

Trotz Corona: BMW Group steigert Absatz elektrifizierter Fahrzeuge im ersten Halbjahr

- Gesamt-Absatz geprägt durch Auswirkungen weltweiter Pandemie
- Ende Q2 in einzelnen Märkten erste Zeichen einer Erholung
- Per Juni 962.575 Fahrzeugauslieferungen (-23,0%)
- BMW Group Absatz im Juni 218.876 Automobile (-9,0%)
- Pieter Nota: „China-Absatz im zweiten Quartal über Vorjahr“

München. Das Absatzergebnis der BMW Group war in den ersten sechs Monaten dieses Jahres wie erwartet beeinträchtigt durch die Auswirkungen der temporären Schließung der weltweiten Handelsbetriebe. Das Unternehmen hat im ersten Halbjahr dieses Jahres weltweit 962.575 (-23,0%) Fahrzeuge der Premium-Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ausgeliefert.

„Wir verfolgen die weltweite Nachfrageentwicklung sehr genau und planen weiterhin in Szenarien, um dynamisch auf die unterschiedliche Geschwindigkeit reagieren zu können, mit der sich die Regionen rund um den Globus von der Corona Pandemie erholen“, sagte **Pieter Nota**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb. „Eine erfreuliche Entwicklung sehen wir in China, wo unser Absatz im zweiten Quartal bereits wieder über dem des Vorjahres lag“, betonte Nota. „Positiv hat sich im ersten Halbjahr entgegen dem Markttrend auch die Nachfrage nach unseren elektrifizierten Fahrzeugen entwickelt. Unser breites Angebot an Plug-in-Hybrid Modellen sowie der neue vollelektrische MINI erfreuen sich großer Nachfrage bei unseren Kunden“, ergänzte er.

Fahrzeugauslieferungen im ersten Halbjahr nach Marken

Insgesamt wurden in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres 842.153 (-21,7%)

BMW Automobile ausgeliefert. Die Marke **MINI** hat im gleichen Zeitraum 118.862 (-31,1%) Einheiten abgesetzt.

Im ersten Halbjahr wurden weltweit 61.652 (+3,4 %) **elektrifizierte Fahrzeuge** der Marken BMW und MINI in Kundenhand übergeben.

Rolls-Royce Motor Cars erzielte in den ersten sechs Monaten 2020 einen Absatz von 1.560 (-37,6%) Fahrzeugen.

Insgesamt wurden von Januar bis Juni zudem 76.707 (-17,7%) **Motorräder** verkauft.

Strategische Weichenstellung für künftige Modellpalette zahlt sich aus

Die BMW Group hat frühzeitig mit einer konsequenten Elektrifizierung ihres Fahrzeugsortiments begonnen. Schon heute bietet die BMW Group in allen relevanten Fahrzeugklassen Plug-in-Hybrid Modelle an und nimmt damit nicht nur in Deutschland, sondern auch weltweit eine führende Rolle ein. Vor diesem Hintergrund begrüßt das Unternehmen das Konjunkturpaket in Deutschland und erwartet gerade auch im Bereich der Förderung von elektrifizierten Fahrzeugen, von diesem Stimulus profitieren zu können. In wenigen Monaten beginnt die Produktion des vollelektrischen BMW iX3. Im nächsten Jahr wird die Elektrifizierung der Modellpalette mit dem vollelektrischen BMW i4 und dem BMW iNEXT fortgesetzt. Bis 2023 plant die BMW Group, insgesamt 25 elektrifizierte Modelle auf der Straße zu haben, mehr als die Hälfte davon vollelektrisch.

Die BMW Group hat zudem ihr Modellprogramm weiter verjüngt und mit dem neuen BMW 4er Coupé Ende Mai die neue Generation des sportlichen Zweitürers im Premium-Segment der Mittelklasse vorgestellt. Seit Juni ist außerdem die neue BMW 5er Reihe auf dem Markt und untermauert mit zahlreichen Design- und Technologie-Innovationen ihre führende Position im Premiumsegment der oberen Mittelklasse. THE 5 bietet im BMW Portfolio mit fünf Modellvarianten die größte Auswahl an Plug-in-Hybriden.

Auch das junge, elektrifizierte Produktangebot der Marke MINI wirkt sich positiv auf die Verkaufszahlen aus. Im ersten Halbjahr dieses Jahres wurden von dem Plug-in-Hybrid Modell MINI Cooper SE Countryman ALL4* und dem vollelektrischen MINI Cooper SE* zusammen 8.587 Einheiten (+4,1%) verkauft.

Absatzsituation von BMW und MINI in den wichtigsten Weltregionen

Deutschland

Der Heimatmarkt der BMW Group verzeichnet einen positiven Trend im Auftragseingang vor allem bei den elektrifizierten Fahrzeugen, sowohl bei BMW und insbesondere bei MINI. Im Berichtszeitraum wurden 116.255 Fahrzeuge (-29,1%) der Marken BMW und MINI abgesetzt, davon entfallen 10,8% auf elektrifizierte Automobile.

Europa

In der Region Europa wurden insgesamt von Januar bis Juni dieses Jahres 372.428 (-32,3%) Automobile der Marken BMW und MINI ausgeliefert. Mit 40.734 verkauften BEV und PHEV liegt der Anteil an elektrifizierten Fahrzeugen bei 10,9%. Bis auf wenige Ausnahmen sind seit Ende des ersten Halbjahres in der Region alle Handelsbetriebe wieder geöffnet.

Nordamerika

Die Situation in den USA ist nach wie vor uneinheitlich und variiert von Bundesstaat zu Bundesstaat. Seit Mitte Juni sind zum ersten Mal seit Anfang März wieder alle Handelsbetriebe geöffnet. Insgesamt wurden im ersten Halbjahr dieses Jahres 133.844 Fahrzeuge (-30,6%) in Kundenhand gegeben, davon 121.657 (-29,6%) Fahrzeuge der Marke BMW.

China

In China liegt der Absatz in den ersten sechs Monaten des Jahres insgesamt bei 329.069 Fahrzeugen (-6,0%). Der Absatz im zweiten Quartal lag mit plus 17,1% bereits wieder über dem Vorjahresniveau. Damit setzt sich der positive Trend fort, der seit März auf eine Erholung des Marktes hindeutet.

BMW Group Absatz im 2. Quartal und per Juni 2020 auf einen Blick

	2. Quartal 2020	Vergleich zum Vorjahr %	1. Halbjahr 2020	Vergleich zum Vorjahr %
BMW Group Automobile ¹	485.701	-25,3%	962.575	-23,0%
BMW ¹	430.397	-23,2%	842.153	-21,7%
MINI ¹	54.597	-38,2%	118.862	-31,1%
BMW Group elektrifiziert* ¹	31.095	-4,9%	61.652	+3,4%
Rolls-Royce ¹	707	-46,8%	1.560	-37,6%
BMW Motorrad	41.933	-23,2%	76.707	-17,7%

*BEV und PHEV

BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten

	2. Quartal 2020	Vergleich zum Vorjahr %	1. Halbjahr 2020	Vergleich zum Vorjahr %
Europa ¹	151.869	-45,6%	372.428	-32,3%
- Deutschland* ¹	48.264	-46,0%	116.255	-29,1%
Asien ¹	253.533	+7,5%	416.153	-8,1%
- China ¹	212.617	+17,1%	329.069	-6,0%
Amerika ¹	70.311	-41,1%	152.102	-30,5%
- USA ¹	56.245	-39,5%	120.937	-29,4%

*Vorläufige Zulassungszahlen

¹ Im Zusammenhang mit einer Überprüfung ihrer Verkäufe und der damit verbundenen Veröffentlichungspraktiken hat die BMW Group ihre Vertriebszahlen für Auslieferungen überprüft und festgestellt, dass bestimmte Auslieferungen nicht für die richtigen Zeiträume gemeldet wurden. Weitere Informationen hierzu finden sich in der Presse-Information vom 12. März 2020 zur Ankündigung der Finanzergebnisse der BMW Group für 2019 sowie im BMW Group Geschäftsbericht 2019. Als Aktualisierung der dortigen Informationen hat die BMW Group die Daten für Auslieferungen in ihren sechzehn bedeutendsten Märkten rückblickend bis zum Jahr 2015 überarbeitet.

*Verbrauchs-/Emissionsangaben:

MINI Cooper SE Countryman ALL4: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 2,0-1,7 l/100 km, Stromverbrauch kombiniert: 14,0-13,1 kWh/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert: 45-40 g/km

MINI Cooper SE: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km, Stromverbrauch kombiniert: 16,8-14,8 kWh/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 07. Juli 2020

Thema Trotz Corona: BMW Group steigert Absatz elektrifizierter Fahrzeuge im ersten Halbjahr

Seite 5

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

UnternehmenskommunikationChristina Hepe, Unternehmenskommunikation
christina.hepe@bmw.de, Telefon: +49-89-382-38770Eckhard Wannieck, Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation
eckhard.wannieck@bmw.de, Telefon: +49 89 382-24544Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@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-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>