
BMW-Konzern steigert Autoabsatz um 17,9 Prozent

Die BMW Group hat in den ersten neuen Monaten 1.932.236 Autos der Marken BMW, Mini und Rolls-Royce ausgeliefert und damit im Vergleich zum Vorjahr eine Absatzsteigerung von 17,9 Prozent erzielt. Die Zahl der rein elektrischen Fahrzeuge belief sich auf 59.688, was einem Plus von 121,4 Prozent entspricht.

In Europa und Asien gingen die Verkaufszahlen im dritten Quartal deutlich zurück. In beiden Regionen blieb es im bisherigen Jahresverlauf aber bei einem Wachstum von 11,8 bzw. 18,2 Prozent. In Deutschland stiegen die Neuzulassungen mit 204.842 seit Januar um 1,4 Prozent.

Die Kernmarke BMW setzte in den ersten drei Quartalen dieses Jahres weltweit 1.703.080 Autos ab, das sind 19,3 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Mini steigerte die Verkäufe um knapp acht Prozent auf 224.838 Einheiten, während die Luxusmarke Rolls-Royce um 62,9 Prozent auf 4318 Auslieferungen zulegen konnte.

Auch das Zweiradgeschäft läuft: Von Januar bis September wurden 156.609 BMW-Motorräder und Roller verkauft. Das sind 20,8 Prozent mehr als in den ersten neun Monaten 2020 und so viele wie noch nie. (aum)

Bilder zum Artikel

BMW Group

Foto:

