



## BMW Group verzeichnet Rekordabsatz im Februar

BMW Group verzeichnet Rekordabsatz im Februar - Auslieferungen stiegen um 7,6% auf 151.952 Automobile - Absatzplus von 7,3% auf 294.112 Einheiten seit Jahresbeginn - 7,7% Wachstum im europäischen Markt in den ersten zwei Monaten - Die BMW Group hat im Monat Februar mit 151.952 Fahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce eine neue Bestmarke beim Absatz in diesem Monat erzielt (Vj.: 141.207 / +7,6%). Seit Jahresbeginn stiegen die Auslieferungen im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres um 7,3% auf den neuen Höchstwert von 294.112 (Vj.: 274.113) Automobilen. "Mit dem Absatzrekord im Februar ist uns ein guter Start in das neue Jahr gelungen", sagte Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW. "Unsere neuen Modelle wie der BMW 2er Gran Tourer und die Modellüberarbeitung des BMW 1er - die wir gerade auf dem Genfer Autosalon vorgestellt haben - werden für Absatzimpulse im weiteren Jahresverlauf sorgen", so Robertson weiter. BMW verzeichnete ebenfalls den besten Februar in der Unternehmensgeschichte: Der Absatz stieg um 5,2% auf 131.416 (Vj.: 124.952) Einheiten. Seit Jahresbeginn wurden 255.981 (Vj.: 242.130) Automobile verkauft, was einer Zunahme von 5,7% entspricht. Sehr beliebt ist weiterhin die BMW 2er Reihe mit 7.302 verkauften Einheiten im Februar. Den größten Anteil daran hatte der BMW 2er Active Tourer, der 5.360 Mal an Kunden weltweit ausgeliefert wurde. Auf sehr positive Resonanz stößt auch der BMW 2er Gran Tourer, der im Juni in Europa auf den Markt kommen und als weltweit erstes Fahrzeug der Premium-Kompaktklasse bis zu sieben Personen Platz bieten wird. Auf Erfolgskurs ist unverändert auch die BMW 4er Reihe mit 9.636 verkauften Einheiten, während von dem im Sommer vergangenen Jahres gestarteten BMW X4 im Februar bereits 4.040 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert werden konnten. Mit einem Plus von 46% erwies sich der BMW X5 erneut als signifikanter Wachstumstreiber (12.916 / Vj.: 8.844). Die Verkaufszahlen des BMW X6 legten mit einem Plus von 5,9% auf 2.819 Einheiten (Vj.: 2.662) ebenfalls zu. Für ein BMW i Automobil haben sich im Februar insgesamt 2.165 Kunden entschieden. Dabei wurden 1.824 BMW i3 und 341 BMW i8 ausgeliefert. Im vergangenen Jahr lag der BMW i3 mit rund 16.000 ausgelieferten Fahrzeugen weltweit an dritter Stelle der meistverkauften Elektrofahrzeuge. Sehr erfolgreich entwickeln sich nach dem Modellwechsel im vergangenen Jahr auch die Absatzzahlen von MINI. Die Marke konnte im Februar um 27,1% auf 20.303 (Vj.: 15.976) Einheiten zulegen. Mit einem Absatzplus von 19,7% startete MINI auch per Februar besser als jemals zuvor in seiner Markengeschichte (37.678 / Vj.: 31.486). Der neue MINI 3-Türer erfreute sich mit 7.877 verkauften Fahrzeugen im Februar einer hohen Nachfrage. Dieser Wachstumssprung von 69,8% ist unter anderem auch auf den Modellwechsel im vergangenen Jahr zurückzuführen (Vj.: 4.640). Der MINI 5-Türer war im Februar mit 5.088 ausgelieferten Einheiten ebenfalls stark unterwegs. Die BMW Group konnte im Berichtszeitraum in allen Vertriebsregionen weltweit Zuwächse verzeichnen. Damit setzt die BMW Group ihre erfolgreiche Strategie einer weltweit ausbalancierten Absatzverteilung fort. In Europa wurden im Februar insgesamt 64.685 Fahrzeuge verkauft, was einem Zuwachs von 7,0% entspricht (Vj.: 60.435). In den ersten zwei Monaten des Jahres stiegen die Verkaufszahlen um 7,7% (120.365 / Vj.: 111.768). In einigen Ländern in Europa konnte die BMW Group ein besonders starkes Wachstum erzielen. In Deutschland wurden im Februar 13,3% mehr Fahrzeuge zugelassen (20.660 / Vj.: 18.229). In Italien stieg die Anzahl verkaufter Automobile um 8,4% auf 6.055 Einheiten (Vj.: 5.588). Auch in Großbritannien legte der Absatz im Februar mit 6.341 verkauften Fahrzeugen um 6,0% zu (Vj.: 5.980). In Amerika setzte sich die positive Entwicklung im Februar mit einem Plus von 13,8% weiter fort (34.698 / Vj.: 30.490). Insgesamt wurden seit Jahresbeginn in der Region 62.150 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert (Vj.: 56.467), was einem Zuwachs von 10,1% entspricht. Nordamerika zeigte sich dabei als größter Wachstumstreiber in der Region: In den USA legte der Absatz um 18,2% auf 28.921 (Vj.: 24.476) Fahrzeuge zu. In Kanada stiegen die Verkaufszahlen im Februar ebenfalls deutlich um 17,3% auf 2.692 (Vj.: 2.295) Auslieferungen. Auch in Asien verbuchte die BMW Group ein Absatzplus. Die Zahl der ausgelieferten Fahrzeuge stieg im Februar um 4,1% (47.154 / Vj.: 45.292). Seit Jahresbeginn konnte dort ein Zuwachs von 5,4% (101.342 / Vj.: 96.133) verzeichnet werden. Der Absatz auf dem chinesischen Festland kletterte im Februar um 2,7% auf 31.089 Einheiten (Vj.: 30.281). Südkorea konnte einen Zuwachs von 22,0% (4.191 / Vj.: 3.435) erzielen. Nach dem erfolgreichen Start in das neue Jahr hat BMW Motorrad im Februar mit einem Plus von 13,5% erneut eine deutliche Absatzsteigerung erzielt. Mit 9.195 (Vj.: 8.098) verkauften Fahrzeugen ist es der absatzstärkste Februar aller Zeiten. Per Februar summierten sich die Auslieferungen auf insgesamt 15.458 Fahrzeuge (Vj.: 13.536), ein Plus von 14,2%. Diese positive Entwicklung ist auf die anhaltend gute Nachfrage nach den im Jahr 2014 eingeführten Modellen sowie den Neuheiten der aktuellen Saison wie der S 1000 RR, R 1200 R und F 800 R zurückzuführen. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte 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- und Finanzkommunikation, 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 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 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 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 - Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an: BMW Group - Emma Begley - Tel.: +49-89-382-72200 - E-Mail Adresse: emma.begley@bmwgroup.com - 

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.