

Presse-Information
13. März 2012

BMW Group strebt 2012 neues Rekordjahr an **Neue Bestmarken bei Absatz und Konzernergebnis erwartet** **EBIT-Marge von 8 bis 10% im Segment Automobile angestrebt** **Absatz von über zwei Mio. Fahrzeugen im Jahr 2016 geplant**

München. Die BMW Group blickt nach dem Rekordjahr 2011 zuversichtlich auf das laufende Geschäftsjahr. „Wir streben 2012 neue Bestmarken beim Absatz und dem Konzernergebnis vor Steuern an“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Norbert Reithofer, am Dienstag auf der Bilanzpressekonferenz in München. Im Segment Automobile steuert das Unternehmen im Rahmen seiner nachhaltigen Profitabilitätsziele weiterhin eine EBIT-Marge von acht bis zehn Prozent an. Sofern sich das weltweite Konjunkturklima nicht eintrübt, geht das Unternehmen von einer EBIT-Marge im Segment Automobile am oberen Ende des Korridors aus.

„Wir starten mit einem guten Auftragsbestand und einer attraktiven Modellpalette in das neue Jahr. Die BMW Group will 2012 stärker als der Gesamtmarkt wachsen und rechnet bei den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce jeweils mit neuen Absatzhöchstwerten“, erklärte Reithofer weiter. Wichtiger Wachstumstreiber wird die neue BMW 3er Reihe sein. Die Limousine ist seit dem 11. Februar 2012 weltweit verfügbar.

Darüber hinaus kommen 2012 weitere neue und überarbeitete Modelle auf den Markt. So wird im Juni mit dem BMW 6er Gran Coupé das erste viertürige Coupé in der Geschichte des Unternehmens an den Start gehen, im Juli folgt die Modellüberarbeitung des Flaggschiffs BMW 7er.

Auch im Segment Motorräder wird das Produktportfolio 2012 ausgebaut: Neue Fahrzeuge wie der BMW Scooter oder Straßenmotorräder von Husqvarna werden positive Impulse für Absatz, Umsatz und Ergebnis liefern. Mit einer positiven Geschäftsentwicklung rechnet das Unternehmen auch im Segment Finanzdienstleistungen. Die BMW Group geht davon aus, im laufenden Geschäftsjahr erneut eine Eigenkapitalrentabilität (Return on Equity) von mindestens 18% zu erzielen.

Die Prognosen setzen voraus, dass die weltweiten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weitgehend stabil bleiben.

Langfristiges Absatzziel wird deutlich früher erreicht als geplant

Die BMW Group hat 2007 mit der Strategie Number ONE konsequent und frühzeitig die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt. Die Ergebnisse daraus sind bereits sichtbar: „Mit neuen Höchstwerten bei Absatz, Umsatz und Ergebnis war das abgelaufene Geschäftsjahr das bislang erfolgreichste in der Unternehmensgeschichte“, erklärte Reithofer.

Die Strategie Number ONE wird auch in Zukunft konsequent umgesetzt und weiterentwickelt. Dabei wird sich die BMW Group auf das Premiumsegment konzentrieren: „Premium ist und bleibt unser Geschäftsmodell, mit dem die BMW Group ihren Erfolgskurs fortsetzen wird. In

punkto Innovationen, Design, Nachhaltigkeit und Effizienz werden unsere Fahrzeuge auch in Zukunft Maßstäbe im Premiumsegment setzen“, unterstrich Reithofer.

Durch neue Produkte in allen Fahrzeugsegmenten sowie die Erschließung neuer Märkte will die BMW Group ihr profitables Wachstum fortsetzen. „Wir streben 2016 einen Absatz von weltweit über zwei Millionen Fahrzeugen an. Damit wird das ursprüngliche für 2020 vorgesehene Ziel deutlich früher erreicht als geplant“, sagte Reithofer.

Darüber hinaus hält das Unternehmen an seinen langfristigen Renditezielen fest und steuert nachhaltig eine EBIT-Marge von acht bis zehn Prozent im Segment Automobile an. Die Bandbreite könnte in Abhängigkeit von politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zukünftig jedoch auch über- oder unterschritten werden.

Im laufenden sowie in den kommenden Jahren werden die Aufwendungen für Zukunftsthemen wie neue Technologien sowie den Ausbau des Produktionsnetzwerkes steigen. Dennoch wird sich die Investitionsquote auch zukünftig unter der Marke von 7% (2011: 5,4%) bewegen.

BMW Group erzielte 2011 neue Höchstwerte bei Absatz und Ergebnis

Die BMW Group hat im vergangenen Jahr neue Höchstwerte bei Absatz, Umsatz und Konzernergebnis erzielt. Der Umsatz kletterte im Vergleich zum Vorjahr um 13,8% auf 68.821 (Vj. 60.477) Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) erhöhte sich um 52,1% auf 7.383 (Vj. 4.853) Mio. €. Das Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT) stieg um 56,9% auf 8.018 (Vj. 5.111) Mio. €. Der Jahresüberschuss verbesserte sich um 51,3% auf 4.907 (Vj. 3.243) Mio. €. Die Auslieferungen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce erhöhten sich im vergangenen Jahr um 14,2% auf die neue Bestmarke von 1.668.982 (Vj. 1.461.166) Fahrzeugen.

Die BMW Group will ihre Anteilseigner angesichts der positiven Geschäftsentwicklung angemessen am Unternehmenserfolg beteiligen. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 16. Mai 2012 vor, die Dividende auf einen neuen Höchstwert von 2,30 (Vj. 1,30) € je Stammaktie und 2,32 (1,32) € je Vorzugsaktie anzuheben. Die Ausschüttungsquote beläuft sich damit auf 30,7%.

EBIT-Marge im Segment Automobile steigt 2011 auf 11,8%

Im Segment Automobile wurden 2011 ebenfalls neue Bestmarken erzielt. Der Umsatz stieg um 16,8% auf 63.229 (Vj. 54.137) Mio. €. Das EBIT erhöhte sich um 71,7% auf 7.477 (Vj. 4.355) Mio. € und das Ergebnis vor Steuern um 75,5% auf 6.823 (Vj. 3.887) Mio. €. Die EBIT-Marge beläuft sich damit im Segment Automobile auf 11,8%. Die BMW Group hatte für das Gesamtjahr 2011 im Segment Automobile eine EBIT-Marge von über zehn Prozent in Aussicht gestellt. Zu der signifikanten Verbesserung des Segmentergebnisses haben im Wesentlichen die deutlich gestiegenen Absatzzahlen sowie verbesserte Kostenstrukturen beigetragen.

Die positive Ergebnisentwicklung führte im abgelaufenen Geschäftsjahr zu einem starken Free Cashflow im Segment Automobile. Die Markteinführung volumenstarker Baureihen wie dem

BMW 1er und dem 3er führte jedoch zu einem Aufbau des Working Capital, das den Anstieg des FCF gedämpft hat. Zusätzlich wirkten sich der anteilige Kaufpreis für die ING Car Lease Group Akquisition, der Kauf der Anteile an SGL Carbon und die Eigenkapitalerhöhung bei der BMW Bank GmbH aus.

Der Free Cashflow lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 2.133 (Vj. 4.471)

Mio. €. Bereinigt um die oben genannten Effekte betrug er 3.494 Mio. €. Für das Jahr 2012 erwartet die BMW Group einen Free Cashflow im Segment Automobile von über 3 Mrd. €.

Die Marke BMW erzielte 2011 einen neuen Absatzrekord. Die Auslieferungen stiegen um 12,8% auf 1.380.384 (Vj. 1.224.280) Fahrzeuge. Die Auslieferungen der BMW 3er Reihe lagen trotz des Modellwechsels mit 384.464 (Vj. 399.009/-3,6%) Automobilen auf hohem Niveau. Seit 11. Februar 2012 ist die neue BMW 3er Limousine weltweit auf dem Markt. Deutliche Zuwächse konnte im vergangenen Jahr die BMW 5er Reihe mit einem Plus von 39,4% auf insgesamt 332.501 (Vj. 238.454) Einheiten verbuchen, die damit weltweit weiterhin Marktführer in ihrem Segment ist. Die BMW 6er Reihe – im Frühjahr 2011 wurde das neue Cabrio und im Herbst das neue Coupé eingeführt – legte um 60,7% auf 9.396 (Vj. 5.848) Fahrzeuge zu.

Auf Erfolgskurs ist auch weiterhin der BMW 7er. Von dem BMW Flaggschiff wurden im vergangenen Jahr 68.774 (Vj. 65.814) Fahrzeuge ausgeliefert, was einem Plus von 4,5% entspricht. Bei den Kunden sehr beliebt sind auch unverändert die BMW X-Modelle. Der BMW X1 legte um 26,4% auf 126.429

(Vj. 99.990) Einheiten zu, während der BMW X3 seinen Absatz mit 117.944

(Vj. 46.004) Automobilen mehr als verdoppeln konnte. Der Absatz des BMW X5 stieg um 2,6% auf 104.827 (Vj. 102.178) Einheiten. Damit ist das Erfolgsmodell weiter Marktführer im Segment der gehobenen Sports Activity Vehicles.

Einen neuen Höchstwert beim Absatz konnte 2011 auch die Marke MINI erzielen. Insgesamt wurden 285.060 (Vj. 234.175) Fahrzeuge abgesetzt. Dies ist ein Plus von 21,7%. Besonders deutlich zulegen konnte der MINI Countryman, dessen Verkäufe sich mit 89.036 (Vj. 14.337) Einheiten mehr als versechsfachten. Seit September 2011 ist das MINI Coupé auf dem Markt. Bis zum Jahresende konnten vom fünften Modell der MINI Familie bereits 3.799 Fahrzeuge abgesetzt werden.

Auch Rolls-Royce blieb 2011 auf Erfolgskurs. 3.538 (Vj. 2.711/+30,5%) Auslieferungen bedeuten einen neuen Absatzrekord in der 107-jährigen Markengeschichte.

Die BMW Group konnte im vergangenen Jahr in nahezu allen Regionen wachsen. In Europa stiegen die Auslieferungen um 8,5% auf 858.383 Fahrzeuge. Deutschland legte um 6,8% auf 285.257 Einheiten zu. Zuwächse verbuchte das Unternehmen unter anderem auch in Großbritannien (167.456 Einheiten/+8,2%), Italien (72.521/+4,9%) und Frankreich (70.442/+8,6%). In Nordamerika stieg der Absatz 2011 um 14,4% auf 341.345 Automobile. Dabei legten die USA um 14,9% auf 306.349 Einheiten zu.

Ein signifikantes Wachstum erzielte die BMW Group in Asien. Dort stiegen die Auslieferungen des Unternehmens 2011 um 31,1% auf 375.452 Fahrzeuge. In China legte der Absatz um 37,7% auf 233.630 und in Japan um 9,2% auf 47.663 Einheiten zu.

Motorradsegment erzielt 2011 EBIT von 45 Mio. €

Das Segment Motorräder entwickelte sich 2011 trotz des unverändert schwierigen Marktumfelds positiv. Die Auslieferungen stiegen weltweit um insgesamt 3,1% auf 113.572 (Vj. 110.113) Einheiten. BMW Motorrad konnte dabei die Verkäufe auf die neue Bestmarke von 104.286 (Vj. 98.047/+6,4%) Fahrzeuge steigern. Der Absatz von Husqvarna wurde insbesondere durch den schwierigen Off-Road-Markt beeinträchtigt (9.286/Vj. 12.066/-23,0%).

Der Segmentumsatz stieg aufgrund des Absatzzuwachses um 10,1% auf 1.436 (Vj. 1.304) Mio. €. Das EBIT belief sich angesichts der Neuausrichtung bei Husqvarna auf 45 (Vj. 71) Mio. € und das Ergebnis vor Steuern auf 41 (Vj. 65) Mio. €.

Finanzdienstleistungsgeschäft sehr erfolgreich

Auch das Segment Finanzdienstleistungen entwickelte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich. Die Sparte profitierte von einem attraktiven Produktportfolio, attraktiven Refinanzierungskonditionen sowie einer verbesserten Risikosituation. Der Umsatz legte um 5,4% auf 17.510 (Vj. 16.617) Mio. € zu. Das Ergebnis vor Steuern stieg um 47,4% auf 1.790 (Vj. 1.214) Mio. €.

Das Segment betreute zum 31. Dezember 2011 insgesamt 3.592.093 Leasing- und Finanzierungsverträge, was einem Plus von 12,6% entspricht. Die Zahl der Neuverträge im Finanzierungs- und Leasinggeschäft stieg 2011 um 10,5% auf 1.196.610. Dabei konnte sowohl der Bereich Kreditfinanzierung (+4,6%) als auch der Bereich Leasing (+25,0%) zulegen.

Der Anteil der über das Segment finanzierten oder verleaste Neufahrzeuge der BMW Group lag bei 41,1% und damit um 7,1 Prozentpunkte unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die erstmalige Berücksichtigung des chinesischen Marktes zurückzuführen. Der Anteil der verleaste oder finanzierten Fahrzeuge liegt in China deutlich unter dem Durchschnitt anderer Automobilmärkte.

Zahl der Mitarbeiter 2011 deutlich gestiegen

Die Zahl der Mitarbeiter ist im vergangenen Jahr deutlich gestiegen. Weltweit beschäftigte das Unternehmen Ende des vergangenen Jahres insgesamt 100.306 (Vj. 95.453) Mitarbeiter, was einem Plus von 5,1% entspricht. Eine der Ursachen für den Anstieg ist die Übernahme der ING Car Lease Group. Darüber hinaus hat das Unternehmen Fachkräfte eingestellt, um die hohe Nachfrage nach Fahrzeugen der BMW Group bedienen zu können und die Entwicklung von Zukunftstechnologien voranzutreiben.

Um den Fachkräftebedarf an in- und ausländischen Standorten langfristig zu sichern, hat die BMW Group im vergangenen Jahr auch mehr Auszubildende eingestellt. Zum Jahresende stieg ihre Zahl um 2,7% auf insgesamt 3.899.

Die BMW Group im Überblick

		2011	2010	Veränderung in %
Fahrzeug-Auslieferungen				
Automobile		1.668.982	1.461.166	14,2
Davon:		1.380.384	1.224.280	12,8
BMW	Einheiten			
MINI	Einheiten	285.060	234.175	21,7
Rolls-Royce	Einheiten	3.538	2.711	30,5
Motorräder		113.572	110.113	3,1
Einheiten				
Davon:		104.286	98.047	6,4
BMW	Einheiten			
Husqvarna	Einheiten	9.286	12.066	-23,0
Mitarbeiter am Jahresende¹				
		100.306	95.453	5,1
Umsatz				
	Mio. €	68.821	60.477	13,8
Davon:		63.229	54.137	16,8
Automobile	Mio. €			
Motorräder	Mio. €	1.436	1.304	10,1
Finanzdienstleistungen	Mio. €	17.510	16.617	5,4
Investitionen	Mio. €	3.692	3.263	13,1
Operativer Cashflow²	Mio. €	7.077	8.149	-13,2
Ergebnis vor Finanzergebnis²		8.018	5.111	56,9
Mio.€				
Davon:		7.477	4.355	71,7
Automobile ⁴	Mio. €			
Motorräder	Mio. €	45	71	-36,6

Finanzdienstleistungen ⁵	Mio. €	1.763	1.201	46,8
Ergebnis vor Steuern²	Mio. €	7.383	4.853	52,1
Davon:		6.823	3.887	75,5
Automobile	Mio. €			
Motorräder	Mio. €	41	65	-36,9
Finanzdienstleistungen	Mio. €	1.790	1.214	47,4
Steuern auf das Ergebnis ²	Mio. €	-2.476	-1.610	53,8
Überschuss²	Mio. €	4.907	3.243	51,3
Ergebnis pro Aktie^{3/2}	€	7,45/7,47	4,93/4,95	-
Dividende St-/Vz-Aktie	€	2,30/2,32	1,30/1,32	-

1...Werte ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Altersteilzeit und Freizeitphase, ohne Geringverdiener

2 Werte 2010 angepasst durch Änderung der Bewertungsmethode für Vermietete Gegenstände

3 Ergebnis je Aktie für Stamm-/Vorzugsaktien

4 Enthält 2011 Sondereffekt von 85 Mio. € aus der Anpassung von Restwertrisikovorsorgen

5 Enthält 2011 Sondereffekt von 439 Mio. € aus der Anpassung von Vorsorgen für Restwert- und Kreditrisiken

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Michael Ebner
 BMW Group
 Konzernkommunikation und Politik
 Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
 Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg
 Tel.: +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH
 Hinterbergerstrasse 2, 4400 Steyr
 Tel: +43 7252 888 2345

E-Mail: michael.ebner@bmwgroup.at
 Internet: www.press.bmwgroup.at

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2010 belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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. Entsprechend ist die BMW Group seit sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Website: www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>