
BMW-Absatz wuchs im Januar weltweit um 3,8 Prozent

Auch die BMW Group startet nach sieben Rekordjahren beim Absatz mit einer weiteren Bestleistung ins Jahr 2018. Insgesamt 169 538 Kunden übernahmen ein BMW, Mini oder Rolls-Royce – ein Zuwachs um 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat. Auch ihren Erfolg bei den elektrifizierten Fahrzeugen will BMW weiter ausbauen. Das Ziel für 2018 sind 140 000 Elektroautos nach 100 000 im Jahr 2017.

Das Unternehmen will außerdem seine Position im Plug-in-Hybrid-Premiumsegment behaupten. Im Vergleich zum Januar 2017 legte der Absatz von BMW i, BMW iPerformance und Mini Electric-Fahrzeugen um 36,7 Prozent zu. Weltweit wurden im Januar 7155 elektrifizierte Premiumfahrzeuge ausgeliefert.

Der weltweite Absatz der Marke BMW stieg im ersten Monat des Jahres um 3,4 Prozent auf insgesamt 148 400 Auslieferungen an Kunden. Die neue BMW 5er Limousine war mit einem weltweiten Absatzplus von 39,6 Prozent (25 268) erneut ein starker Wachstumstreiber. Die BMW 1er Limousine in China beförderte das weltweite Absatzwachstum dieser Baureihe um 26,4 Prozent, während der BMW X1 (22 185 / +10,6 Prozent) und der BMW X6 (3128 / +5,8 Prozent) die größten Wachstumstreiber innerhalb der BMW X-Familie waren.

Die Marke Mini erreichte mit 20 929 Fahrzeugauslieferungen im Januar eine weltweite Absatzsteigerung von 7,0 Prozent. Stärkster Treiber war der Mini Countryman, der seinen Absatz im Vergleich zum Januar letzten Jahres verdoppelte. Insgesamt 6022 Kunden nahmen dieses Modell im abgelaufenen Monat in Empfang, wobei sich einer von sieben Käufern für die Plug-in-Version des Fahrzeugs entschied.

Nach einem Rekordjahr 2017 gelang BMW Motorrad ebenfalls ein erfolgreicher Start ins neue Jahr. Insgesamt 8455 Kunden übernahmen im Januar ein neues Motorrad oder einen Maxi-Scooter. Das waren 12,7 Prozent mehr als im Vorjahresmonat. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



BMW X3.

Foto: Auto-Medienportal.Net/BMW