

**BMW Group beschleunigt Wachstumstempo bei vollelektrischen Fahrzeugen und hat BEV Absatz in Q1 mehr als verdoppelt**

- BMW Group setzt in Q1 insgesamt 596.907 Einheiten ab
- US-Markt mit +3,7% und 80.590 BMW und MINI Auslieferungen
- BEV-Absatz in Q1 steigt um 149 Prozent
- Pieter Nota: „Unser Fokus liegt auf dem Hochlauf der Elektromobilität. Wir sind voll auf Kurs, um 2022 unsere ambitionierten Wachstumsziele für vollelektrische Fahrzeuge zu erfüllen“
- Konzern stellt Weichen für künftiges Vertriebsmodell in Europa

**München.** Die BMW Group hat den weltweiten Absatz an vollelektrischen BMW und MINI Fahrzeugen im ersten Quartal im Vorjahresvergleich mehr als verdoppelt (+149,2%). Insgesamt konnte der Konzern in den ersten drei Monaten des Jahres 596.907 Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce absetzen. Über ihr breites Portfolio an Antriebsarten, mit Produkten auf dem neuesten Stand der Technik und damit einer positiven Klimawirkung, konnte die BMW Group den weltweit unterschiedlichen Mobilitätsbedürfnissen ihrer Kunden Rechnung tragen. Im Vergleich zum Vorjahr, dem stärksten ersten Quartal der Unternehmensgeschichte, war der Absatz moderat rückläufig (-6,2%). Nach einem starken Jahresauftakt überlagerten im weiteren Fortgang des Quartals insbesondere die Auswirkungen der geopolitischen Lage in Osteuropa und die kurzfristig eingetretenen Auswirkungen der Covid Lockdowns in China in einem insgesamt hoch volatilen Umfeld den Geschäftsverlauf. Es ist dem Unternehmen jedoch gelungen, dies insgesamt gut abzufedern.

„Unser Fokus liegt klar auf dem Hochlauf der Elektromobilität. Es ist uns im ersten Quartal gelungen, hier unser hohes Wachstumstempo aus 2021 nochmals zu beschleunigen. Damit sind wir voll auf Kurs, um auch 2022 unsere ambitionierten Wachstumsziele für vollelektrische Fahrzeuge zu erfüllen“, sagte **Pieter Nota**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb. „Die Nachfrage nach unseren emotionalen, innovativen Produkten mit einem breiten

Antriebsmix, der alle Kundenbedürfnisse abdeckt, ist weltweit hoch. Mit diesem starken Produktportfolio und dank unserer hohen Flexibilität und operativen Exzellenz gehen wir trotz eines herausfordernden globalen Umfelds davon aus, für das Gesamtjahr 2022 einen Absatz auf Vorjahresniveau zu erzielen", so **Nota** weiter.

### **Konzern stellt Weichen für künftiges Vertriebsmodell in Europa**

Bereits mit der Einführung des BMW iX und BMW i4 hat die BMW Group die Digitalisierung an der Kundenschnittstelle deutlich ausgebaut und damit die Voraussetzungen geschaffen, diese beiden Technologieträger wirkungsvoll und individualisiert zu vermarkten. Das resultiert in einem erfreulich hohen Auftrags-eingang für beide Fahrzeuge.

Mit seiner neuen Vertriebs- und Marketingstrategie stellt das Unternehmen das Kundenerlebnis als Kern der Kaufentscheidung in den Mittelpunkt seiner Vertriebs-aktivitäten. In einem nächsten Schritt plant der Konzern daher, den sich ändernden Kundenerwartungen, der voranschreitenden Digitalisierung und dem Ausbau des Online-Verkaufs von Fahrzeugen gezielt Rechnung zu tragen. „Für die Region Europa sehen wir die Zukunft in einem neuen, paneuropäischen Agenturmodell. Im Fokus stehen dabei für uns die direkte Kundenansprache mit einer engen Kundenbindung sowie ein nahtloses, durchgängiges digitales und physisches Premium-Kunden-erlebnis“, erläuterte **Pieter Nota**. Gemeinsam mit ihren Handelspartnern in Europa wird die BMW Group nun die Details dieses neuen Modells erarbeiten. „Unser künftiges Vertriebsmodell in Europa wollen wir für alle Beteiligten gewinnbringend gestalten: für uns, unsere Partner im Handel und vor allem auch für unsere Kunden“, so **Nota** weiter.

**Marke BMW setzt weltweit über eine halbe Million Fahrzeuge ab**

Mit einem jungen und innovativen Produktangebot konnte die Marke BMW auch im ersten Quartal dieses Jahres überzeugen. Das hohe Kundeninteresse spiegelt sich in über einer halben Million abgesetzter Fahrzeuge (519.796 Einheiten) rund um den Globus wider. Die BMW 4er Reihe mit ihrer markentypischen Fahrfreude und sportlichen Eleganz beeindruckte dabei besonders: der Absatz in den ersten drei Monaten fiel mit 27.704 Einheiten im Vergleich zum Vorjahr knapp doppelt so hoch aus.

**BMW Group legt Fokus auf den Hochlauf der Elektromobilität**

Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen ist es der BMW Group im ersten Quartal gelungen, den Absatz vollelektrischer Fahrzeuge im Vorjahresvergleich nochmals mehr als zu verdoppeln. Insgesamt wurden 35.289 vollelektrische BMW und MINI in Kundenhand übergeben (+149,2%). Besonders der BMW iX und BMW i4, die beide in Kürze auch weltweit im Markt erhältlich sind, tragen erheblich zum Hochlauf der Elektromobilität bei. Das Unternehmen plant in diesem Jahr, den Absatz vollelektrischer Fahrzeuge gegenüber dem Vorjahr nochmals mehr als zu verdoppeln.

Die BMW Group setzt sich bereits für dieses Jahr auch bei ihrem BEV Angebot höhere Ziele: Bereits 2022 wird das Unternehmen – inklusive Vorserienfahrzeugen – 15 vollelektrische Modelle in der Produktion haben, die rund 90 Prozent seiner heutigen Segmente abdecken. Sie schließen neben bestehenden Modellen wie dem BMW i4, dem BMW iX und dem MINI Cooper SE\* auch die vier volumenstärksten BMW Baureihen ein: die BMW 3er und BMW 5er Reihe, den BMW X1\* und den BMW X3. Und eine besondere Rolle kommt 2022 dem neuen BMW 7er mit dem BMW i7\* zu.

Mit diesem schnell wachsenden Angebot und der hohen Nachfrage nach den neuen Elektromodellen BMW iX und BMW i4 geht die BMW Group davon aus, den Absatz

ihrer vollelektrischen Fahrzeuge deutlich zu steigern: Bereits Ende 2025 will das Unternehmen mehr als zwei Millionen vollelektrische Fahrzeuge auf die Straße gebracht haben.

Ab Mitte des Jahrzehnts wird die kompromisslos auf vollelektrische Antriebe ausgerichtete Neue Klasse einen signifikanten Beitrag zum Absatzvolumen der BMW Group leisten.

Die Marke MINI wird ab Anfang der 2030er Jahre bereits über ein ausschließlich vollelektrisches Angebot verfügen. Rolls-Royce wird ab 2030 ebenfalls zur rein elektrischen Marke. Außerdem werden alle zukünftigen neuen Modelle von BMW Motorrad im Bereich der urbanen Mobilität vollelektrisch sein, wie beispielsweise der BMW CE 04, der neue elektrische Champion für die Stadt.

### **Kundennachfrage nach emotionalen BMW M Produkten weiter hoch**

Mit 39.055 abgesetzten Einheiten liegt die BMW M GmbH im ersten Quartal 2022 trotz der Versorgungsknappheit leicht über dem Vorjahreswert des Vergleichszeitraums (+3,1%). Die Nachfrage bleibt dabei weiterhin hoch. Insbesondere die im vergangenen Jahr neu auf den Markt gebrachten High Performance Modelle M3 und M4 erfreuen sich weiterhin großer Beliebtheit. Neben der erfolgreichen weltweiten Markteinführung des in Mexiko produzierten M240i Coupés\* erreicht die BMW M GmbH im März mit dem Launch ihres ersten vollelektrischen und hoch emotionalen BMW M Performance Derivats, des i4 M50 Gran Coupé\*, einen weiteren wichtigen Meilenstein in ihrer nunmehr 50-jährigen Geschichte. Das Jahr 2022 ist ein besonderes für die Marke M, die am 24. Mai ihr 50-jähriges Bestehen feiert.

**Die Marke MINI ist mit leichtem Plus ins erste Quartal gestartet**

Die Marke MINI hat im ersten Quartal 75.487 Fahrzeuge in Kundenhand übergeben und liegt damit leicht (+1,1%) über dem vergleichsweise starken Vorjahreswert. In den ersten drei Monaten dieses Jahres wurden weltweit 8.925 vollelektrische Cooper SE\* in Kundenhand übergeben. Die Marke MINI richtet sich bereits ganz auf den Weg in eine vollelektrische Zukunft aus. Derzeit absolviert der neue MINI 3-Türer der nächsten Modellgeneration seine Wintererprobung. Die neue MINI Familie verspricht dabei maximales Kundenerlebnis durch elektrifiziertes Go-Kart-Feeling in Verbindung mit digitalisierten Kontaktpunkten – und einem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit mit einem minimalen ökologischen Fußabdruck.

**Rolls-Royce Motor Cars verzeichnet knapp achtzehn Prozent Absatzzuwachs**

Rolls-Royce Motor Cars hat mit 1.624 ausgelieferten Fahrzeugen in den ersten drei Monaten (+17,7%) das beste Absatzergebnis der Marke in einem ersten Quartal in seiner 117-jährigen Geschichte erzielt. Die Nachfrage nach allen Modellen war groß, die Kundenbestellungen reichen nun bereits bis Anfang 2023. Das Unternehmen hat vor kurzem sein erstes vollelektrisches Auto, den Rolls-Royce Spectre angekündigt, das im vierten Quartal 2023 auf den Markt kommen wird. Bis 2030, so Rolls-Royce Motor Cars, werden alle Produkte vollständig elektrisch sein.

**BMW Motorrad: Starkes Ergebnis im ersten Quartal bestätigt erfolgreiche Wachstumsstrategie**

Mit 47.403 Einheiten konnte BMW Motorrad seinen Absatz im ersten Quartal um 11,3 Prozent steigern und damit das beste Absatzergebnis in einem ersten Quartal erzielen. Dieses Ergebnis belegt die erfolgreiche Wachstumsstrategie von BMW Motorrad. Sowohl das mit seiner Modellvielfalt überzeugende Produktangebot als

auch die Markteinführung verschiedener neuer Produkte zählen erneut zu den Garanten des Erfolges von BMW Motorrad.

### **BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten**

In enger Kooperation mit ihren chinesischen Partnern konnte die BMW Group in **China** trotz eines herausfordernden Umfelds im ersten Quartal insgesamt 208.507 Fahrzeuge (-9,2%) absetzen. Erfreulich hat sich mit einer Steigerung von 207,9 Prozent der Verkauf von vollelektrischen Fahrzeugen entwickelt. Dazu hat neben dem BMW iX und i4 auch der iX3\* beigetragen.

In den **USA** stiegen die Auslieferungen der Marken BMW und MINI um 3,7 Prozent auf insgesamt 80.590 Einheiten. Damit konnte das Unternehmen in den USA die Umsatzdynamik des vergangenen Jahres mitnehmen.

In **Europa** lag der kumulierte Absatz von BMW und MINI bei 220.076 Einheiten (-7,8%). Mit 8.410 zugelassenen vollelektrischen Fahrzeugen per März 2022 trägt der **deutsche Markt** überproportional zu der Umsetzung der Elektro-Offensive der BMW Group bei. In Summe wurden auf dem Heimatmarkt der BMW Group im ersten Quartal 61.552 Fahrzeuge zugelassen.

**BMW Group Absatz in Q1 2022 auf einen Blick**

	1. Quartal 2022	Vergleich zum Vorjahr %
<b>BMW Group Automobile</b>	596.907	-6,2
<b>BMW</b>	519.796	-7,3
- BMW M GmbH	39.055	+3,1
<b>MINI</b>	75.487	+1,1
<b>BMW Group vollelektrisch</b>	35.289	+149,2
<b>Rolls-Royce</b>	1.624	+17,7
<b>BMW Motorrad</b>	47.403	+11,3

**BMW & MINI Absatz in den Regionen/Märkten**

	1. Quartal 2022	Vergleich zum Vorjahr %
<b>Europa</b>	220.076	-7,8
- Deutschland*	61.552	-9,4
<b>Asien</b>	264.235	-7,9
- China	208.507	-9,2
<b>Amerika</b>	98.718	+2,9
- USA	80.590	+3,7

\*Vorläufige Zulassungszahlen

Die in dieser Meldung berichteten Auslieferungszahlen stellen vorläufige Werte dar und können sich bis zur Vorlage der Quartalsmitteilung zum 31. März 2022 noch ändern. Erläuterungen zur Aufbereitung der Auslieferungszahlen finden sich im BMW Group Bericht 2021 auf S. 97.

**\*Verbrauchs- und Emissionsangaben:****MINI Cooper SE:** Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 16,9-14,9 NEFZ, 17,6-15,2 WLTP.**BMW iX1:** Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 18,4-17,3 WLTP (Prognosewert auf Basis des bisherigen Entwicklungsstands des Fahrzeugs).**BMW i7:** Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 19,7-18,9 WLTP (Prognosewert auf Basis des bisherigen Entwicklungsstands des Fahrzeugs).**BMW M240i xDrive Coupé:** Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert: 8,8-8,1 WLTP, CO<sub>2</sub>-Emissionen in g/km kombiniert: 200-185 WLTP.**BMW i4 M50:** Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 22,5-18,0 WLTP.**BMW iX3:** Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 18,9-18,5 WLTP.

**Unternehmenskommunikation**

Presse-Information

Datum 7. April 2022

Thema **BMW Group beschleunigt Wachstumstempo bei vollelektrischen Fahrzeugen und hat BEV Absatz im ersten Quartal mehr als verdoppelt**

Seite 8

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Christina Burnham-Hepe, Kommunikation Vertrieb

Telefon: +49 89 382-38770

E-Mail: [christina.hepe@bmwgroup.com](mailto:christina.hepe@bmwgroup.com)

Eckhard Wannieck, Leiter Kommunikation Konzern, Finanzen, Vertrieb

Telefon: +49 89 382-24544

E-Mail: [eckhard.wannieck@bmwgroup.com](mailto:eckhard.wannieck@bmwgroup.com)Internet: [www.press.bmwgroup.com/deutschland](http://www.press.bmwgroup.com/deutschland)E-Mail: [presse@bmwgroup.com](mailto: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 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2021 belief sich auf 16,1 Mrd. €, der Umsatz auf 111,2 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte das Unternehmen weltweit 118.909 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)Facebook: <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/bmw-group/>