

Presse-Information

08. April 2026

BMW Group Switzerland behauptet Führung im Premiumsegment im ersten Quartal 2026.

+++ BMW Group Switzerland auf Rang 2 im Gesamtmarkt und Rang 1 im Premium-Segment +++ BMW Group Switzerland auf Platz 2 unter den BEV-Anbietern +++ 37,7 Prozent des BMW Group Portfolios elektrifiziert – höher als der Gesamtmarkt +++ Jedes zehnte neu zugelassene Fahrzeug ist ein BMW oder MINI +++

Dielsdorf. Im ersten Quartal 2026 behauptet die BMW Group Switzerland ihre führende Stellung im Schweizer Premium-Segment. In einem Gesamtmarkt, der mit 52'982 Neuimmatrikulationen um 0,6 Prozent leicht zulegen konnte, positioniert sich die BMW Group Switzerland mit 5'678 Fahrzeugen auf Platz 2. Die Marke BMW sichert sich mit 5'010 Einheiten erneut die Spitzenposition im Premium-Segment sowie Rang 2 im Gesamtmarkt – der Marktanteil bleibt mit 9,5 Prozent stabil auf Vorjahresniveau. Die Marke MINI verzeichnet 668 Neuimmatrikulationen bei einem Marktanteil von 1,3 Prozent. Damit ist weiterhin jedes zehnte erstmalig zugelassene Fahrzeug ein BMW oder MINI.

BMW: Stark positioniert – mit dem meistgefragten Modell im Markt

Mit 5'010 Neuimmatrikulationen verzeichnet die Marke BMW im ersten Quartal 2026 eine Veränderung von –0,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum – ein stabiles Ergebnis in einem hart umkämpften Umfeld. Der Marktanteil hält sich konstant bei 9,5 Prozent.

Erfolgreichstes Modell der Marke ist der BMW X3 mit 1'023 Einheiten, der damit im Schweizer Gesamtmarkt Platz 2 belegt. Gemeinsam mit dem BMW X1 (933 Einheiten) und dem vollelektrischen BMW iX1 (316 Einheiten) – dem meistgefragten BEV-Modell der Marke – bilden X1 und iX1 mit 1'249 gemeinsamen Einheiten das Fahrzeugmodell mit den meisten Neuimmatrikulationen im ersten Quartal. Ebenfalls weiterhin stark nachgefragt: der BMW X5 mit 474 Einheiten.

Firma
BMW (Schweiz) AG

Ein Unternehmen
der BMW Group

Anschrift
Industriestrasse 20
Postfach
CH-8157 Dielsdorf

Telefonzentrale
+41 58 269-1111

Fax
+41 58 269-1511

Internet
www.bmw.ch
www.mini.ch
www.bmw-motorrad.ch

Unternehmens-ID
CHE-105.974.654 HR
CHE-116.284.140 MWST

Presse-Information

Datum 08. April 2026

Thema **BMW Group Switzerland behauptet Führung im Premiumsegment im ersten Quartal 2026.**

Seite 2

MINI: Starke Markenpräferenz trotz hoher Vergleichsbasis

Die Marke MINI verzeichnet im ersten Quartal einen Rückgang von 25,5 Prozent auf 668 Neuimmatrikulationen und erreicht einen Marktanteil von 1,3 Prozent. Dieses Ergebnis ist vor dem Hintergrund eines aussergewöhnlich starken Vergleichszeitraums zu lesen: Im ersten Quartal 2025 profitierte MINI von einem markanten Nachfrageschub durch den frisch lancierten voll-elektrischen MINI Aceman. Mit einem BEV-Anteil von 36,2 Prozent am Gesamtportfolio der Marke unterstreicht MINI seine Ausrichtung auf vollelektrische Mobilität. Die MINI Cooper Modelle sind am stärksten gefragt gefolgt vom MINI Countryman und MINI Cabrio

BMW Group übertrifft den Markt bei elektrifizierten Fahrzeugen

Die BMW Group Switzerland unterstreicht ihre Vorreiterrolle bei der elektrifizierten Mobilität: 37,7 Prozent aller neu immatrikulierten BMW Group Fahrzeuge fahren mit einem elektrifizierten Antrieb (BEV oder PHEV) – klar über dem Anteil des Schweizer Gesamtmarktes von 33,4 Prozent (+13,8 Prozent). Der Marktanteil der BMW Group am BEV- und PHEV-Segment beträgt 12,1 Prozent.

Bei den reinen Elektrofahrzeugen (BEV) positioniert sich die BMW Group mit 1'053 Einheiten und einem Marktanteil von 2,0 Prozent im Gesamtmarkt auf Platz 2 unter allen BEV-Anbietern in der Schweiz. Die Marke BMW allein belegt mit 811 BEV-Einheiten und 1,5 Prozent Marktanteil den dritten Rang. Während der BEV-Absatz der BMW Group um 11,7 Prozent zurückging, konnte das starke Wachstum im Plug-in-Hybrid-Segment (+14,3 Prozent bei BMW) dies weitgehend ausgleichen: BEV und PHEV zusammen blieben mit –0,2 Prozent nahezu unverändert.

Ladeinfrastruktur braucht jetzt Tempo

«Die Nachfrage nach elektrifizierten Fahrzeugen ist vorhanden – was fehlt, ist eine Infrastruktur, die mit dem Wachstum Schritt hält», betont Sergio Solero, President & CEO der BMW (Schweiz) AG. «Wir sehen eine wachsende Lücke zwischen den ambitionierten Elektromobilitätszielen des Bundes und der Realität auf der Strasse. Öffentliche Ladepunkte müssen zuverlässiger

Presse-Information

Datum 08. April 2026

Thema **BMW Group Switzerland behauptet Führung im Premiumsegment im ersten Quartal 2026.**

Seite 3

werden, Standards einheitlicher und die Rahmenbedingungen für private sowie gewerbliche Ladeinstallationen deutlich verbessert werden. Nur so gewinnen Kundinnen und Kunden das Vertrauen, das sie für den Umstieg benötigen – und nur so kann die Schweiz ihre eigenen Klimaziele im Verkehr erreichen.»

BMW Motorrad: Wachstum und beliebtestes Motorrad der Schweiz

BMW Motorrad behauptet im ersten Quartal 2026 seine starke Stellung im Schweizer Zweiradmarkt und belegt Platz 3 unter den Motorradmarken. In einem Markt, der gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 10,3 Prozent zu- legte, verzeichnet BMW Motorrad ein Wachstum von 3 Prozent.

Besonders erfolgreich zeigt sich einmal mehr die BMW R 1300 GS Familie: BMW R 1300 GS und R 1300 GS Adventure wurden im ersten Quartal 228 Mal neu immatrikuliert und sind damit führend in der Schweiz im ersten Quartal 2026.

Ab April 2026 ist zudem die neue BMW F 450 GS in der Schweiz erhältlich – ein weiterer Beleg für die Innovationskraft von BMW Motorrad und die konsequente Erweiterung der Modellpalette.

Ausblick: Neue Klasse setzt erste Akzente

Mit dem im März 2026 lancierten BMW iX3 – dem ersten Fahrzeug der Neuen Klasse – setzt die BMW Group Switzerland nun die ersten Akzente einer neuen Ära. «Der iX3 stösst auf hohes Interesse: Er steht für eine grundlegend neue Fahrzeugarchitektur, ein neu gedachtes digitales Erlebnis und ein klares Bekenntnis zur Zukunft der Marke BMW. Wir sind überzeugt, dass die Neue Klasse unsere Position im Premium-Segment und bei der Elektromobilität weiter stärken wird – mit dem BMW i3 folgt bereits ein weiteres Modell der Neuen Klasse bis Ende Jahr», sagt Sergio Solero.

Parallel dazu schreitet die Transformation des Handelsnetzes im Rahmen von Retail.Next weiter voran. In der ersten Jahreshälfte 2026 werden weitere Standorte auf das zukunftsweisende Kundenerlebniskonzept umgestellt.

Presse-Information

Datum 08. April 2026

Thema **BMW Group Switzerland behauptet Führung im Premiumsegment im ersten Quartal 2026.**

Seite 4

BMW Group Switzerland, Absatz 1. Quartal 2026 auf einen Blick mit Vergleich zum Jahr 2025.

	Quartal 1 2026	Quartal 1 2025	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile	5'678	5'927	-4.2%
BMW Group elektrifiziert*	2'140	2'144	-0.2%
BMW	5'010	5'030	-0.4%
BMW elektrifiziert*	1'898	1'854	+ 2.4%
BMW BEVs	811	903	-10.2%
BMW PHEVs	1'087	951	+14.3%
MINI	668	897	-25.5%
MINI BEVs	242	290	-16.6%
BMW Motorrad	771	748	+3.07%

*BEV und PHEV

Presse-Information

Datum 08. April 2026

Thema **BMW Group Switzerland behauptet Führung im Premiumsegment im ersten Quartal 2026.**

Seite 5

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Corporate Communications and Governmental Affairs,
BMW Group Switzerland

Fabio Zingg, Manager Corporate Communications

E-Mail: fabio.zingg@bmw.ch

Tel: +41 58 269 1094

Sven Grützmacher, Director Corporate Communications and Governmental
AffairsE-Mail: sven.gruetzmacher@bmw.ch

Tel.: +41 58 269 1091

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 2025 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,46 Mio. Automobilen und über 202.500 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2025 belief sich auf 10,2 Mrd. €, der Umsatz auf 133,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.540 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.comLinkedIn: <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>