

Presse-Information
4. August 2015

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede

Dr. Friedrich Eichiner

Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen

Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

4. August 2015, 10:00 Uhr

Meine Damen und Herren,

auch von meiner Seite einen guten Morgen!

Die erfolgreiche Geschäftstätigkeit der BMW Group setzt sich im zweiten Quartal fort. Mit über 573.000 Auslieferungen ist es das volumenstärkste zweite Quartal unserer Geschichte.

Die Volumensteigerung um 7,5% beweist, dass die BMW Group mit attraktiven Modellen am Markt ist.

Sie zeigt die Stärke unserer Premiummarken und unseres Produktportfolios.

Sie spricht für unsere Strategie global balancierten Absatzwachstums.

BMW Motorrad hat über 47.000 Zweiräder ausgeliefert, mehr als je zuvor in einem Quartal.

Die Entwicklung in den Märkten hält gegenüber den ersten drei Monaten an. In Amerika und in Europa verzeichnen wir wie bisher ein solides Absatzwachstum.

In den USA ist eine erhöhte Wettbewerbsintensität zu verzeichnen: Da der Markt auch aufgrund der Dollarstärke attraktive Rahmenbedingungen bietet, allokalieren viele Hersteller Einheiten aus China oder anderen aufstrebenden Märkten dorthin.

Seit Monaten mehren sich die Anzeichen für ein moderateres Wachstum im chinesischen Automobilmarkt.

Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 2

Seine Normalisierung verläuft schneller als zunächst erwartet: Das zweite Quartal war für die gesamte Branche von steigender Wettbewerbsintensität gekennzeichnet. Die Volatilität des chinesischen Kapitalmarkts hat zudem die Kaufzurückhaltung bei den Konsumenten verstärkt.

In den vergangenen Jahren hat auch unser Unternehmen von hohen zweistelligen Wachstumsraten in China profitiert. Im letzten Jahrzehnt hat sich unser Absatzvolumen auf 456.000 Fahrzeuge nahezu verzwanzigfacht.

Wie wir schon seit längerem betont haben, kann ein derart dynamisches, zweistelliges Wachstum kein Dauerzustand sein.

Als einer der führenden Anbieter im Premiumsegment sind wir nach wie vor zuversichtlich über die mittel- und langfristige wirtschaftliche Entwicklung in China. Mit dem stetigen Wirtschaftswachstum wird auch die Nachfrage nach Automobilen wachsen. Dafür sprechen auch die umfangreiche Infrastruktur, die niedrige Motorisierungsrate und die wachsende premium- und markenaffine Mittelschicht.

Chinas kurzfristige Entwicklung in den nächsten Monaten ist schwieriger abzuschätzen. Gegenwärtig stellen wir uns mit Produktionsanpassungen auf ein niedrigeres Wachstum ein und bauen Lagerbestände im Handel ab. Mit unseren kommenden, attraktiven Modellen setzen wir in den nächsten Monaten neue Kaufanreize. Zudem führen wir diverse Maßnahmen in der chinesischen Vertriebsorganisation durch. Damit stärken wir unsere Profitabilität und diejenige unserer Händler.

Das weltweite Absatzvolumen von nahezu 1,10 Mio. Fahrzeugen hat den Umsatz des Konzerns im ersten Halbjahr auf Rekordhöhe gebracht: Die Umsatzerlöse des Konzerns betragen nach sechs Monaten 44,85 Mrd. €. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist dies ein Zuwachs von 17,6%. Positive Umrechnungseffekte

Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 3

aufgrund der Abwertung des Euro gegenüber den Hauptwährungen haben auch zu dieser Erhöhung beigetragen. Bereinigt um die Währungseffekte beträgt der Umsatzanstieg 8,1%.

Im Konzern liegt das Halbjahres-EBIT mit 5,05 Mrd. € erstmals über der 5-Milliarden-Marke. Die EBIT-Marge für die BMW Group beträgt nach sechs Monaten 11,3%.

Das Vorsteuerergebnis der BMW Group liegt im ersten Halbjahr mit 4,85 Mrd. € auf dem Niveau des Vorjahrs. Im zweiten Quartal beträgt das Vorsteuerergebnis im Konzern 2,58 Mrd. €. Es bleibt leicht unter dem sehr starken Vorjahresquartal, das das bislang beste überhaupt war. Die EBT-Marge auf Konzern-Ebene beträgt im zweiten Quartal und nach sechs Monaten jeweils 10,8%.

Die BMW Group orientiert sich wie bisher an ihren unternehmensstrategischen Zielen. Wir investieren wie geplant in neue Produkte und treiben die Zukunftsorientierung des Unternehmens voran.

In Anlagen und Produkte hat die BMW Group im ersten Halbjahr nahezu 2,21 Mrd. € investiert. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist dies ein Rückgang um 14,4%. Schwerpunkte unserer Investitionstätigkeit waren der neue 7er, die soeben eingeführte, überarbeitete 3er Baureihe und der 2er Gran Tourer sowie die im Oktober erscheinenden X1 und MINI Clubman.

Die Investitionsquote des ersten Halbjahrs beträgt 4,9% vom deutlich höheren Umsatz. Für das Gesamtjahr erwarten wir aufgrund der Vielzahl der Projekte weiterhin hohe Investitionen in der Größenordnung des Vorjahrs. Insgesamt ist eine Investitionsquote von unter 7% vom Umsatz unser Richtwert. Dieser gewährleistet unsere Wettbewerbsfähigkeit auch in der Zukunft.

Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 4

Die Forschungs- und Entwicklungsleistungen im ersten Halbjahr 2015 betragen 2,10 Mrd. €. Gegenüber dem Vergleichszeitraum ist dies ein Anstieg um 2,7%. Alternative Antriebskonzepte und Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung sind dabei Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkte gewesen. Zudem haben wir die Themenbereiche ‚Digital Services‘ sowie Konnektivität gestärkt. Investiert haben wir auch in die Fahrzeugarchitekturen der kleinen Baureihen mit Vorderradantrieb und der großen Baureihen mit Hinterradantrieb.

Mit den F&E-Tätigkeiten stärken wir die Position des Unternehmens im Wettbewerb. Die Forschungs- und Entwicklungs-Quote (HGB) im ersten Halbjahr liegt auch aufgrund der Währungsumrechnungseffekte in den Umsatzerlösen bei nur 4,7%. Für das Gesamtjahr strebt das Unternehmen eine Quote im Zielkorridor von 5-5,5% vom Umsatz an. Wir erwarten in der zweiten Jahreshälfte anlaufbedingt höhere Investitionen und F&E-Leistungen.

Zum Halbjahr beträgt die Liquidität der BMW Group 11,30 Mrd. €. Die solide Liquiditätsposition stärkt unsere finanzielle Flexibilität.

Jetzt komme ich zur Ertragslage der einzelnen Segmente. Die positive Absatzentwicklung hat im Segment Automobile zu höheren Umsatzerlösen geführt. Sie betragen im ersten Halbjahr 40,54 Mrd. € und liegen um 15,6% über dem Vorjahreswert.

Der gegenüber dem Absatz überproportionale Umsatzanstieg ist zum Teil auf Umrechnungseffekte aus Währungen zurückzuführen. Bereinigt um diesen Einfluss sind die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr um 5,7% gestiegen.

Das EBIT des Segments beträgt im ersten Halbjahr 3,61 Mrd. €. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist es leicht um 3,4% rückläufig. In der Drei-Monats-Betrachtung liegt das EBIT bei 1,82 Mrd. € und damit um -15,8% unter dem Vorjahreszeitraum.



Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 5

Wie erwähnt dient mit dem zweiten Quartal 2014 ein äußerst starkes Quartal als Vergleichsbasis, in dem das Unternehmen von einem günstigeren Fahrzeugmix, einem besseren Preisumfeld und niedrigeren Personalkosten profitierte.

Die EBIT-Marge des Segments beträgt nach sechs Monaten 8,9% und liegt innerhalb unseres Zielkorridors von 8-10%. Sie fällt auch aufgrund der währungsbedingt höheren Umsatzerlöse niedriger aus.

Ich gehe jetzt näher auf die Einflussfaktoren im zweiten Quartal 2015 ein.

Der Fahrzeugmix hat sich im zweiten Quartal 2015 zu Gunsten der kleinen und kompakten Modelle verändert. Der Anteil der Marke BMW am Absatz liegt im zweiten Quartal 2015 um zwei Prozentpunkte unter demjenigen des Vorjahresquartals.

Mit mehr als 91.600 Auslieferungen hat die Marke MINI gerade ihren höchsten Absatzerfolg in einem zweiten Quartal erzielen können. Zudem zeigen bei BMW vor allem die kompakten Modelle wie der 2er Active Tourer sowie die 4er Reihe und der neue X4 die meisten Zuwächse.

Das Preisumfeld ist im zweiten Quartal hinter unseren Erwartungen geblieben und hat das Ergebnis belastet.

Im chinesischen Markt haben auch die Premiumhersteller ihre Modelle preislich repositioniert. Die Verbraucher erwarten zudem verstärkt Preisnachlässe.

Wie erwähnt ist auch im US-Markt der Trend zu Incentives gestiegen.

Innerhalb Europas ist vor allem der Absatz mit kompakten Modellen in Süd- und Westeuropa gewachsen. Dort hält die erfreuliche Tendenz zur Erholung an.

Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 6

Die BMW Group baut das weltweite Produktionsnetzwerk aus und stärkt ihre Kernkompetenzen im Entwicklungsbereich. Zudem erhöht das Unternehmen seine Expertise in der IT, beispielsweise in Zukunftstechnologien wie Digital Services. Die Belegschaft des Unternehmens ist zum 30. Juni auf 119.489 Mitarbeiter gewachsen, ein Plus von 6,2%.

Entsprechend sind im Berichtszeitraum höhere Personalkosten für die BMW Group angefallen. In Deutschland, wo gut 70% der Mitarbeiter beschäftigt sind, kam die mit den Tarifpartnern vereinbarte Gehaltserhöhung um 3,4% hinzu, die seit dem 1. April 2015 wirksam ist.

Auch im zweiten Quartal haben sich Wechselkursveränderungen positiv ausgewirkt und einen niedrigen dreistelligen Millionenbetrag zum Ergebnis beigetragen. Für das Gesamtjahr erwarten wir weiter positive Effekte daraus. In den Hauptwährungen ist der Konzern weitgehend abgesichert. Auch für die Folgejahre haben wir bereits Währungsabsicherung zu attraktiven Konditionen getätigt.

Gegenüber dem Vergleichszeitraum fielen im ersten Halbjahr 2015 höhere Vertriebs- und Verwaltungskosten an. Der Anstieg beruht neben den erwähnten Personalkosten auch auf höheren Aufwendungen für IT-Projekte und Markteinführungskosten für die genannten neuen Modelle.

Im Finanz-Ergebnis des Segments Automobile liegt der Ergebnisbeitrag des chinesischen Joint-Ventures BBA unter demjenigen des Vorjahreszeitraums.

Neben der Normalisierung des Marktes wirken sich die Anlaufkosten neuer Fahrzeuge und die Kapazitätserweiterung belastend auf den BBA-Ergebnisbeitrag aus. Unser Joint-Venture in China bereitet aktuell den Anlauf von neuen Modellen und Antriebstechnologien vor und investiert in den Bau eines neuen Motorenwerks.

Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 7

Des Weiteren hat die Stichtagsbewertung von Finanzderivaten das Finanzergebnis des Segments negativ beeinflusst.

Abschließend betrachte ich noch die Finanzlage des Automobilsegments:

Per 30. Juni hat sich der Free Cashflow sehr stark erhöht – im zweiten Quartal haben wir aktiv Lagerbestände abgebaut. Der Free Cashflow beträgt zum Stichtag 2,56 Mrd. €. Wir halten für das Gesamtjahr an dem Zielwert von über 3 Mrd. € fest.

Im Segment Automobile beläuft sich das Nettofinanzvermögen per 30. Juni auf 13,60 Mrd. €.

Damit komme ich zum Segment Finanzdienstleistungen. Mit dem internationalen Ausbau ihres Geschäfts ist die Sparte weiter auf Wachstumskurs: Im ersten Halbjahr hat das Segment mehr als 801.000 neue Leasing- und Finanzierungsverträge mit Endkunden abgeschlossen. Das entspricht einem Zuwachs von 10,0% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Das Neugeschäftsvolumen beträgt per 30. Juni 2015 24,63 Mrd. € und hat sich um 26,3% erhöht. Wechselkursbereinigt ist das Neugeschäftsvolumen um 15,3% gewachsen.

Zum 30. Juni hat sich der Vertragsbestand mit Endkunden auf 4,15 Mio. Verträge erhöht. Das ist ein Plus von 6,6% gegenüber dem Vorjahreswert. Das Wachstum ist insbesondere auf die Region Asien/ Pazifik zurückzuführen, in dem sich der Vertragsbestand mit Endkunden um 19,2% erhöht hat. In den Regionen Amerika und Europa/ Afrika/ Mittlerer Osten verzeichnet Financial Services jeweils ein solides Wachstum in der Kundenfinanzierung.

Die Penetrationsrate des Segments, also die Quote der durch Financial Services finanzierten oder geleasteten Neufahrzeuge, beträgt im ersten Halbjahr 45,1%. Sie liegt um 4,2 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert und beruht im Wesentlichen auf der Zunahme des Finanzierungsgeschäfts.



Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 8

Die Nachfrage nach Finanzdienstleistungsprodukten hält in allen Weltregionen weiter an, sowohl beim Leasing als auch bei der Kreditfinanzierung. BMW Group Financial Services strebt wie bisher ein profitables Wachstum an und berücksichtigt dabei ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Leasing und Finanzierung.

Durch das dynamische Wachstum im ersten Halbjahr hat sich das Vorsteuerergebnis von Financial Services um 16,6% auf 1,06 Mrd. € erhöht. Attraktive Refinanzierungskonditionen und eine solide Risikosituation begünstigen aktuell die Ergebnisentwicklung des Segments, ebenso wie Währungsumrechnungseffekte von Ergebnissen außerhalb Europas.

Das Risikoumfeld zeigt sich insgesamt weiterhin stabil: Sowohl das Preisniveau der internationalen Gebrauchtwagenmärkte als auch die Kreditrisiken sind im Vergleich zum Vorjahr unverändert geblieben.

Die Verlustquote für das gesamte Kreditportfolio liegt mit niedrigen 0,34% unter dem Vorjahreswert. Wir betreiben adäquate Risikovorsorge und ein umfangreiches und vorausschauendes Risikomanagement. Auf seiner Basis erwarten wir auch für die zweite Jahreshälfte eine anhaltend stabile Situation für die Restwert- und Kreditrisiken. Diese sollte eine weiterhin positive Geschäftsentwicklung im Segment Financial Services unterstützen.

Abschließend noch zum Segment Motorräder: BMW Motorrad setzt seinen Erfolgskurs weiter fort – mit Bestwerten bei Absatz, Umsatz und Ergebnis. Die Neuausrichtung des Segments und die zielstrebige Ausweitung des Portfolios zeigen positive Wirkung.

Im ersten Halbjahr 2015 hat sich der Absatz der Marke um 10,5% auf über 78.000 Zweiräder erhöht. Deutlich gewachsen ist BMW Motorrad dabei in der Heimatregion Europa, in der fast zwei Drittel der Auslieferungen erfolgen.



Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 9

Im chinesischen Markt wächst BMW Motorrad seit dem Markteintritt im vergangenen Jahr dynamisch.

Der Umsatz beträgt im ersten Halbjahr 1,19 Mrd. €. Die Erlöse liegen auch aufgrund von Währungseffekten um 18,9% deutlich über dem Vorjahrszeitraum. Das EBIT hat sich per Juni auf 227 Mio. € nahezu verdoppelt.

Das stark saisonal geprägte Geschäftsfeld profitiert neben dem höheren Absatzvolumen von positiven Mix- sowie Währungseffekten.

Ich komme zum Ausblick für die zweite Jahreshälfte. Wir erwarten, dass die BMW Group ihren bisherigen Erfolgskurs fortsetzt und im Gesamtjahr neue Höchstwerte bei Absatz, Umsatz und Ergebnis erreichen wird. Dabei legen wir weitgehend konstante Umfeldbedingungen für die kommenden Monate zugrunde.

In Erwartung eines weiterhin positiven Geschäftsverlaufs bestätigen wir die für 2015 gesetzten Ziele:

- einen soliden Anstieg des Konzernergebnisses vor Steuern;
- eine solide Absatzsteigerung und eine deutliche Umsatzsteigerung im Automobilsegment sowie eine EBIT-Marge im Korridor von 8-10%.
- Bei BMW Motorrad planen wir mit soliden Absatzzuwächsen.
- Im Bereich Finanzdienstleistungen erwarten wir eine Eigenkapitalrendite auf dem Niveau des Vorjahrs und damit über dem Zielwert von mindestens 18%.

Der tatsächliche Geschäftsverlauf kann je nach Entwicklung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von den aktuellen Erwartungen abweichen.



Presse-Information

Datum 4. August 2015

Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2015

Seite 10

Das zweite Halbjahr wird stärker von Investitionen, Entwicklungskosten sowie Personalkosten belastet sein. Sollten die Herausforderungen im chinesischen Markt zunehmen, können wir Auswirkungen auf unsere Prognosen nicht ausschließen.

Die BMW Group hat sich ein nachhaltiges Wachstum und eine starke Profitabilität zum Ziel gesetzt. Wir verbessern dafür kontinuierlich unsere Wettbewerbsfähigkeit. Unsere finanzielle Stärke nutzen wir für gezielte Investitionen. Damit passen wir unser Geschäft an veränderte regulatorische Rahmenbedingungen an und entwickeln neue Geschäftsfelder.

Auf die Volatilität des wirtschaftlichen Umfelds, aber auch auf langfristige Veränderungen seiner Rahmenbedingungen stellt sich das Unternehmen flexibel ein. Mit seiner klaren strategischen Ausrichtung bleibt es auch in Zukunft auf Wachstumskurs.

Vielen Dank.