

Presse-Information
3. November 2015

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede

Dr. Friedrich Eichiner

Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen

Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2015

3. November 2015, 10:00 Uhr

Meine Damen und Herren,

auch von meiner Seite einen guten Morgen!

In einem herausfordernden Umfeld hat die BMW Group bei Absatz, Umsatz und Ergebnis die Vorjahreswerte übertroffen. Nach neun Monaten liegt das Unternehmen damit auf Kurs. An den anspruchsvollen Zielen für das Gesamtjahr 2015 arbeiten wir weiter intensiv.

Die Nachfrage nach Premium-Fahrzeugen von BMW, MINI und Rolls-Royce ist auch im dritten Quartal unvermindert hoch gewesen. Mit über 545.000 Automobilen und nahezu 34.000 Motorrädern hat der Absatz im Dreimonatszeitraum einen neuen Höchstwert erreicht. Er ist um 6,9% bzw. bei BMW Motorrad um 16,3% gegenüber dem Vorjahreszeitraum gewachsen.

Die Zuwächse gehen vor allem auf die attraktiven neuen Modelle zurück. Bei BMW haben die 2er und 4er Serie und die X-Modelle, bei MINI die neuen 3- und 5-Türer am meisten zugelegt.

Wie im ersten Halbjahr sind vor allem die reifen Märkte die Absatztreiber gewesen. In den europäischen Staaten haben unsere Premiummarken eine hohe Nachfrage erlebt. Per September hat die BMW Group hier mehr als 731.600 Automobile ausgeliefert, ein Plus von 10,3%.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Auch in Amerika hat sich das solide Wachstum weiter fortgesetzt. Die

Auslieferungen sind dort nach neun Monaten auf über 361.500 Einheiten um 7,0%

Presse-Information

Datum 3. November 2015

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

Seite 2

gestiegen. Dazu trugen vorwiegend die USA bei, mit nahezu 296.000 Auslieferungen. Der starke US-Dollar macht den Markt für ausländische Anbieter nach wie vor attraktiv. Allerdings hat sich die Wettbewerbsintensität im Markt deutlich erhöht.

In Japan legte das Absatzvolumen der BMW Group solide zu.

In China hält der Trend zur Normalisierung an. Die volkswirtschaftliche Dynamik hat sich verlangsamt – die Wachstumsraten bei Bruttoinlandsprodukt und im Automobilmarkt sind wie erwartet geringer ausgefallen. Die Turbulenzen an den Festlandsbörsen haben in den vergangenen Monaten die Zuversicht der Verbraucher gedämpft. Insgesamt erwarten wir eine Stabilisierung der wirtschaftlichen Situation im Markt, bei einem geringeren Wachstumstempo. Per September hat die BMW Group nahezu 343.000 Fahrzeuge in Festland-China ausgeliefert – ein Plus von 1,9%.

Die BMW Group hat vorausschauend die Produktion in und für China an die geringere Dynamik angepasst. Mit Schulungen und Maßnahmenpaketen unterstützen wir zudem die chinesischen Händler im intensiveren Wettbewerb.

Im dritten Quartal gingen im chinesischen Markt noch keine Absatzimpulse von den kürzlich eingeführten Modellüberarbeitungen der 3er Reihe aus.

Diese erwarten wir ab dem vierten Quartal, auch nach der Einführung des neuen 7ers. 2016 wird sich das Produktmomentum weiter verbessern, u.a. durch den neuen X1.

Als einer der führenden Anbieter im Premiumsegment rechnen wir weiterhin mit einer positiven mittel- und langfristigen wirtschaftlichen Entwicklung in China. Die



Presse-Information

Datum 3. November 2015

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

Seite 3

chinesischen Kunden sind qualitätsbewusst und anspruchsvoll. Sie sind markenaffin und schätzen Premiumprodukte.

Dank der ausgewogenen globalen Positionierung und junger, attraktiver Produkte erwartet die BMW Group auch im vierten Quartal Absatzzuwächse.

Das weltweite Absatzwachstum hat den Umsatz des Konzerns im dritten Quartal 2015 deutlich ansteigen lassen: Die Umsatzerlöse betragen knapp 22,35 Mrd. €. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist dies ein Zuwachs von 14,0%. Der Einfluss positiver Umrechnungseffekte aus Währungen ist gegenüber dem ersten Halbjahr geringer. Bereinigt um diese ist der Umsatz nur um 7,7% gewachsen.

Im dritten Quartal hat der Konzern ein Vorsteuerergebnis von 2,26 Mrd. € erzielt, ein Plus von 12,8% gegenüber dem Vergleichsquartal. Das Finanzergebnis hat sich gegenüber dem Vorjahrsquartal dank geringerer negativer Effekte aus der Marktbewertung von Derivaten deutlich verbessert.

Im Neun-Monats-Zeitraum beträgt das Vorsteuerergebnis der BMW Group 7,11 Mrd. €.

Die EBT-Marge liegt per September bei 10,6%.

Ich komme zu unserer Investitions- und Entwicklungstätigkeit.

Die BMW Group hält konsequent an ihrer Investitionsstrategie fest. Mit dem Ausbau des Portfolios und der Geschäftsfelder stellt sich der Konzern wettbewerbsfähig auf. Per September hat das Unternehmen insgesamt 3,66 Mrd. € in Anlagen und Produkte investiert.



Presse-Information

Datum 3. November 2015

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

Seite 4

Die Schwerpunkte der Investitionstätigkeit sind die neu eingeführten Modelle 7er Limousine, X1 sowie MINI Clubman und 2er Gran Tourer gewesen.

Die Investitionsquote nach neun Monaten beträgt 5,4% vom deutlich höheren Umsatz. Im Gesamtjahr sind Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen auf Vorjahresniveau geplant. Das vierte Quartal wird wie saisonal üblich durch hohe Investitionen geprägt sein – voraussichtlich stärker als das Schlussquartal 2014.

Im Gesamtjahr sollte die Investitionsquote den langfristigen Zielwert von unter 7% vom Umsatz erreichen.

Die Forschungs- und Entwicklungsleistungen per September 2015 betragen 3,69 Mrd. €. Gegenüber dem Vergleichszeitraum ist dies ein Anstieg um 15,3%. Die Entwicklungskosten sind durch den Serienanlauf der neu eingeführten Modelle, insbesondere der 7er Limousine mit neuer Heckantriebsarchitektur, gestiegen. Auch die Fahrzeugarchitektur der kompakten Baureihen hat Entwicklungskosten ausgelöst. Aus diesen Themen erklärt sich auch die höhere Aktivierungsquote.

Weitere Entwicklungsschwerpunkte waren Leichtbau, alternative Antriebe und Vernetzung.

Die F&E-Quote (HGB) beträgt wie im Vorjahreszeitraum 5,5%. Wir erwarten im Gesamtjahr eine Quote auf Vorjahresniveau.

Die Liquiditätsposition der BMW Group beträgt per Ende September 10,9 Mrd. €. Das Unternehmen ist mit dieser finanziellen Ausstattung gut abgesichert.

Jetzt zur Ertragslage der einzelnen Segmente, zunächst zum Automobilsegment. Gegenüber dem Vorjahresquartal hat das Unternehmen knapp 35.400 Einheiten



Presse-Information

Datum 3. November 2015

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

Seite 5

mehr an Kunden ausgeliefert. Die Umsatzerlöse des Segments belaufen sich im dritten Quartal auf 20,97 Mrd. €. Das entspricht einem Plus von 15,6%. Bereinigt um Währungseffekte sind die Umsatzerlöse um 8,6% gestiegen.

Im dritten Quartal beträgt das EBIT des Segments 1,91 Mrd. € – das ist ein Zuwachs von 12,7% gegenüber dem Vorjahr. Dem entspricht eine EBIT-Marge von 9,1%. Die Profitabilität wurde auch durch die Kalendarisierung der Kosten beeinflusst: Ein überproportionaler Teil der Projektkosten des Gesamtjahrs wird erst im vierten Quartal anfallen.

Per September hat das Automobilsegment Umsatzerlöse von 61,51 Mrd. € erzielt. Gegenüber dem Vorjahr ist der Umsatz um 15,6% gestiegen.

Das Segment-EBIT nach neun Monaten beläuft sich auf 5,53 Mrd. €. Dem entspricht eine EBIT-Marge von 9,0%. Der Wert liegt im Zielkorridor und erfüllt insofern unseren Anspruch an die Segmentprofitabilität.

Die Zuwächse bei Umsatz und Ergebnis spiegeln insbesondere das höhere Absatzvolumen wider. Bei den X-Modellen konnten vor dem Auslauf des X1 vor allem die größeren Klassen zulegen. Daneben haben die neuen Modelle der 2er Baureihe das Wachstum getrieben.

Das Preisumfeld hat sich global im dritten Quartal gegenüber dem zweiten Quartal stabilisiert. Die europäischen Märkte haben sich leicht positiv entwickelt, während in den USA der Wettbewerb zunahm.

Die Personalkosten sind per September im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Der Personalbestand des Segments Automobile hat sich um 5.947 Mitarbeiter erhöht.

Presse-Information

Datum 3. November 2015

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

Seite 6

Einstellungen sind im gesamten weltweiten Produktionsnetzwerk, in der Entwicklung und der IT erfolgt. Damit stärkt das Unternehmen seine Expertise in Zukunftstechnologien im Bereich Digitalisierung.

Wechselkurs- und Rohstoffpreisveränderungen haben zur positiven Ergebnisentwicklung des dritten Quartals beigetragen. Im Gesamtjahr erwarten wir einen mittleren dreistelligen Millionenbetrag.

Das Finanzergebnis des Segments Automobile im dritten Quartal hat sich gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahrs verbessert. Im Vorjahr hatte eine Wertberichtigung auf die SGL Carbon-Anteile das Ergebnis belastet. Zudem sind die negativen Effekte aus der Marktbewertung von Derivaten niedriger ausgefallen als im Vorjahrsquartal.

Im vierten Quartal ist saisonal bedingt mit einem höheren Kostenanstieg zu rechnen, der das Ergebnis dämpfen wird. Dagegen rechnen wir mit weiteren Absatzzuwächsen zum Jahresende.

Per 30. September hat sich die Finanzlage des Automobilsegments unverändert positiv entwickelt. Zum Stichtag sind Vorräte zur Einführung der neuen Modelle aufgebaut worden. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum fiel der Working Capital-Aufbau aber um rund 900 Mio. € geringer aus.

Dieser Rückgang hat wesentlich zum Anstieg des Free Cashflow beigetragen, der sich nach neun Monaten auf 3,38 Mrd. € beläuft.

Im vierten Quartal wird der Free Cashflow aufgrund des Kostenanstiegs und der starken Investitionstätigkeit sowie der damit verbundenen Zahlungsverpflichtungen gegenüber Lieferanten schwächer ausfallen. Für das Gesamtjahr halten wir dennoch an dem Zielwert von über 3 Mrd. € fest.

Presse-Information
Datum 3. November 2015
Thema Rede Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2015
Seite 7

Das Nettofinanzvermögen beläuft sich per 30. September auf 14,77 Mrd. €.

Damit komme ich zum Segment Finanzdienstleistungen. Das solide Wachstum der Sparte hat sich im dritten Quartal fortgesetzt: Mehr als 420.600 neue Verträge mit Endkunden wurden abgeschlossen, ein Plus von 9,9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Per September kamen insgesamt mehr als 1,22 Mio. Verträge mit Endkunden zustande, mit einem Finanzierungsvolumen von 37,28 Mrd. €. Insbesondere in China und in den USA nahm das Geschäft zu, wobei sich zusätzlich Umrechnungseffekte positiv auswirkten. Das Finanzierungsvolumen erhöhte sich um 24,3% gegenüber dem Vorjahr. Bereinigt um Umrechnungseffekte betrug der Anstieg 14,4%. Etwa ein Drittel des Neugeschäfts entfiel auf Leasingverträge.

Der Vertragsbestand mit Endkunden ist per September um 7,5% auf 4,23 Mio. Verträge gewachsen. Deutlich fiel das Wachstum vor allem in der Region Asien/Pazifik (+18,6%) aus. Solide Wachstumsraten erzielten die Regionen Amerika sowie Mittlerer Osten/Afrika und Europa außerhalb der EU-Bank. Der Vertragsbestand der nach deutschem Kreditwesengesetz regulierten Institutionen in Westeuropa, der EU-Bank, wuchs um 2,2%.

Die Penetrationsrate des Segments, d.h. die Quote der durch Financial Services finanzierten oder geleasteten Neufahrzeuge, ist nach neun Monaten auf 46,1% gestiegen. Sie liegt um 4,3 Prozentpunkte über dem Wert des Vorjahreszeitraums.

Durch das dynamische Wachstum haben sich Umsatzerlöse und Ergebnis im und per dritten Quartal positiv entwickelt. Nach neun Monaten stieg der Umsatz – auch währungsbedingt – deutlich auf 17,83 Mrd. €. Das Vorsteuerergebnis des Segments betrug per September 1,52 Mrd. €, ein deutliches Plus von 12,1% gegenüber dem Zeitraum des Vorjahrs.



Presse-Information

Datum 3. November 2015

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

Seite 8

Das Risikoumfeld von BMW Financial Services ist auch im dritten Quartal stabil geblieben: Gegenüber dem Vorquartal ist das Preisniveau der mitteleuropäischen Gebrauchtwagenmärkte leicht gestiegen. In Nordamerika blieb es stabil.

Auch die Kreditrisiken stellen sich weitgehend unverändert dar. Die Verlustquote für das gesamte Kreditportfolio liegt mit niedrigen 0,35% unter dem Vorjahreswert. BMW Financial Services verfolgt ein umfassendes Risikomanagement und sichert sich mit adäquater Vorsorge gegen die geschäftsbedingten Risiken ab. Für den Rest des Jahres ist eine vergleichbar stabile Situation für die Restwert- und Kreditrisiken zu erwarten.

Insgesamt hält die dynamische Nachfrage nach Finanzdienstleistungsprodukten an. Die stabile Risikosituation dürfte das Wachstum von BMW Financial Services weiter unterstützen.

Abschließend noch zum Segment Motorräder: BMW Motorrad hat sich weiter erfreulich entwickelt – mit Bestwerten bei Absatz, Umsatz und Ergebnis. Die Marke profitiert von der Portfolioerweiterung und dem positiven Wachstum des Marktsegments. Nach neun Monaten hat BMW Motorrad mehr als 112.400 Einheiten ausgeliefert, ein Plus von 12,2%.

Wiederum zweistellig gewachsen ist BMW Motorrad in der Heimatregion Europa. Vor allem die Erholung in Südeuropa hat zu starken Absatzzuwächsen geführt.

Der europäische Motorradmarkt im Hubraumsegment über 500 ccm ist per September um 9,0% gewachsen. Gut 60% unserer Auslieferungen erfolgen in Europa.

Auch die Überseemärkte haben sich positiv entwickelt. In den USA beispielsweise wuchs BMW Motorrad solide und setzte nahezu 13.370 Zweiräder ab.



Presse-Information

Datum 3. November 2015

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

Seite 9

Entsprechend sind die Umsatzerlöse nach neun Monaten auf 1,64 Mrd. € gestiegen, ein Plus von 19,9%.

Neben dem Mehrabsatz profitierte BMW Motorrad von Währungseffekten und dem positiven Marktumfeld.

Das EBIT hat sich per September auf 273 Mio. € um 87% erhöht. Die konsequente Ausrichtung an den Kundenwünschen und die strategische Portfolioerweiterung des Segments zeigen Erfolg.

Aufgrund der Saisonalität des Zweiradgeschäfts erwarten wir für BMW Motorrad ein schwächeres viertes Quartal.

Die BMW Group hält Kurs auf die Guidance: Das Unternehmen strebt im Gesamtjahr neue Höchstwerte bei Absatz, Umsatz und Ergebnis an.

Unter der Annahme eines weiterhin stabilen Marktumfelds bestätigen wir die Ziele für 2015:

- 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%.

Angesichts der Herausforderungen in einigen Märkten arbeiten wir hart an der Erreichung dieser Ziele. Im vierten Quartal sind traditionell höhere Kostenbelastungen in allen Unternehmensbereichen zu erwarten. Zusätzlich erwarten wir vergleichsweise höhere Investitionsausgaben zum Jahresende.



Presse-Information

Datum 3. November 2015

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

Seite 10

Die anhaltende Volatilität im wirtschaftlichen und politischen Umfeld kann unsere Geschäftsentwicklung negativ beeinflussen. Dazu zählt auch eine weiter anhaltende, deutliche Normalisierung des chinesischen Marktes.

Die BMW Group verfolgt ihre anspruchsvollen Jahresziele genauso konsequent wie ihre langfristigen unternehmerischen Ziele.

Der Konzern betreibt aktuell seine strategische Neuausrichtung, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben. Eine hohe Profitabilität ist dafür eine wesentliche Stütze. Sie erlaubt uns die notwendigen Investitionen in unser Wachstum und die Etablierung neuer Geschäftsfelder.

Wir stellen uns heute für unseren Erfolg in der Zukunft auf: Mit attraktiven Produkten und Dienstleistungen für unsere Kunden und mit der richtigen Strategie wollen wir auch morgen weiter vorn bleiben.

Vielen Dank.