



Absatz von BMW Motorrad steigt im ersten Halbjahr 2013 um 9,7% auf 64.941 Fahrzeuge. Zweistelliges Wachstum im Juni13. BMW Motorrad peilt für das Ges

Absatz von BMW Motorrad steigt im ersten Halbjahr 2013 um 9,7% auf 64.941 Fahrzeuge

Zweistelliges Wachstum im Juni13. BMW Motorrad peilt für das Gesamtjahr neuen Absatzrekord an.
München. BMW Motorrad schließt das erste Halbjahr13 mit einem neuen Halbjahresrekord ab. Per Juni13 wurden weltweit 64.941 Motorräder und Scooter (Vj.: 59.189 Eh) verkauft. Das entspricht einem Absatzzuwachs gegenüber Vorjahr von 9,7 %. Im Monat erreichte der Motorrad- und Scooterabsatz eine neue Juni-Bestmarke. Die Verkäufe stiegen gegenüber dem Vorjahresmonat deutlich um 22,1 % auf 12.541 Fahrzeuge (Vj.: 10.271 Eh).
Mit 18,2 % Anteil am Verkaufsvolumen ist Deutschland nach wie vor der größte Einzelmarkt. Trotz ungünstiger klimatischer Voraussetzungen zum Frühjahrsgeschäft, stieg der Absatz auf dem Heimatmarkt von BMW Motorrad gegenüber Vorjahr um 2,9 % auf 11.827 Fahrzeuge (Vj.: 11.492 Eh).
Zweitgrößter Markt sind nach den ersten sechs Monaten die USA mit einem Absatzvolumen von 8.101Fahrzeugen (Vj.: 6.947 Eh), ein prozentualer Anstieg um 16,6 %. Auf Rang drei und vier folgen die großen europäischen Märkte Frankreich und Italien mit 6.129 bzw. 6.094 Fahrzeugen.
Heiner Faust, Leiter Vertrieb und Marketing BMW Motorrad: "Noch nie hat BMW Motorrad in den ersten sechs Monaten mehr Fahrzeuge verkauft. Das Vertriebsergebnis für das erste Halbjahr 2013 freut uns sehr. Es beweist wie begehrt unsere Produkte bei unseren Kunden sind - allen voran die neue R 1200 GS. Im Juni konnten wir weltweit auf allen relevanten Märkten stark zulegen. Es ist unser bestes Juni-Ergebnis aller Zeiten. Selbst die krisengeschüttelten Märkte Europas erwiesen sich für BMW Motorrad als stabil. Im Vergleich zum Juni 2012 konnten wir auch in Frankreich, Italien und in Spanien deutlich zulegen. Die stärksten Wachstumsimpulse kommen vor allem von Nord- und Südamerika und Asien. Mit dem hervorragenden Halbjahresergebnis sind wir nun auf gutem Weg, 2013 erneut einen Absatzrekord zu erzielen."

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Rudolf-Andreas Probst, Kommunikation BMW Motorrad
Telefon: +49 89 382-22088, Fax: +49 89 382-23927
Internet: www.press.bmw.de
E-mail: presse@bmw.de

Die BMW Group
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2011 belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indices.
 www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Die Aktivitäten der BMW Group umfassen neben dem Automobilgeschäft die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Motorrädern sowie umfassende Finanzdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden: Automobile.Mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars ist die BMW Group der einzige Automobilhersteller weltweit, der mit allen Marken und über alle relevanten Segmente hinweg eine reine Premiummarken-Strategie verfolgt, vom exklusiven Kleinwagen bis zur absoluten Top-Limousine. Motorräder.Auch bei den Motorrädern verfolgt die BMW Group eine Premiummarken-Strategie. Unser Anspruch: In den Bereichen Technologie, Umweltschutz und Sicherheit führende Produkte im oberen Segment der motorisierten Zweiräder zu entwickeln, zu produzieren und mit einem umfassenden Service im Markt zu betreuen. Finanzdienstleistungen.Wir verstehen Finanzdienstleistungen als Schlüsselfaktor in einer mobilen Welt. Hierbei setzen wir auf ein konzentriertes Produktportfolio, in dem wir jede Detailfrage mit Expertenwissen beantworten können. Unsere Tätigkeitsfelder im Einzelnen: Finanzierung und Leasing, Vermögensmanagement, Händlerfinanzierung, Flottengeschäft. Unsere weiteren Geschäftsbereiche: IT-Beratung und Systemintegration (Softlab GmbH) und Versicherungen (Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH). Die Unternehmenszentrale in München steuert die Aktivitäten der BMW Group weltweit. Im ?Vierzylinder am Olympiapark laufen die Fäden aus mehr als 150 Ländern zusammen.