BMW GROUP
Unternehmenskommunikation

Presse-Information
03. Mai 2012

- Es gilt das gesprochene Wort -

.

31. 2012

3. 2012, 10 00

Guten Morgen, meine Damen und Herren!

2016 wird BMW 100 Jahre alt. Für uns ist das eine besondere Verpflichtung, den Erfolgskurs des Unternehmens fortzusetzen. Wir handeln weiterhin langfristig, vorausschauend und global. Das erwarten auch die Investoren von uns.

Im ersten Quartal 2012 haben wir an die erfolgreiche Geschäftsentwicklung des Jahres 2011 angeknüpft.

- Es war das beste erste Quartal für die BMW Group beim Absatz mit über 425.000 verkauften Fahrzeugen weltweit.
- Es war das beste erste Quartal für all unsere drei Automobilmarken BMW, MINI und Rolls-Royce sowie für BMW Motorrad.
- Es war das beste erste Quartal beim Konzern-Ergebnis vor Steuern mit über zwei Milliarden Euro.
- Die EBIT-Marge im Segment Automobile beträgt 11,6 Prozent.

Wir profitieren weiterhin von den Entscheidungen, die wir mit der Strategie Number ONE im Jahr 2007 getroffen haben. Jetzt schauen wir wieder weit voraus in die Zukunft.

- Im Jahr 2016 wollen wir über zwei Millionen Automobile verkaufen.
- Langfristig wollen wir profitabel bleiben. Das heißt: Wir wollen uns in einem Korridor von 8 bis 10 Prozent EBIT-Marge im Segment

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Automobile bewegen. Das ist bisher kaum einem anderen Hersteller in unserer Branche über einen längeren Zeitraum gelungen.

- Für das Jahr 2020 gilt unsere Vision – der führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität zu sein.

Um diese Ziele zu erreichen, investieren wir:

- in neue Technologien
- in die Qualifizierung unserer Mitarbeiter
- in alle unsere Standorte in Deutschland und der Welt.

Was erwarten wir für das aktuelle Geschäftsjahr 2012?

- Eine neue Bestmarke beim Absatz auf Group-Ebene.
- Neue Bestmarken bei allen drei Automobilmarken.
- Eine neue Bestmarke beim Konzernergebnis vor Steuern.

Dies setzt voraus, dass die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weitgehend stabil bleiben. Niemand kann sagen, wie sich die Finanzsysteme und die Nachfrage der Konsumenten vor dem Hintergrund der hohen Staatsverschuldung in einzelnen Ländern entwickeln. In einzelnen südeuropäischen Märkten könnten sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weiter eintrüben.

Fest steht: Premiumfahrzeuge haben unverändert hohe Wachstumschancen. Weltweit ist die Nachfrage nach unserer jungen, attraktiven Modellpalette hoch.

Unsere Segmentführer sind:
Der BMW 1er und der X1, die neue BMW 3er Limousine – trotz des Modellwechsels im 1. Quartal 2012 –, das BMW 3er Cabrio, der BMW 5er, der

BMW X5 und der BMW 6er.

Bis zur Sommerpause führen wir bei BMW und MINI weitere neue Modelle bzw. Varianten ein.
Einige Beispiele:

- Seit März ergänzt der MINI Roadster die MINI Familie.
- Im Juni folgt das BMW 6er Gran Coupé. Es ist das erste viertürige Coupé der Marke BMW.
- Im Juli folgt die Modellüberarbeitung des BMW 7er.
- Ein Highlight in der zweiten Jahreshälfte wird die überarbeitete Phantom Series II bei Rolls-Royce sein.
- Außerdem bringen wir den BMW X1 im Herbst auch in den USA auf den Markt.

Die Automobilmärkte weltweit entwickeln sich weiter heterogen. Wir konnten in vielen Wachstumsmärkten im ersten Quartal zweistellige Zuwachsraten verzeichnen. Das gilt ebenfalls für die großen Regionen Nordamerika mit einem Plus von fast 17 Prozent und Asien mit einem Plus von rund 32 Prozent.

Durch diese Steigerungen kompensieren wir die Rückgänge in einzelnen Ländern Südeuropas, die stark von der Schuldenkrise betroffen sind. Unser flexibles Produktionsnetzwerk und unser breites Modellangebot machen es möglich, schnell auf den Bedarf der Märkte zu reagieren.

Die unterschiedlichen Marktentwicklungen bestätigen uns einmal mehr:
Wir wollen ausgewogen wachsen. Im ersten Quartal 2012 lagen die größten Einzelmärkte für die BMW Group – Deutschland, USA und China – in etwa gleich auf. In absoluten Zahlen war China im ersten Quartal zum ersten Mal unser stärkster Markt vor den USA und Deutschland. Das Premiumsegment bietet in

China auch künftig gute Wachstumschancen. Die Kunden und vor allem die Politik stellen jedoch spezielle Anforderungen.

Wir reagieren darauf in der Produktion, mit unseren Produkten und neuen Technologien:

- Mitte Mai eröffnen wir unser neues Werk in Tiexi.
- Auf der Peking Motor Show hatte der BMW 3er in der Langversion für chinesische Kunden Weltpremiere.
- Wir werden Elektrofahrzeuge der Marke BMW nach China bringen und zusammen mit unserem Partner Brilliance ein Angebot für den chinesischen Markt entwickeln.

Die politische Regulierung des Verkehrssektors bleibt weltweit auf der Tagesordnung in unterschiedlicher Ausprägung.

- In China treibt die Regierung die Elektrifizierung im Verkehrssektor besonders voran.
- In den USA hat die Regierung CO_2-Ziele für 2025 vorgegeben. Elektroautos erhalten einen Bonus. Sie zählen mehrfach, wenn der Flottendurchschnitt errechnet wird.
- In Europa entscheidet die EU-Kommission Mitte des Jahres über 95 Gramm CO_2 pro Kilometer im europäischen Flottendurchschnitt für das Jahr 2020. Derzeit erhalten Elektroautos auch in der EU einen sogenannten „Supercredit“. Dieser soll 2015 auslaufen. Das wäre ein falsches Signal.

Um die ambitionierten CO_2-Ziele zu erreichen, treiben wir die Entwicklung von Zukunftstechnologien intensiv voran. Bis 2020 wollen wir den CO_2-Ausstoß unserer Flotte gegenüber Mitte der neunziger Jahre halbieren.

Was tun wir konkret?

- Wir investieren weiter in Efficient Dynamics sowie zusätzlich in Plug-In-Hybride und Elektrofahrzeuge.
- Wir haben einen Kooperationsvertrag mit der Toyota Motor Corporation unterzeichnet. Gemeinsam wollen wir auf dem Gebiet der Lithium-Ionen-Batterie-Technologie der nächsten Generation Fortschritte erzielen.
- Die Karbonfasern für unsere BMW i Familie produzieren wir in unserem neuen, Wasserkraft betriebenen Werk im US-Staat Washington. Teile aus Karbonfasern für die Karosserie sowie Komponenten für den Elektroantrieb fertigen wir in Bayern. Unsere Elektrofahrzeuge der BMW i Familie produzieren wir in Leipzig. So stärken wir den Standort Deutschland bei der Industrialisierung von Elektromobilität und beim automobilen Leichtbau.
- Unsere Mitarbeiter bereiten wir auf neue Anforderungen vor. Allein in den letzten zwölf Monaten haben wir über 1.000 Mitarbeiter – vom Azubi bis zum Ingenieur – im neuen Schulungszentrum in München für die Elektromobilität qualifiziert.

Wir stehen vor vielfältigen Herausforderungen:

- politische Regulierung
- heterogene Märkte
- demografischer Wandel
- der Mangel an Fachkräften
- neue Mobilitätsdienstleistungen
- der Wertewandel in unserer Gesellschaft
- und neue Anforderungen der jungen Generation.

Diese Herausforderungen nehmen wir in Angriff – aus eigener Kraft und als eigenständiges Unternehmen. Dabei konzentrieren wir uns ausschließlich auf die individuelle Mobilität im Premium-Bereich.

Mit unserer Erfahrung bei der Positionierung von Premiummarken entwickeln wir unsere drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce zukunftsfähig weiter. Ihr künftiger Erfolg ist gleichzeitig unser Ziel und unsere Herausforderung.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.