

BMW Group liegt auf Kurs und bestätigt Ziele für Geschäftsjahr 2019

- Krüger: „Wir liefern, was wir versprechen“
- Marke BMW führt weltweites Premiumsegment im Juni an
- Gegen den Trend: Absatz und Marktanteile gesteigert
- EBIT-Marge Segment Automobile im Q2 verbessert
- BMW Group macht Tempo bei Ausbau der E-Mobilität
- Vorleistungen für Mobilität der Zukunft nochmals erhöht

München. Die BMW Group ist im zweiten Quartal trotz eines herausfordernden Marktumfelds operativ auf Kurs geblieben. Das Unternehmen hat wie geplant eine Verbesserung bei Ergebnis und Profitabilität gegenüber dem ersten Quartal erzielt und bestätigt seine Ziele für das Geschäftsjahr 2019.

Dank der attraktiven und weiter verjüngten Modellpalette konnte das Unternehmen im ersten Halbjahr bei den Auslieferungen an Kunden gegen den Markttrend einen neuen Höchstwert erzielen. Damit konnte die BMW Group in wichtigen Märkten Segmentanteile gewinnen. Im Monat Juni stand die Marke BMW weltweit klar an der Spitze des Premiumsegments.

„Wir liegen nach den ersten sechs Monaten auf Kurs, um unsere Ziele für das Gesamtjahr zu erreichen. Mit neuen Produkten begeistern wir die Kunden und haben die Auslieferungen im ersten Halbjahr auf einen neuen Bestwert gesteigert“, sagte **Harald Krüger**, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, am Donnerstag in München. „Wir liefern, was wir versprechen – auch in volatilen Zeiten. Wir treiben konsequent neue Technologien voran, um die enormen Herausforderungen erfolgreich zu meistern, mit denen unsere Branche in der aktuellen Transformation konfrontiert ist.“

E-Mobilität nimmt weiter Tempo auf

Die BMW Group erhöht beim Ausbau der Elektromobilität wie angekündigt nochmals signifikant die Frequenz: Die zunächst für 2025 angekündigte Zahl von 25 elektrifizierten Modellen wird das Unternehmen bereits 2023 und damit zwei

Jahre früher im Angebot haben. Mehr als die Hälfte dieser 25 Modelle wird dabei vollelektrisch sein. Grundlage dafür sind die flexiblen Fahrzeugarchitekturen für vollelektrische Fahrzeuge, Plug-in-Hybride und Verbrenner-Modelle sowie ein hochflexibles Produktionssystem, mit denen das Unternehmen schnell auf die jeweilige Marktnachfrage reagieren kann. Bis 2021 soll sich der Absatz elektrifizierter Fahrzeuge gegenüber 2019 bereits verdoppeln. Bis 2025 rechnet die BMW Group dann mit einer steilen Wachstumskurve: Jahr für Jahr soll der Absatz der elektrifizierten Fahrzeuge um durchschnittlich über 30 Prozent steigen.

Schon heute ist die BMW Group als Pionier der Elektromobilität ein führender Anbieter von elektrifizierten Fahrzeugen. Bis Ende 2019 will das Unternehmen bereits mehr als eine halbe Million Fahrzeuge mit vollelektrischem oder Plug-in-Hybrid-Antrieb auf die Straße gebracht haben. In zwei Jahren wird die BMW Group bereits fünf vollelektrische Serienfahrzeuge anbieten: Neben dem **BMW i3**, dessen Nachfrage in den ersten sechs Monaten um mehr als 20% zulegte, startet in diesem November im Werk Oxford die Produktion des vollelektrischen MINI*. Zur Vorstellung des Fahrzeugs im Juli hatten bereits mehr als 40.000 Kunden ihr großes Interesse am **MINI ELECTRIC*** bekundet. 2020 folgt im chinesischen Shenyang der **vollelektrische BMW iX3** und 2021 dann der **BMW iNEXT**, der in Dingolfing gefertigt wird. Im gleichen Jahr startet der **BMW i4** im Werk München.

BMW Group bei Antriebstechnologien flexibel aufgestellt

Die regulatorischen Anforderungen und Kundenwünsche in den verschiedenen Märkten sind zum Teil sehr unterschiedlich. Auch die Einführung alternativer Antriebe vollzieht sich regional mit unterschiedlicher Geschwindigkeit. Deswegen setzt die BMW Group auf technologische Offenheit: „Wir treiben konsequent die E-Mobilität mit vollelektrischen Fahrzeugen wie auch Plug-in-Hybriden voran und optimieren unsere bereits sparsamen

Verbrennungsmotoren weiter. Außerdem investieren wir in neue Technologien wie die Brennstoffzelle“, sagte **Krüger**.

Auf diesem Weg in die Zukunft der Mobilität wurden im Berichtszeitraum erneut substantielle Vorleistungen getätigt. Diese überstiegen wie erwartet nochmals das hohe Vorjahresniveau. Die Kosten für **Forschung und Entwicklung** lagen im zweiten Quartal bei 1.400 Mio. € und damit 5,9% über dem hohen Vorjahreswert. Die **Investitionen** in Sachanlagen stiegen um mehr als ein Drittel auf 1.176 Mio. € (2018: 846 Mio. € / +39,0%). Im Wesentlichen geschah dies im Zusammenhang mit der Fortführung der Modelloffensive sowie der Modernisierung und Flexibilisierung unserer Werksstrukturen. Der hohe Anteil an elektrifizierten Fahrzeugen trägt zudem zu höheren Herstellkosten bei. Ungünstige Wechselkurseffekte und höhere Rohstoffpreise wirkten zwischen April und Juni ebenfalls dämpfend auf das Ergebnis. Zudem blieb die Wettbewerbsintensität in vielen Märkten hoch.

Konzernumsatz im zweiten Quartal leicht gestiegen

Im **zweiten Quartal** 2019 hat die BMW Group bei den **Auslieferungen** ihrer drei Premiummarken BMW, MINI und Rolls-Royce mit 647.504 Einheiten einen neuen Bestwert erzielt (2018: 637.878 / +1,5%). Großen Anteil an der positiven Entwicklung hatte dabei das Joint Venture BMW Brilliance Automotive in China. Der **Konzernumsatz** stieg auf 25.715 Mio. € (2018: 24.993 / +2,9%). Beeinflusst von den hohen Vorleistungen für die Mobilität der Zukunft lag das **Ergebnis vor Finanzergebnis** (EBIT) mit 2.201 Mio. € unter dem Vorjahreswert (2018: 2.739 Mio. € / -19,6%). Das **Konzernergebnis vor Steuern** (EBT) belief sich entsprechend auf 2.053 Mio. € (2018: 2.866 Mio. € / -28,4%). Die **EBT-Marge** des Konzerns betrug im zweiten Quartal 8,0% (2018: 11,5%). Der **Konzernüberschuss** belief sich auf 1.480 Mio. € (2018: 2.076 Mio. € / -28,7%).

In den **ersten sechs Monaten** beliefen sich die Auslieferungen auf 1.252.837 Automobile (2018: 1.242.507 / +0,8%). Der **Konzernumsatz** lag mit 48.177 Mio. € leicht über dem Vorjahresniveau (2018: 47.658 Mio. € / +1,1%). Das Ergebnis des ersten Halbjahrs ist weiterhin beeinflusst von einer Rückstellung im ersten Quartal in Höhe von rund 1,4 Milliarden Euro im Zusammenhang mit der Übermittlung der Beschwerdepunkte im Rahmen des laufenden Kartellverfahrens der EU-Kommission. Entsprechend liegt das **Ergebnis vor Finanzergebnis** (EBIT) für diesen Zeitraum mit 2.790 Mio. € deutlich unter Vorjahr (2018: 5.446 Mio. € / -48,8%). Das **Konzernergebnis vor Steuern** (EBT) betrug 2.815 Mio. € (2018: 6.005 Mio. € / -53,1%). Das entspricht einer **EBT-Marge** von 5,8% (2018: 12,6%). Der **Konzernüberschuss** belief sich in den ersten sechs Monaten auf 2.068 Mio. € (2018: 4.358 Mio. € / -52,5%).

„Mit dem zweiten Quartal haben wir trotz hoher Vorleistungen für die Mobilität der Zukunft unsere operative Leistungsfähigkeit unter Beweis gestellt und einen soliden Free Cashflow erzielt“, betonte **Nicolas Peter**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen. „Die BMW Group setzt sich auch in herausfordernden Zeiten ehrgeizige Ziele: Wir wollen nachhaltig und profitabel wachsen und den Wandel unserer Industrie aus eigener Kraft gestalten.“

Dazu setzt das Unternehmen auf noch schnellere Prozesse, schlankere Strukturen und damit auf eine höhere Effizienz. So will die BMW Group die erforderliche finanzielle Stärke absichern, um die individuelle und nachhaltige Premium-Mobilität auch im nächsten Jahrzehnt entscheidend zu prägen. Im Rahmen von **Performance > NEXT** wird unter anderem die Dauer des Entwicklungsprozesses für neue Fahrzeugmodelle um bis zu ein Drittel verkürzt. Auf der Produktseite werden im Übergang zu den weiterentwickelten flexiblen Fahrzeugarchitekturen ab 2021 bis zu 50 Prozent der heutigen **Antriebsvarianten** entfallen. Darüber hinaus wird das Modellportfolio regelmäßig mit Blick auf zusätzliche Potentiale zur **Komplexitätsreduzierung** bewertet. Weiterhin werden unternehmensweit Synergie- und Effizienzpotentiale im indirekten Einkauf sowie bei Material- und Fertigungskosten gehoben. Bis

Ende 2022 sollen insgesamt mehr als 12 Milliarden Euro Effizienzpotential gehoben werden.

EBIT-Marge im zweiten Quartal bei 6,5%

Der **Umsatz** im **Segment Automobile** lag zwischen April und Juni mit 22.624 Mio. € leicht über dem Vorjahresniveau (2018: 22.192 Mio. € / +1,9%). Das **EBIT** belief sich angesichts der hohen Vorleistungen auf 1.469 Mio. € (2018: 1.919 Mio. € / -23,4%). Damit lag die **EBIT-Marge** im zweiten Quartal bei 6,5% (2018: 8,6%). Das **Ergebnis vor Steuern** betrug 1.483 Mio. € (2018: 2.062 Mio. € / -28,1%).

Im **ersten Halbjahr** lag der **Segmentumsatz** mit 41.837 Mio. € auf Vorjahresniveau (2018: 41.518 Mio. € / +0,8%). Das **EBIT** des ersten Halbjahrs ist wie beschrieben beeinflusst von der Rückstellung (rund 1,4 Milliarden Euro) im ersten Quartal im Zusammenhang mit der Übermittlung der Beschwerdepunkte im Rahmen des laufenden Kartellverfahrens der EU-Kommission und lag entsprechend bei 1.159 Mio. € (2018: 3.800 Mio. € / -69,5%). Die **EBIT-Marge** belief sich auf 2,8% (2018: 9,2%). Das **Ergebnis vor Steuern** betrug 1.456 Mio. € (2018: 4.343 Mio. € / -66,5%).

Weltweit lieferte die Marke **BMW** im ersten Halbjahr 1.075.959 (2018: 1.059.296 / +1,6%) Automobile aus und erzielte ihr bestes Resultat für diesen Zeitraum. Besonders beliebt waren dabei die BMW X Modelle – allen voran der BMW X3, der seit dem Sommer 2018 auch lokal produziert in China verfügbar ist und seinen Absatz seit Januar um über 90 Prozent steigern konnte. Im Monat Juni stand die Marke BMW damit klar an der Spitze des Premiumsegments.

In einem äußerst wettbewerbsintensiven Marktumfeld und mit dem unveränderten Fokus auf Beibehaltung einer profitablen Absatzentwicklung des Unternehmens gingen die Auslieferungen der Marke **MINI** in der ersten

Jahreshälfte leicht zurück. Der Absatz lag per Juni bei insgesamt 177.344 Fahrzeugen (2018: 181.430 / -3,9%).

Das starke Absatzwachstum bei **Rolls-Royce** setzte sich fort: Insgesamt wurden im ersten Halbjahr 2.534 Rolls-Royce Fahrzeuge an Kunden weltweit ausgeliefert (+42,3%). Alle Regionen konnten ein Wachstum und eine anhaltende Nachfrage nach allen Modellfamilien verzeichnen. Das hohe Kundeninteresse am Cullinan sorgt für volle Auftragsbücher bereits bis ins erste Quartal 2020. Damit bleibt die Marke auf Kurs für ein starkes Jahr 2019.

BMW Group strebt weltweit ausgewogene Absatzverteilung an

Die BMW Group strebt ein ausgewogenes Verhältnis von Produktion und Absatz in den verschiedenen Weltregionen an und verfolgt ihre Strategie einer weltweit ausgewogenen Absatzverteilung. Dabei nutzt sie ihre hohe Flexibilität in Produktion und Vertrieb, um Nachfrageverschiebungen zwischen einzelnen Regionen ausgleichen zu können.

In **Europa** lagen die Auslieferungen im ersten Halbjahr mit 550.446 Automobilen leicht unter Vorjahresniveau (2018: 562.102 / -2,1%). In Deutschland als größtem Markt der Region verzeichnete die BMW Group indes ein solides Wachstum auf 161.308 Einheiten (2018: 149.718 / +7,7%).

In **Asien** legte der Absatz der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce im ersten Halbjahr auf 453.355 Fahrzeuge zu (2018: 423.890 / + 7,0%). Einen großen Anteil daran hatte China: Dort wurden mit 350.592 Einheiten 16,8% mehr Fahrzeuge der drei Konzernmarken an Kunden ausgeliefert (2018: 300.153).

In der Region **Amerika** gingen die Auslieferungen zwischen Januar und Juni leicht auf 222.272 Einheiten zurück (2018: 226.061 / -1,7%). In den USA lag der Absatz bei 174.779 Einheiten (2018: 176.570 / -1,0%).

Segment Motorräder steigert Umsatz und Ergebnis

BMW Motorrad hat im **zweiten Quartal** die **Auslieferungen** auf 54.582 (2018: 51.117 / +6,8%) Motorräder und Maxi-Scooter steigern können. Entsprechend stieg der **Umsatz** deutlich auf 727 Mio. € (2018: 658 Mio. € / +10,5%). Auch das **EBIT** wuchs auf 102 Mio. € (2018: 98 Mio. € / +4,1%). Die **EBIT-Marge** im Segment belief sich im zweiten Quartal auf 14,0% (2018: 14,9%).

Im **ersten Halbjahr** stiegen die Auslieferungen auf 93.188 Einheiten (2018: 86.975 / +7,1%). Der **Umsatz** belief sich auf 1.313 Mio. € (2018: 1.182 Mio. € / +11,1%). Das **EBIT** legte auf 191 Mio. € zu (2018: 175 Mio. € / +9,1%) und die **EBIT-Marge** lag entsprechend bei 14,5% (2018: 14,8%).

Segment Finanzdienstleistungen mit erfolgreichem Jahresstart

Im **Segment Finanzdienstleistungen** ist der betreute **Vertragsbestand** zum 30. Juni 2019 um 1,7% auf 5.806.248 Verträge (31. Dezember 2018: 5.708.032) gestiegen. Im **zweiten Quartal** wurden 501.663 (2018: 480.303 / +4,4%) **Neuverträge** mit Endkunden im Finanzierungs- und Leasinggeschäft abgeschlossen. Der **Umsatz** stieg um 4,8% auf 7.364 (2018: 7.027) Mio. €. Das **Ergebnis vor Steuern** lag bei 573 Mio. € (2018: 603 Mio. € / -5,0%).

Im **ersten Halbjahr** wurden 971.287 **Neuverträge** mit Kunden geschlossen (2018: 932.211 / +4,2%). Der **Umsatz** stieg auf 14.510 Mio. € (2018: 13.588 Mio. € / +6,8%). Das **Ergebnis vor Steuern** legte auf 1.200 Mio. € zu (2018: 1.156 Mio. € / +3,8%).

Zahl der Mitarbeiter auf Vorjahresniveau

Die Zahl der **Mitarbeiter** belief sich zum 30. Juni 2019 auf 134.914 und lag damit wie angekündigt auf dem Niveau vom 31. Dezember 2018 (134.682 /

+0,2%). Die BMW Group stellt weiterhin gezielt Fachkräfte und IT-Spezialisten für zukunftsorientierte Themenfelder wie Digitalisierung, autonomes Fahren und Elektromobilität ein. In Summe wird für 2019 auf Basis der natürlichen Fluktuation eine Mitarbeiterzahl auf dem Niveau des Vorjahres angestrebt.

BMW Group bestätigt Ziele für Geschäftsjahr

Die BMW Group setzt sich auch in einem politisch und wirtschaftlich herausfordernden Umfeld ehrgeizige Ziele. Angesichts des **jungen Produktportfolios** mit neuen Modellen will das Unternehmen der führende Hersteller im Premiumsegment bleiben. Angesichts zahlreicher Modellwechsel wird mit einer Fortführung des Wachstums in der zweiten Jahreshälfte gerechnet.

Die BMW Group wird auch 2019 umfassend in neue Technologien und Zukunftsthemen investieren. Unter anderem führt eine ambitionierte CO₂-Gesetzgebung zu hohen Zusatzaufwendungen und **steigenden Herstellkosten**, die das Ergebnis dämpfen. Zusätzlich erwartet das Unternehmen Belastungen aus Währungseffekten und Rohstoffpreisen im mittleren dreistelligen Millionenbereich. Gleichzeitig bleibt die weitere Entwicklung internationaler Handelskonflikte ein Unsicherheitsfaktor.

In diesem Umfeld geht die BMW Group davon aus, dass sie ihren Absatz erneut steigern kann und strebt im **Segment Automobile** ein leichtes Absatzplus an. Bei der **EBIT-Marge** bleibt ein Wert von 8-10% der grundsätzliche Anspruch, den die BMW Group in einem stabilen Umfeld anstrebt. Auf zahlreiche Rahmenbedingungen hat das Unternehmen aber nur bedingt Einfluss. Vorbehaltlich der Rückstellung für das laufende Kartellverfahren in Höhe von rund 1,4 Milliarden Euro bleibt der Zielkorridor für die EBIT-Marge von 6-8% unverändert. Da die Rückstellung sich negativ auf die EBIT-Marge auswirkt, erwartet das Unternehmen für 2019 im Segment Automobile einen Wert zwischen 4,5 und 6,5%.

Im **Segment Motorräder** erwartet das Unternehmen angesichts der erneuerten Modellpalette einen soliden Anstieg der Auslieferungen. Die **EBIT-Marge** soll wie 2018 im Zielkorridor von 8-10% liegen. Im **Segment Finanzdienstleistungen** erwartet die BMW Group eine **Eigenkapitalrendite** auf Vorjahresniveau und damit über unserem Zielanspruch von 14%.

Neben den angeführten Belastungen wird auf Konzernebene der Wegfall einiger positiver Bewertungseffekte aus dem Jahr 2018 für einen deutlichen Rückgang des Finanzergebnisses sorgen. Daher dürfte das **Konzernergebnis vor Steuern** ebenfalls deutlich unter dem Vorjahreswert liegen.

Die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr setzen voraus, dass sich die weltweiten wirtschaftlichen und politischen **Rahmenbedingungen** nicht wesentlich verändern werden. Sollten Sie sich verschlechtern, können Auswirkungen auf die Prognose nicht ausgeschlossen werden. Die BMW Group wird erforderliche Maßnahmen für Wachstum, Leistungssteigerung und Effizienz weiterhin konsequent umsetzen. Damit schafft das Unternehmen Freiräume für die **Zukunftsgestaltung** und sichert seine künftige Wettbewerbsfähigkeit. Dank ihrer operativen und finanziellen Stärke ist die BMW Group in der Lage, die Transformation erfolgreich zu gestalten und ihren **Führungsanspruch** in der Industrie auszubauen.

* * *

Die BMW Group im Überblick		1. Halbjahr 2019	1. Halbjahr 2018	Veränderung in %
Fahrzeug-Auslieferungen				
Automobile	Einheiten	1.252.837	1.242.507	0,8
Davon: BMW	Einheiten	1.075.959	1.059.296	1,6
MINI	Einheiten	174.344	181.430	-3,9
Rolls-Royce	Einheiten	2.534	1.781	42,3
Motorräder	Einheiten	93.188	86.975	7,1
Mitarbeiter¹ (Vergleich mit 31.12.2018)				
		134.914	134.682	0,2
EBIT-Marge Segment Automobile	Prozent	2,8	9,2	-6,4 %Punkte
EBIT-Marge Segment Motorräder	Prozent	14,5	14,8	-0,3 %Punkte
EBT-Marge BMW Group³	Prozent	5,8	12,6	-6,8 %Punkte
Umsatz³				
Davon: Automobile	Mio. €	41.837	41.518	0,8
Motorräder	Mio. €	1.313	1.182	11,1
Finanzdienstleistungen ³	Mio. €	14.510	13.588	6,8
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	3	3	-
Konsolidierungen ³	Mio. €	-9.486	-8.633	-9,9
Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT)³				
Davon: Automobile	Mio. €	1.159	3.800	-69,5
Motorräder	Mio. €	191	175	9,1
Finanzdienstleistungen ³	Mio. €	1.254	1.166	7,5
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	6	16	-62,5
Konsolidierungen ³	Mio. €	180	289	-37,7
Ergebnis vor Steuern (EBT)³				
Davon: Automobile	Mio. €	1.456	4.343	-66,5
Motorräder	Mio. €	187	174	7,5
Finanzdienstleistungen ³	Mio. €	1.200	1.156	3,8
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	-155	78	-
Konsolidierungen ³	Mio. €	127	254	-50,0
Steuern auf das Ergebnis³				
	Mio. €	-791	-1.640	51,8
Überschuss^{3,4}				
	Mio. €	2.068	4.358	-52,5
Ergebnis je Aktie^{2,3}				
	€	3,06/3,07	6,56/6,57	-53,4/-53,3

¹ Ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Altersteilzeit und Freizeitphase, ohne Geringverdiener

² Ergebnis je Aktie für Stamm-/Vorzugsaktien

³ Die Vorjahreszahlen wurden aufgrund der Erstanwendung des IFRS 16 angepasst, siehe Textziffer [4] im Konzernanhang des Quartalsberichts

⁴ Wert für 2018 inkl. -7 Mio. € Ergebnis aus aufgegebenem Geschäftsbereich; Wert für 2019 inkl. 44 Mio. € Ergebnis aus aufgegebenem Geschäftsbereich

Die BMW Group im Überblick		2. Quartal 2019	2. Quartal 2018	Veränderung in %
Fahrzeug-Auslieferungen				
Automobile	Einheiten	647.504	637.878	1,5
Davon: BMW	Einheiten	556.652	541.849	2,7
MINI	Einheiten	89.524	95.055	-5,8
Rolls-Royce	Einheiten	1.328	974	36,3
Motorräder	Einheiten	54.582	51.117	6,8
Mitarbeiter¹ (Vergleich mit 31.12.2018)				
		134.914	134.682	0,2
EBIT-Marge Segment <i>Automobile</i>	Prozent	6,5	8,6	-2,1 %Punkte
EBIT-Marge Segment <i>Motorräder</i>	Prozent	14,0	14,9	-0,9 %Punkte
EBT-Marge BMW Group³	Prozent	8,0	11,5	-3,5 %Punkte
Umsatz³				
	Mio. €	25.715	24.993	2,9
Davon: Automobile	Mio. €	22.624	22.192	1,9
Motorräder	Mio. €	727	658	10,5
Finanzdienstleistungen ³	Mio. €	7.364	7.027	4,8
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	2	1	100,0
Konsolidierungen ³	Mio. €	-5.002	-4.885	-2,4
Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT)³				
	Mio. €	2.201	2.739	-19,6
Davon: Automobile	Mio. €	1.469	1.919	-23,4
Motorräder	Mio. €	102	98	4,1
Finanzdienstleistungen ³	Mio. €	606	605	0,2
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	2	7	-71,4
Konsolidierungen ³	Mio. €	22	110	-80,0
Ergebnis vor Steuern (EBT)³				
	Mio. €	2.053	2.866	-28,4
Davon: Automobile	Mio. €	1.483	2.062	-28,1
Motorräder	Mio. €	100	96	4,2
Finanzdienstleistungen ³	Mio. €	573	603	-5,0
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	-97	8	-
Konsolidierungen ³	Mio. €	-6	97	-
Steuern auf das Ergebnis³				
	Mio. €	-573	-783	26,8
Überschuss^{3,4}				
	Mio. €	1.480	2.076	-28,7
Ergebnis je Aktie^{2,3}				
	€	2,21/2,22	3,12/3,13	-29,2/-29,1

¹ Ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Altersteilzeit und Freizeitphase, ohne Geringverdiener

² Ergebnis je Aktie für Stamm-/Vorzugsaktien

³ Die Vorjahreszahlen wurden aufgrund der Erstanwendung des IFRS 16 angepasst, siehe Textziffer [4] im Konzernanhang des Quartalsberichts

⁴ Wert für 2018 inkl. -7 Mio. € Ergebnis aus aufgegebenem Geschäftsbereich

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 01. August 2019

Thema BMW Group liegt auf Kurs und bestätigt Ziele für Geschäftsjahr 2019

Seite 12

: Verbrauchs-/Emissionsangaben:*MINI Cooper SE:** Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 16,8 – 14,8 kWh/100 km; CO₂-Emissionen aus Kraftstoff kombiniert: 0 g/km

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Max-Morten Borgmann, Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 89 382-24118, Max-Morten.Borgmann@bmwgroup.com

Mathias Schmidt, Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation

Telefon: +49 89 382-24544, Mathias.M.Schmidt@bmw.deInternet: www.press.bmw.deE-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 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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/>