dimensionen. Statt eines konventionellen Fahrerdisplays spiegelt ein 43,3-Zoll-Panoramic-Vision-Display seine Informationen auf die Windschutzscheibe und schafft eine Tiefe, die an ein freischwebendes Bild erinnert. Der Product Carbon Footprint des neuen BMW iX3 sinkt über den gesamten Lebenszyklus gegenüber dem Vorgänger um 42 Prozent. Der CO₂-Break-even gegenüber einem Verbrenner wird mit EU-Strommix nach 21'500 km erreicht. Lädt man das Fahrzeug ausschliesslich erneuerbar, liegt er bereits bei 17'500 km. Kurzum: Der vollelektrische Sports Activity Vehicle verbindet die bewährten Qualitäten der X-Reihe mit modernster Elektromobilität und unterstreicht das Engagement der BMW Group für nachhaltige Premium-Mobilität. Neben dem BMW iX3 können Besucherinnen und Besucher ein breites Spektrum von BMW und MINI Modellen erleben.

Auto Zürich 2025, 30. Oktober – 3. November 2025

Weitere Informationen: www.auto-zuerich.ch

BMW Group Switzerland, Absatz 1. – 3. Quartal 2025 auf einen Blick mit Vergleich zum Jahr 2024.

	Quartal 1 – 3 2025	Quartal 1 – 3 2024	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile	18'851	18'666	+ 1,0%
BMW Group elektrifiziert*	6'808	5'406	+ 25,9%
BMW	15'841	16'396	- 3,5%
BMW elektrifiziert*	5'893	4'911	+ 20,0%
BMW BEVs	2'631	2'540	+ 3,6%
BMW PHEVs	3'262	2'371	+ 37,6%
MINI	3'010	2'270	+ 32,6%
MINI elektrifiziert*	915	464	+ 97,2%
BMW Motorrad	2981	3031	-1.65%

*BEV und PHEV

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Switzerland
Fabio Zingg, Corporate Communications
Email: Fabio.zingg@bmw.ch
Tel.: +41 58 269 1094
Media-Website: www.press.bmwgroup.com

BMW Group Switzerland
Sven Grützmacher, Director Corporate Communications
Email: Sven.Grützmacher@bmw.ch
Tel.: +41 58 269 1091
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-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 2024 belief sich auf 11,0 Mrd. €, der Umsatz auf 142,4 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2024 beschäftigte das Unternehmen weltweit 159.104 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

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>