


## BMW Group erzielt neue Absatz-Bestmarke im September

BMW Group erzielt neue Absatz-Bestmarke im September  
Weltweite Auslieferungen steigen um 6,7% auf 189.675 Fahrzeuge  
Absatz steigt in den ersten neun Monaten auf neuen Höchstwert  
Unternehmen in fast allen Regionen weiter auf Wachstumskurs  
Die BMW Group hat im September eine neue Bestmarke beim Absatz in diesem Monat erzielt. Die weltweiten Auslieferungen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 6,7% auf 189.675 (Vj.: 177.726) Fahrzeuge. In den ersten neun Monaten 2013 legte der Absatz um 7,5% auf den neuen Höchstwert von 1.436.178 (Vj.: 1.335.502) Fahrzeuge zu.  
Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Vertrieb und Marketing BMW: "Wir haben im Monat September und in den ersten neun Monaten neue Bestmarken bei den weltweiten Auslieferungen erzielt. Trotz erster Anzeichen für eine Stabilisierung des Automobilmarktes in Europa bleiben die Rahmenbedingungen in vielen Märkten weiterhin herausfordernd. Während wir in Europa den Absatz nahezu stabil gehalten haben, konnten wir insbesondere in den USA und Asien erneut deutliche Zuwächse verbuchen. Wir sind damit auf einem guten Weg, auch im Gesamtjahr 2013 unsere Auslieferungen zu steigern und einen neuen Höchstwert beim Absatz zu erreichen."  
Die Verkaufszahlen der Marke BMW kletterten im September um 7,6% auf 158.029 (Vj.: 146.852) Fahrzeuge. Wesentlicher Wachstumstreiber war dabei unter anderem der BMW 3er mit 44.752 (Vj.: 39.304) Einheiten, was einem Plus von 13,9% entspricht.  
In den ersten neun Monaten stiegen die Auslieferungen der Marke BMW um 9,0% auf 1.209.598 (Vj.: 1.109.962) Fahrzeuge. Bei den Kunden weiterhin sehr beliebt ist der BMW X1: Das Erfolgsmodell konnte in den ersten neun Monaten um 13,6% auf 116.451 (Vj.: 102.519) Automobile zulegen. Seit der Markteinführung Ende 2009 wurden vom BMW X1 bereits über 500.000 Fahrzeuge ausgeliefert. Der Absatz des BMW 3er stieg bis Ende September um 27,6% auf 365.772 (Vj.: 286.622) Fahrzeuge. Auf Erfolgskurs blieb auch der BMW X3, der um 5,7% auf 113.945 (Vj.: 107.833) Automobile zulegen konnte.  
Der Absatz des BMW 5er stieg um 2,7% auf 270.902 (Vj.: 263.738) Einheiten, womit er weiterhin klarer Marktführer in seinem Segment ist. Deutliche Zuwächse verbuchte der BMW 6er mit einem Plus von 22,6% auf 20.360 (Vj.: 16.607) Fahrzeuge.  
MINI verzeichnete mit weltweit 31.313 verkauften Einheiten den besten September-Absatz aller Zeiten (Vj. 30.563/ +2,5%). Die Marke konnte in mehreren ihrer Kernmärkte zulegen, unter anderem in den USA (5.306/ +8,3%), auf dem chinesischen Festland (2.740/ +4,1%) sowie in Japan (1.700/ +5,7%). Trotz des weiterhin herausfordernden Marktumfelds in Europa waren die ersten neun Monate des Jahres auch für MINI beim Absatz die erfolgreichsten aller Zeiten. Insgesamt konnte MINI bis Ende September weltweit 224.280 (Vj.: 223.214/ +0,5%) Automobile absetzen.  
Rolls-Royce Motor Cars lag in den ersten neun Monaten mit insgesamt 2.300 (Vj.: 2.326/ -1,1%) Automobilen etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Während in China und dem Mittleren Osten deutliche Zuwächse erzielt werden konnten, ist die Situation auf dem europäischen Markt weiterhin herausfordernd. Im Monat September legte der Absatz von Rolls-Royce um 7,1% auf 333 Einheiten zu, während im dritten Quartal ein Plus von 13,6% auf 825 Fahrzeuge verzeichnet wurde. Diese Zuwächse sowie die ausgesprochen positive Resonanz für den neuen Rolls-Royce Wraith sind die wesentlichen Grundlagen für den vorsichtigen Optimismus, den Rolls-Royce Anfang des Jahres geäußert hat. Bis zum Jahresende rechnet Rolls-Royce weiterhin mit einer positiven Absatzentwicklung.  
Auch BMW Motorrad erreichte im September mit 9.264 (Vj.: 9.215/ +0,5%) Einheiten ein Allzeit-Hoch beim Absatz. Von Januar bis September wurden insgesamt 93.154 Motorräder und Maxi Scooter ausgeliefert (Vj.: 85.944/ +8,4%).  
Die BMW Group verzeichnete im vergangenen Monat in nahezu allen Märkten ein Absatzwachstum.  
In Asien stiegen die Verkäufe im September um 18,0% auf 54.014 Fahrzeuge (Vj.: 45.782). In den ersten neun Monaten des Jahres legte der Absatz der BMW Group in Asien mit einem Plus von 17,8% auf 421.456 (Vj.: 357.841) Fahrzeuge ebenfalls deutlich zu. Auf dem chinesischen Festland verzeichnete das Unternehmen mit 35.804 Auslieferungen im September ein Plus von 20,8% gegenüber dem gleichen Monat des Vorjahres (29.631). Bis Ende September wurden auf dem chinesischen Festland 284.964 (Vj.: 237.056/ +20,2%) Fahrzeuge der Marken BMW und MINI verkauft. Die BMW Group erreichte in den ersten neun Monaten dieses Jahres auch in anderen asiatischen Märkten starke Zuwächse, darunter Japan (46.502/ +10,8%) und Südkorea (29.409/ +19,8%).  
In Amerika lieferte die BMW Group im September 36.889 (Vj.: 34.050/ +8,3%) Fahrzeuge aus. Von Januar bis September wurden in Amerika 325.078 Fahrzeuge verkauft. Das entspricht einem Zuwachs von 11,8% gegenüber dem Vorjahr (290.888). In den USA setzte die BMW Group im September 28.874 (Vj.: 26.660/ +8,3%) Automobile ab. Bis Ende September liegt der Fahrzeugabsatz des Unternehmens in den USA mit 262.200 Einheiten um 11,6% höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres (234.928).  
In Europa lag der September-Absatz der BMW Group mit insgesamt 93.073 ausgelieferten Fahrzeugen leicht über dem Niveau des Vorjahres (Vj.: 92.450/ +0,7%). In den ersten neun Monaten blieben die Vertriebszahlen der BMW Group mit 641.195 verkauften Einheiten stabil (Vj.: 639.828/ +0,2%).  
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende 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 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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.  
BMW Group  
Petuelring 130  
80788 München  
Deutschland  
Telefon: +49 (089) 382 - 0  
Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com  
URL: <http://www.bmwgroup.de>  
 [http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n\\_pintr\\_="](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pintr_=)

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de  
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de

bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

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.