

BMW Group

Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information
17. März 2010

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede von Dr. Friedrich Eichiner Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen Bilanzpressekonferenz München, 17. März 2010

Meine Damen und Herren,

herzlich willkommen auch von meiner Seite.

Zwei wesentliche Aspekte unseres Jahresabschlusses 2009 möchte ich voranstellen:

1. Wir haben 2009 wie geplant ein positives Ergebnis erzielt. Dieses liegt sogar im dreistelligen Millionenbereich.
2. Wir haben das vierte Quartal im Automobilgeschäft positiv abgeschlossen und damit die Trendwende vollzogen.

Dies haben wir vor allem aus zwei Gründen erreicht:

- Dazu beigetragen hat zum einen unser konsequentes Krisen- und Finanzmanagement.
- Zum anderen haben wir von den bislang umgesetzten Effizienzmaßnahmen der Strategie Number ONE profitiert. Dank weiterer umfassender Kosteninitiativen konnten wir nicht nur einen Verlust vermeiden. Wir konnten unser Konzernergebnis vor Steuern gegenüber dem Vorjahr sogar verbessern.

Wir haben die weltweite Wirtschaftskrise besser überstanden als viele Wettbewerber. Wir haben diese Phase zur intensiven Vorbereitung auf die kommenden Jahre genutzt und unsere Kostensituation verbessert.

Kommen wir zu den Geschäftszahlen. Ich setze bei der Darstellung unserer Eckzahlen Schwerpunkte – alles Weitere liegt gedruckt vor Ihnen.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 (0)89 / 382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Rolls-Royce
Motor Cars Limited



Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 2

Unser Absatzrückgang lag mit 10,4% in dem von uns gesetzten Korridor von 10-15%. Wir hatten für diesen Fall ein positives Ergebnis in Aussicht gestellt.

Unsere Umsatzerlöse im Konzern beliefen sich auf knapp 50,7 Mrd. Euro.

Wir konnten im Konzern ein deutlich positives Ergebnis vor Steuern erzielen, das mit 413 Mio. Euro nahezu 18% über dem Vorjahr lag. Dies bestätigt unsere solide Planung und unser vorausschauendes Management. Es ist uns gelungen, die Herausforderungen der Krise zu bewältigen.

Wir waren mit unserer frühzeitigen Produktions- und Absatzsteuerung in einem schwierigen Marktumfeld erfolgreich. Auch die im Rahmen der Strategie Number ONE gehobenen Effizienzen haben positiv zum Ergebnis beigetragen.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung eine Dividende für Stammaktien von 30 Eurocent und eine Dividende je Vorzugsaktie von 32 Eurocent vor. Die Dividendensumme beträgt wie im Vorjahr insgesamt 197 Mio. Euro. Wir werden damit den Großteil des Jahresüberschusses der BMW AG an unsere Aktionäre ausschütten.

Das Vorsteuerergebnis im Konzern war im vierten Quartal mit 334 Mio. Euro deutlich positiv.

Damit komme ich zum Automobilsegment. Im vierten Quartal konnten wir mit 93 Mio. Euro ein positives EBIT erzielen. Wir haben damit auch im Segment die Rückkehr zur Profitabilität geschafft. Das stabilere Marktumfeld und umfangreiche Effizienzmaßnahmen kamen uns dabei zugute.

Das operative Ergebnis des Segments Automobile liegt per 31. Dezember bei -265 Mio. Euro. Trotz des positiven Trends im vierten Quartal konnten wir die Verluste der ersten neun Monate nicht vollständig ausgleichen.

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 3

Zusatzbelastungen gegenüber dem Vorjahr in Höhe von -194 Mio. Euro ergaben sich aus Währungseffekten. Hier schlug sich vor allem die Verschlechterung der Transaktionskurse des britischen Pfunds und einiger Währungen von Emerging Markets nieder. Vor allem für Altersteilzeit-Verträge, aber auch für freiwillige Abfindungen entstand ein Aufwand von -324 Mio. Euro. Wir haben die für Unternehmen und Mitarbeiter vorteilhafte gesetzliche Altersteilzeitregelung vor ihrem Auslaufen intensiv genutzt. Vor allem im vierten Quartal haben viele Mitarbeiter Altersteilzeitverträge unterzeichnet.

Der Volumenrückgang und gesunkene Deckungsbeiträge belasteten unser Ergebnis mit -3,3 Mrd. Euro. Zu gleichen Teilen wirkten sich hier der zehnpromtente Absatzrückgang und die Effekte des krisenbedingt härteren Wettbewerbs aus.

Positive Effekte in Höhe von knapp 380 Mio. Euro resultierten aus dem Rückgang der Rohstoffpreise und der Abschreibungen gegenüber Vorjahr.

Wie erwähnt haben uns die Maßnahmen unserer Strategie Number ONE Rückenwind gegeben. Wir konnten 2009 von bereits umgesetzten Effizienzmaßnahmen profitieren.

Vor allem durch den Stellenabbau des Jahres 2008 konnten wir den Personalaufwand um 561 Millionen Euro absenken.

Die umgesetzten Effizienzmaßnahmen aus der Strategie Number ONE trugen mit 648 Mio. Euro zum Ergebnis im Automobilsegment bei. Wir haben vor allem Fixkosten und Materialkosten deutlich verringern können. Für die Fixkostenreduzierungen haben wir umfangreiche Effizienz- und Kostenmaßnahmen in Vertrieb, Entwicklung und Produktion durchgeführt. Unsere Fixkosten liegen heute unter dem Niveau von 2005.

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 4

Unsere Materialkosten sanken 2009 vor allem durch die ressortübergreifende Materialkostenoffensive sowie durch höhere Skaleneffekte und Synergien im Einkauf.

In den kommenden Jahren erwarten wir weitere, deutliche Einsparungen durch Effizienzmaßnahmen – vor allem im Bereich der variablen Kosten. Hierzu trägt wesentlich die Absenkung der Herstellkosten bei neuen Modellen bei.

Wie geplant konnten wir unsere Investitionen durch einen optimierten Kapitaleinsatz deutlich senken. Wir haben die Investitionen auf Konzernebene um mehr als 700 Mio. Euro gegenüber Vorjahr reduziert.

Hierzu trugen vor allem Maßnahmen zur Weiterverwendung bestehender Produktionsstrukturen bei – zudem die intensivere Nutzung von Baukästen und eine verringerte Variantenkomplexität. Unsere Investitionsquote lag unter 7%. Wir haben durch die Effizienzverbesserungen beim Kapitaleinsatz die Zielquote aus der Strategie Number ONE erreicht.

Ein optimierter Kapitaleinsatz gab uns die Freiräume für umfangreiche Zukunftsinvestitionen. Diese fanden 2009 vor allem in den für uns wichtigen Märkten Deutschland, USA, China und Indien statt.

Auch beim Forschungs- und Entwicklungsaufwand konnten wir Effizienzen heben. Durch die Nutzung von Synergien und einen noch effizienteren Umgang mit Ressourcen haben wir sowohl den Aufwand als auch die F&E-Quote auf 4,8% abgesenkt.

Dies war auch dank des forcierten Einsatzes von virtuellen Simulations- und Absicherungstechnologien in den vergangenen Jahren möglich.

Wir haben dadurch weitere, notwendige Freiräume für die Entwicklung zukunftsweisender Technologien, v. a. im Bereich Elektromobilität und

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 5

alternativer Antriebe, geschaffen. 2009 haben wir vor allem innovative Entwicklungsprojekte auf diesen Gebieten vorangetrieben.

Die Strategie Number ONE hat wesentliche strukturelle Veränderungen bewirkt. Natürlich haben auch wir nicht die Krise kommen sehen – aber wir waren dank unserer Strategie gut gewappnet.

In der akuten Krisensituation waren eine ausreichende Liquidität und ein guter Kapitalmarktzugang entscheidend.

Unsere liquiden Mittel lagen zum Jahresende 2009 bei 9,4 Mrd. Euro. Wir sind damit weiterhin sehr gut aufgestellt. Wir werden die Liquidität an die weitere Entwicklung der Weltwirtschaft und der Kapitalmärkte anpassen.

Wir haben 2009 angesichts des Markteinbruchs sofort und konsequent Produktion und Absatz synchronisiert. Dieses rechtzeitige und flexible Agieren kam unserem Working Capital zugute.

Als Ergebnis unserer Free Cashflow-Steuerung konnten wir unser Working Capital gegenüber dem Vorjahr um rund 2,1 Mrd. Euro im Segment Automobile senken.

Zum Jahresende betrug der bereinigte Free Cashflow des Segments Automobile knapp 1,5 Mrd. Euro. Wir bereinigten insgesamt 2,2 Mrd. Euro: 1,6 Mrd. Euro aus der Ausfinanzierung einer weiteren Tranche unserer deutschen Pensionsverpflichtungen sowie rund 600 Mio. Euro aus dem Ankauf kurzfristiger Wertpapiere. Wir konnten durch die Umschichtung bessere Konditionen realisieren. Unbereinigt beläuft sich unser Free Cashflow für 2009 auf -754 Mio. Euro.

Generell konnten wir unsere Finanzierung zu wettbewerbsfähigen Konditionen zu jedem Zeitpunkt sicherstellen. Das hat zum einen mit unserer

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 6

Vertrauenswürdigkeit zu tun. Zum anderen sind wir in allen Währungsräumen vertreten und nutzen zur Refinanzierung ein breites Instrumentarium.

Unser Refinanzierungsbedarf resultiert – darauf lege ich Wert – ausschließlich aus dem Leasing- und Kreditgeschäft der Sparte Finanzdienstleistungen.

Die Anpassung unserer Kurz- und Langfristratings in Folge der Wirtschafts- und Finanzkrise hatte keine nennenswerte Auswirkung auf unsere Refinanzierungsaktivitäten. Die Risikoprämien (Credit Spreads) sind im Verlauf des Jahres durch die stabileren Umfeldbedingungen gesunken. Unsere Refinanzierungskosten haben sich im Jahresverlauf kontinuierlich reduziert. Die Situation an den Kapitalmärkten hat sich entspannt.

Unsere Planungen gehen über die aktuelle Situation hinaus: Ich möchte Ihnen hier kurz skizzieren, wie wir uns künftig noch besser refinanzieren wollen.

Wie angekündigt entwickeln wir BMW Financial Services strategisch weiter.

Wir werden künftig Finanzdienstleistungsaktivitäten noch stärker in unsere US-Bank in Utah und in die BMW Bank Deutschland überführen. Wir wickeln heute schon große Teile unseres nordamerikanischen Finanzdienstleistungsgeschäfts über die US- Bank ab und refinanzieren uns über diese.

In Europa werden wir zunehmend Finanzdienstleistungsgeschäft in die BMW Bank Deutschland integrieren. Wir werden künftig in den europäischen Märkten mit Filialen der BMW Bank Deutschland agieren, die unter der deutschen Banklizenz geführt werden. Bislang haben wir dies nur in Portugal so gehandhabt. Im Dezember 2009 ist die Integration der spanischen Aktivitäten in die BMW Bank erfolgt. Weitere Länder werden sukzessive eingegliedert.

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 7

Mit dem Ausbau der BMW-Bank schaffen wir die Voraussetzungen, unsere Refinanzierung durch Einlagen und Zentralbank-Liquidität zu optimieren. Dadurch werden wir deutlich flexibler und effizienter.

Damit komme ich zur aktuellen Geschäftsentwicklung im Segment Finanzdienstleistungen, das sich 2009 deutlich positiv entwickelt hat. Es konnte sich im schwierigen Marktumfeld behaupten und erzielte im Gesamtjahr ein Vorsteuerergebnis von 365 Mio. Euro.

Im vierten Quartal betrug das EBT 118 Mio. Euro. Die drei wesentlichen Gründe dafür waren:

- die aktive Ausnutzung verbesserter Refinanzierungskonditionen
- ein konsequenteres Forderungsmanagement sowie
- geringere Risikovorsorgen. Wir hatten schon im Vorjahr das Leasing-Portfolio umfassend an die veränderte Situation angepasst.

Wir konnten im Segment mehr als 1 Mio. Neuverträge abschließen, 15,2 Prozent weniger als im Vorjahr. Der Vertragsbestand mit Endkunden und Händlern erhöhte sich damit um 1,8 Prozent auf knapp 3,1 Mio. Einheiten.

Die Penetrationsrate erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr leicht auf 49 Prozent. Im Kundenneugeschäft lag der Anteil des Leasinggeschäfts am Neugeschäft bei knapp 30 Prozent.

Im Jahr 2009 haben wir die Restwertannahmen in den Leasing-Neuverträgen weiter an die gesunkenen Markterwartungen angepasst. Wir haben damit den durch die Finanzkrise veränderten Rahmenbedingungen sowie der aktuell höheren Volatilität in den Gebrauchtwagenmärkten operativ und in der Risikovorsorge Rechnung getragen.

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 8

Wir haben zudem marktspezifische Programme zur Wiedervermarktung über das Händlernetz verstärkt. Dazu zählt unter anderem das sehr erfolgreiche CPO-Programm in den USA. CPO steht für Certified Pre-Owned.

Unser Händlernetz setzte mehr als 114.000 CPO-Fahrzeuge ab und übertraf damit noch das Rekordjahr 2008. Dadurch konnten wir die Vermarktung unserer Leasing-Rückläufer im Gebrauchtwagenmarkt deutlich verbessern. Durch das Gebrauchtwagenprogramm führen wir zudem neue Kunden an die Marke BMW heran.

In USA, Kanada und UK haben sich die Gebrauchtwagenmärkte in 2009 generell erholt. Sie zeigten auch in der zweiten Jahreshälfte eine überwiegend stabile Entwicklung. Auf europäische Gebrauchtwagenmärkte wirkten sich die staatlichen Absatzhilfen negativ aus. In Europa konnten wir zum Jahresende eine erste Bodenbildung erkennen.

Eine zusätzliche Risikovorsorge für die Leasing-Bestände war im Jahr 2009 nicht notwendig. Positive und negative Ergebniseffekte glichen sich weitgehend aus.

Wir rechnen weiterhin mit einer anhaltend schwierigen und uneinheitlichen Entwicklung der Gebrauchtwagenmärkte.

Auch das Niveau der Forderungsausfälle war 2009 von der Finanzkrise geprägt. Die Verlustquote für das gesamte Kreditportfolio belief sich 2009 auf 0,84 Prozent. Damit erhöhte sie sich gegenüber dem Vorjahr um 25 Basispunkte. Sie lag aber in der von uns erwarteten Bandbreite zwischen 0,75-0,85%. Einen Anstieg der Verlustquote hatten wir schon zu Jahresbeginn in unserer Planung berücksichtigt.

Das Kreditausfallrisiko ist weiterhin erhöht. Die Entwicklung der Kreditausfallrate wird von der allgemeinen volkswirtschaftlichen Entwicklung und der Arbeitslosigkeit in den Märkten abhängen.

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 9

Unser Risikomanagement hat sich gerade in Krisenzeiten als angemessen und wirksam erwiesen. Insgesamt ist BMW Financial Services deutlich krisenfester aufgestellt und auf den Profitabilitätspfad zurückgekehrt.

Damit zum Segment Motorräder. In einem sehr schwierigen Marktumfeld konnte sich BMW Motorrad 2009 gut behaupten und Marktanteile ausbauen. Gegenüber dem Vorjahr ging der Absatz um 14% auf mehr als 87.000 Fahrzeuge zurück. Der für BMW Motorrad relevante Weltmarkt schrumpfte dagegen um mehr als 30%.

Auf diese Marktsituation hat BMW Motorrad flexibel reagiert: Das Produktionsvolumen wurde gezielt an die Nachfrage angepasst. Dadurch blieben die Margen unverändert.

In den sieben wichtigen Motorradmärkten Großbritannien, Italien, Frankreich, Spanien, USA, Japan und Deutschland steigerte BMW Motorrad seine Marktanteile. Das EBIT des Segments Motorräder ging auf 19 Mio. Euro zurück.

Wir haben 2009 eine gute Ausgangsbasis für weiteres Wachstum geschaffen. BMW Motorrad ist zum Frühjahr 2010 mit zahlreichen neuen Modellen in den Erlebniswelten Enduro, Tourer, Urban, Sport und HP am Start.

Abschließend komme ich zum aktuellen Geschäftsjahr. Welche Erwartungen haben wir?

Generell blicken wir mit vorsichtigem Optimismus nach vorn. Wir gehen wie unabhängige Marktexperten davon aus, dass sich das Premiumsegment 2010 erholen wird.

Auf Jahressicht planen wir solide Absatzzuwächse im einstelligen Prozentbereich.

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 10

Wachstumschancen bestehen abgesehen von der zu erwartenden Markterholung vor allem durch unsere neuen Produkte. Mit den kommenden Fahrzeugen werden wir unsere Wettbewerbssituation weiter ausbauen und unsere Preisposition verbessern.

Wir haben neue Prozesse eingeführt, um flexibler auf Angebot und Nachfrage in den Märkten zu reagieren und so die Ergebnisqualität zu verbessern. Wir wollen damit eine deutliche Stärkung unseres Ergebnisbeitrags im Vertrieb erreichen.

Wir profitieren auch in diesem Jahr von den fortschreitenden Profitabilitätsmaßnahmen im Bereich der variablen und fixen Kosten. Mit den umfangreichen Kosten- und Effizienzmaßnahmen haben wir das Unternehmen in den vergangenen Jahren auf die veränderten Umfeldbedingungen eingestellt. Die erzielten Effizienzen und Prozessverbesserungen werden wir nachhaltig in unsere Prozesse und Strukturen einbauen.

Für 2010 streben wir eine spürbare Verbesserung unseres Konzernergebnisses (EBT) an. Im Segment Automobile wollen wir eine EBIT-Marge im niedrigen einstelligen Prozentbereich erreichen. Wir planen damit einen maßgeblichen Schritt hin zu unserer strategischen Zielsetzung. Eine EBIT-Marge von 8-10% im Segment Automobile und ein RoCE von mindestens 26% sind unverändert unsere klaren Profitabilitätsziele für 2012.

Wir wollen ferner im Automobilssegment einen bereinigten Free Cashflow in der Größenordnung des Vorjahrs erreichen.

In den ersten beiden Monaten ist unser Absatz im zweistelligen Prozentbereich gestiegen. Dies ist aber vor allem bedingt durch Basiseffekte. Generell erwarten wir noch kein starkes erstes Quartal. Wir gehen davon aus, dass sich der Absatz im Vergleich zum vierten Quartal 2009 saisonal bedingt

Presse-Information
Datum 17. März 2010
Thema Rede von Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz 2010
Seite 11

verringert. Die neue 5er Limousine wird sukzessive erst ab Ende März weltweit eingeführt. Positive Effekte wird sie erst im Jahresverlauf generieren. Das erste Quartal wird ergebnisseitig noch nicht davon profitieren.

Wir sind dank der erreichten Effizienzmaßnahmen in einer guten Position. Wir profitieren in den verschiedenen Unternehmensbereichen von den laufenden Maßnahmen der Strategie Number ONE.

Eine konsequente Wertorientierung steht weiterhin bei uns im Fokus. Wir richten das Unternehmen gezielt auf Profitabilität aus.

Sie wird die Basis für eine Wertsteigerung des Unternehmens sein – aber auch der Garant für eine erfolgreiche Zukunft.

Vielen Dank.