

BMW Group hält Kurs

BMW Group hält Kurs
 EBIT steigt im ersten Halbjahr erstmals auf über 5 Mrd. Solider Zuwachs bei Auslieferungen trotz volatiler Märkte
 Umsatz steigt im zweiten Quartal deutlich auf 23,9 Mrd. EBT nahezu auf Rekordwert des Vorjahres
 BMW Group bestätigt Ziele für 2015
 Die BMW Group hat ihren Erfolgskurs im zweiten Quartal 2015 fortgesetzt. Zwischen April und Juni stiegen der Konzernumsatz und die Auslieferungen auf neue Höchstwerte für diesen Zeitraum, das Segment Motorräder konnte seinen Gewinn vor Steuern auf einen Rekordwert steigern. In der ersten Jahreshälfte stieg das Konzernergebnis vor Finanzergebnis (EBIT) zum ersten Mal auf mehr als 5 Milliarden Euro. Um diesen Kurs des profitablen Wachstums beizubehalten, setzt die BMW Group unverändert auf eine weltweit ausgewogene Absatzverteilung in den großen Vertriebsregionen Europa, Asien und Amerika, die eine Abhängigkeit von einzelnen Märkten verhindert. Demgegenüber steht eine zunehmende Wettbewerbsintensität auf dem sich normalisierenden chinesischen Markt.
 Im zweiten Quartal des Geschäftsjahres stieg der Konzernumsatz um 20,2% auf 23.935 (Vj.: 19.905) Mio. Begünstigt durch Umrechnungseffekte aus Wechselkursen fiel dieser Zuwachs stärker aus als der Anstieg der Auslieferungen der BMW Group. Höhere Personalkosten und Aufwendungen für Produktanläufe sowie ein veränderter Modellmix mit einem höheren Anteil kompakter Autos waren indes Ursachen dafür, dass das Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT) leicht unter dem hohen Niveau des Vorjahres lag. Das EBIT betrug 2.525 Mio. (Vj.: 2.603 Mio. / -3,0%), das Konzernergebnis vor Steuern (EBT) lag mit 2.582 Mio. knapp unter dem Vorjahreswert von 2.654 Mio. (-2,7%). Im zweiten Quartal des Vorjahres hatte die BMW Group ihr höchstes Quartalsergebnis vor Steuern überhaupt erzielt. Der Konzernüberschuss lag mit 1.749 Mio. nahezu auf dem Vorjahresniveau (Vj.: 1.767 Mio. / -1,0%).
 Die weltweiten Auslieferungen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce stiegen zwischen April und Juni um 7,5% auf 573.079 Fahrzeuge (Vj.: 533.187) und erreichten damit eine neue Bestmarke für das zweite Quartal. EBIT steigt im ersten Halbjahr erstmals auf mehr als 5 Milliarden Euro
 Mit Blick auf die ersten sechs Monate erhöhte sich der Konzernumsatz um 17,6% auf 44.852 (Vj.: 38.140) Mio. Dabei verstärkten Umrechnungseffekte aus Währungen im Gegensatz zum Vorjahr den Anstieg. Insgesamt stieg das Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT) im ersten Halbjahr um 7,5% auf 5.046 (Vj.: 4.693) Mio. und lag damit erstmals in diesem Zeitraum bei über 5 Milliarden Euro. Trotz eines geringeren Beteiligungsergebnisses, das unter anderem auf die Normalisierung des chinesischen Markts zurückzuführen ist, erreichte das Konzernergebnis vor Steuern (EBT) mit 4.851 Mio. das Rekordniveau aus dem Vorjahr (Vj.: 4.813 Mio. / +0,8%). Die Kennzahl wurde dabei durch die Marktbewertung von Finanzderivaten gedämpft. Der Konzernüberschuss lag zwischen Januar und Juni bei 3.265 Mio. und damit ebenfalls leicht über dem Rekordwert aus dem Vorjahr (3.225 Mio. / +1,2%). Der Absatz der BMW Group stieg im ersten Halbjahr um 7,8% auf 1.099.748 Fahrzeuge (Vj.: 1.020.211).
 "Wir halten unseren Kurs und haben im ersten Halbjahr Bestwerte bei Absatz, Umsatz und Gewinn erzielt", sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Harald Krüger, am Dienstag in München. "Wir setzen weiterhin auf eine weltweit ausgewogene Verteilung unseres Absatzes und stellen sicher, dass wir flexibel auf die Entwicklung einzelner Märkte reagieren können."
 Finanzvorstand Friedrich Eichner erklärte zur Situation in China: "Wir haben schon lange auf eine bevorstehende Normalisierung des chinesischen Fahrzeugmarktes hingewiesen. Aber mittel- und langfristig bleiben wir von dem Wachstumspotenzial des chinesischen Marktes überzeugt. Dafür sprechen die vergleichsweise niedrige Motorisierungsrate, die gut ausgebaute Infrastruktur sowie die hohe Markenaffinität der dort weiterhin wachsenden Mittelschicht."
 Segment Automobile: EBIT-Marge im Zielkorridor
 Im zweiten Quartal des Geschäftsjahres stieg der Umsatz im Segment Automobile um 17,0% auf 21.650 (Vj.: 18.504) Mio. Das EBIT lag angesichts der Herausforderungen in einzelnen Märkten und der damit verbundenen Wettbewerbsintensität bei 1.819 Mio. (Vj.: 2.161 Mio. / -15,8%). Auch der veränderte Modellmix mit einem höheren Anteil kompakter Autos beeinflusste das Ergebnis im Jahresvergleich. Das Segmentergebnis vor Steuern betrug 1.844 Mio. (Vj.: 2.250 Mio. / -18,0%). Die EBIT-Marge lag bei 8,4% (Vj.: 11,7%) und damit im angestrebten Zielkorridor von 8% bis 10%. Die Umsatzrendite vor Steuern betrug 8,5% (Vj.: 12,2%).
 Im ersten Halbjahr stieg der Umsatz im Segment Automobile angesichts der positiven Absatzentwicklung sowie der Währungsumrechnungseffekte um 15,6% auf 40.543 (Vj.: 35.063) Mio. Das EBIT lag mit 3.613 Mio. (Vj.: 3.741 Mio. / -3,4%) leicht unter dem Vorjahreswert. Die EBIT-Marge im Segment betrug 8,9% (Vj.: 10,7%) und lag damit im angestrebten Zielkorridor von 8% bis 10%. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 3.478 Mio. (Vj.: 3.893 Mio. / -10,7%). Die Umsatzrendite vor Steuern lag bei 8,6% (Vj.: 11,1%).
 Die Marke BMW konnte im zweiten Quartal bei den Auslieferungen mit 480.465 (Vj.: 458.088 / +4,9%) Automobilen einen Höchstwert verzeichnen. Im ersten Halbjahr wurden weltweit 932.041 (Vj.: 886.347) Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, was einem Anstieg um 5,2% entspricht. Für Rückenwind sorgten unter anderem die Modelle BMW X5 und X6 sowie die 2er und 4er Baureihen.
 Von der BMW 2er Reihe wurden im ersten Halbjahr dank des neuen Active Tourer sowie des 2er Cabrio insgesamt 64.285 (Vj.: 11.067) Einheiten ausgeliefert. Die BMW 3er Reihe kam auf 219.369 Einheiten (Vj.: 236.289 / -7,2%). Da die Varianten Cabrio und Coupé inzwischen in der BMW 4er Modellreihe enthalten sind, konnte das hohe Niveau des Vorjahres nicht ganz erreicht werden. Dafür trugen diese Modelle entsprechend dazu bei, dass die BMW 4er Reihe ihren Absatz mit weltweit 79.351 Fahrzeugen (Vj.: 47.031 / +68,7%) deutlich steigerte.
 Sehr begehrt bleiben weiterhin die BMW X Fahrzeuge. Der BMW X5 legte in den ersten sechs Monaten bei den Auslieferungen um 25,9% auf 85.983 (Vj.: 68.283) Autos zu. Ähnlich stark wuchsen die Verkaufszahlen des BMW X6 mit einem Plus von 22,7% auf 22.125 (Vj.: 18.033) Wagen. Der neue BMW X4 fand 28.146 Kunden. Auf Erfolgskurs sind weiterhin auch die BMW i Fahrzeuge, deren Absatz sich mehr als verdoppelte auf 12.562 (Vj.: 5.405) Stück.
 MINI konnte im zweiten Quartal bei den Auslieferungen um 23,8% auf 91.626 (Vj.: 74.028) Einheiten zulegen. Auch im ersten Halbjahr stieg der Absatz zweistellig um 25,8% auf 165.938 (Vj.: 131.896) Autos und damit auf einen Bestwert. Dabei legte vor allem der MINI 3- und 5-Türer mit 107.542 (Vj.: 47.056) Fahrzeugen auf mehr als das Doppelte zu. Weiteren Schub dürfte der neue MINI Clubman bringen, der Ende Oktober zu den Händlern kommt.
 Rolls-Royce Motor Cars gab das zweitbeste Halbjahres-Absatzvolumen der Unternehmensgeschichte bekannt: 1.769 Einheiten wurden im ersten Halbjahr 2015 an Kunden ausgeliefert (-10,1%). Im zweiten Quartal lagen die weltweiten Auslieferungen bei 988 (Vj.: 1.071 / -7,8%) Wagen.
 Im Rahmen ihrer Strategie einer ausgewogenen weltweiten Absatzverteilung verzeichnete die BMW Group zwischen Januar und Juni in allen großen Vertriebsregionen Zuwächse bei den Auslieferungen.
 Sehr erfolgreich verlief das erste Halbjahr 2015 in Europa, wo 488.490 Fahrzeuge verkauft wurden - ein Zuwachs von 9,5% (Vj.: 446.188 Einheiten). In Deutschland stiegen die Auslieferungen im ersten Halbjahr um 2,6% auf 137.830 (Vj.: 134.308) Fahrzeuge. Großbritannien, der viertgrößte Markt der BMW Group, erzielte per Juni ein Wachstum von 15,2% auf 110.822 (Vj.: 96.180) Autos, während der Absatz in Frankreich um 22,6% auf 38.670 (Vj.: 31.551) Wagen zulegen. Die Verkäufe in Italien stiegen um 8,5% auf 35.980 (Vj.: 33.157) Einheiten.
 In Asien stieg der Absatz von BMW und MINI Modellen in den ersten sechs Monaten um 4,4% auf 337.107 (Vj.: 322.943) Fahrzeuge. Auf dem chinesischen Festland lag der Absatz per Juni um 2,3% höher als im Vorjahreszeitraum. Bislang wurden dort 230.788 (Vj.: 225.490) Wagen ausgeliefert. Zweistellige Wachstumsraten verzeichnete Japan, wo der Absatz per Juni um 10,6% auf 33.960 (Vj.: 30.692) Einheiten kletterte.
 Ein gutes erstes Halbjahr verzeichnete auch die Region Amerika mit 242.379 (Vj.: 221.280) verkauften Fahrzeugen der BMW Group. Das war ein Zuwachs von 9,5% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. In den USA stiegen die Verkaufszahlen um 9,6% auf 199.418 (Vj.: 182.008) Wagen.
 Segment Motorräder erzielt Bestmarken
 Ein Rekordquartal fuhr das Segment Motorräder ein. Der Segmentumsatz stieg zwischen April und Juni aufgrund der positiven Absatzentwicklung und eines hochwertigen Modellmixes um 17,8% auf 622 (Vj.: 528) Mio. Das EBIT erhöhte sich auf 112 Mio. (Vj.: 55 Mio. / +103,6%) - ebenso legte das Ergebnis vor Steuern auf 112 Mio. (Vj.: 54 Mio. / +107,4%) zu. Die Auslieferungen stiegen um 11,3% auf 47.048 (Vj.: 42.259) Einheiten. Die Ergebniswerte sowie die Auslieferungen markieren jeweils neue Bestmarken in einem zweiten Quartal. Zu der positiven Geschäftsentwicklung trugen die neuen Modelle BMW R 1200 R, R 1200 RS, S 1000 RR, S 1000 XR und F 800 R bei.
 Auch die ersten sechs Monate wurden zum besten ersten Halbjahr der über 90-jährigen Geschichte von BMW Motorrad. Zwischen Januar und Juni stieg der Segmentumsatz um 18,9% auf 1.189 (Vj.: 1.000) Mio. Das EBIT legte auf 227 Mio. (Vj.: 119 Mio. / +90,8%) zu. Das gleiche Bild zeigte sich beim Ergebnis vor Steuern, das um 93,2% auf 226 (Vj.: 117) Mio. stieg. Der Absatz erhöhte sich um 10,5% auf 78.418 (Vj.: 70.978) Einheiten.
 Segment Finanzdienstleistungen weiter auf Erfolgskurs
 Das Segment Finanzdienstleistungen konnte im Zeitraum April bis Juni seine positive Geschäftsentwicklung ebenfalls fortsetzen und neue Höchstwerte erreichen. Der Segmentumsatz legte um 19,4% auf 6.154 (Vj.: 5.155) Mio. zu. Das Ergebnis vor Steuern stieg dank des Wachstums im Neukundengeschäft und einer soliden Risikosituation um 9,7% auf 496 (Vj.: 452) Mio. Außerdem

machten sich Wechselkurseffekte positiv bemerkbar. Im ersten Halbjahr stieg der Umsatz um 21,6% auf 12.212 (Vj.: 10.045) Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern lag bei 1.055 Mio. € (Vj.: 905 Mio. € / +16,6%). In den ersten sechs Monaten wurden insgesamt 801.526 (Vj.: 728.914 / +10,0%) Neuverträge im Finanzierungs- und Leasinggeschäft abgeschlossen. Der Bestand an betreuten Leasing- und Finanzierungsverträgen mit Endkunden erhöhte sich zum 30. Juni um 6,6% auf insgesamt 4.146.505 (Vj.: 3.888.137) Verträge. Zahl der Mitarbeiter gestiegen Die Zahl der Mitarbeiter ist zum Ende des ersten Halbjahrs um 6,2% gestiegen. Insgesamt waren weltweit 119.489 (Vj.: 112.500) Mitarbeiter bei der BMW Group beschäftigt. Das Unternehmen stellt weiterhin gezielt Ingenieure und Fachkräfte ein, um die wachsende Fahrzeugnachfrage bedienen und Innovationen sowie Zukunftstechnologien vorantreiben zu können. BMW Group bestätigt Ziele für Gesamtjahr Die BMW Group blickt angesichts ihrer attraktiven Modellpalette weiterhin mit Zuversicht auf das laufende Geschäftsjahr und bestätigt ihre Konzernziele für das Gesamtjahr. "Wir streben 2015 bei den Auslieferungen und dem Konzernergebnis vor Steuern weiterhin solide Zuwächse auf jeweils neue Bestmarken an", erklärte Eichiner. Die BMW Group geht zugleich davon aus, auch 2015 der weltweit führende Hersteller von Premiumfahrzeugen zu bleiben. Der intensive Wettbewerb auf den Automobilmärkten, steigende Personalkosten und anhaltend hohe Vorleistungen in die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens sowie künftige Herausforderungen durch die Normalisierung des chinesischen Markts werden die Ergebnisdynamik im Prognosezeitraum jedoch dämpfen. Hinzu kommen Risiken, wie die weitere Entwicklung auf dem russischen Markt und die wirtschaftlichen Unsicherheiten in Europa. Das Unternehmen geht weiterhin von einem volatilen politischen und wirtschaftlichen Umfeld aus. Rückenwind erwartet die BMW Group im laufenden Jahr durch den Marktstart von insgesamt 15 neuen Modellen und Modellüberarbeitungen sowie der prognostizierten grundsätzlich positiven Entwicklung auf den internationalen Automobilmärkten. Der Umsatz im Segment Automobile dürfte im laufenden Geschäftsjahr aufgrund der positiven Absatzentwicklung sowie der Währungskursrelationen deutlich steigen. Für die EBIT-Marge im Automobilgeschäft gehen wir unverändert von einem Wert im Zielkorridor von 8% bis 10% aus. Im Segment Motorräder wird sich nach Einschätzung der BMW Group die saisonal geprägte positive Geschäftsentwicklung im laufenden Jahr fortsetzen. Dazu tragen auch die neuen Modelle bei. Für das Gesamtjahr wird bei den Auslieferungen von BMW Motorrädern mit einem soliden Anstieg gerechnet. Auch das Segment Finanzdienstleistungen dürfte auf Erfolgskurs bleiben. Trotz der weltweit steigenden Anforderungen an die Eigenkapitalausstattung rechnet das Unternehmen für 2015 im Finanzdienstleistungsgeschäft mit einer Eigenkapitalrentabilität (Return on Equity) auf dem Niveau des Vorjahres (2014: 19,4%). Damit würde der Zielwert von mindestens 18% erneut übertroffen. Die Prognosen der BMW Group für das Geschäftsjahr 2015 setzen voraus, dass die politischen und gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen weitgehend stabil bleiben. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Max-Morten Borgmann / Wirtschafts- und Finanzkommunikation Telefon: +49 89 382-24118 Fax: +49 89 382-24418 max-morten.borgmann@bmw.de Nikolai Glies / Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation Telefon: +49 89 382-24544 Fax: +49 89 382-24418 Nikolai.Glies@bmwgroup.com Internet: www.press.bmw.de e-mail: presse@bmw.de

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

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.