

Presse-Information
01. August 2012

BMW Group bleibt im zweiten Quartal auf Erfolgskurs

Unternehmen mit neuen Bestmarken bei Absatz und Umsatz +++
Zweitbestes Quartalsergebnis in der Konzerngeschichte +++
Ergebnis vor Finanzergebnis beläuft sich auf 2,27 Mrd. € +++ EBIT-Marge im Segment Automobile liegt bei 11,6% +++ BMW Group bekräftigt Ziele für Gesamtjahr 2012 +++

München. Die BMW Group hat ihre erfolgreiche Geschäftsentwicklung im zweiten Quartal wie auch im ersten Halbjahr mit neuen Bestmarken bei Absatz und Umsatz sowie dem zweitbesten operativen Konzernergebnis in der Unternehmensgeschichte fortgesetzt.

Der Umsatz stieg im zweiten Quartal um 7,3% auf 19.202 (Vj.: 17.888) Mio. €. Trotz gestiegener Investitionen in Zukunftstechnologien sowie höherer Personalkosten bewegte sich auch das Konzernergebnis im Berichtszeitraum weiterhin auf hohem Niveau: Das Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT) belief sich auf 2.270 (Vj.: 2.802/-19,0%) Mio. €. Die operative Marge im Konzern liegt damit bei 11,8%. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug 1.977 (Vj.: 2.650/-25,4%) Mio. €, der Konzernüberschuss 1.277 (Vj.: 1.775/-28,1%) Mio. €.

Wesentliche Ursachen für die im Vergleich zum Rekordquartal des Vorjahres geringeren Werte beim Konzernergebnis sind höhere Personalkosten, gestiegene Entwicklungskosten und weitere Aufwendungen für Zukunftstechnologien, eine erhöhte Wettbewerbsintensität sowie die hohe Vergleichsbasis des Vorjahres. So fiel im zweiten Quartal 2011 ein positiver Sondereffekt in Höhe von 464 Mio. € infolge verringerter Restwert- und Kreditausfallrisiken an.

Positiv auf das Ergebnis wirkten sich die gestiegenen Absatzzahlen infolge der jungen und attraktiven Modellpalette des Unternehmens sowie Effizienzverbesserungen aus.

Der Absatz der BMW Group stieg im Zeitraum April bis Juni um 5,4% auf die neue Bestmarke von 475.011 (Vj.: 450.608) Fahrzeugen.

Im ersten Halbjahr erhöhte sich der Konzernumsatz um 10,5% auf 37.495 (Vj.: 33.925) Mio. €. Das EBIT betrug 4.402 (Vj.: 4.597/-4,2%) Mio. €. Der bereits genannte Sondereffekt durch verminderte Restwert- und Kreditausfallrisiken belief sich im ersten Halbjahr 2011 auf 524 Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern lag in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2012 bei 4.053 (Vj.: 4.355/-6,9%) Mio. €, der Konzernüberschuss bei 2.626 (Vj.: 2.917/-10,0%) Mio. €.

Der Absatz stieg im Berichtszeitraum um 8,1% auf die neue Bestmarke von 900.539 (Vj.: 833.366) Fahrzeugen, womit erstmals in einem Halbjahr die Marke von 900.000 Automobilen überschritten wurde.

„Die BMW Group hat sowohl im zweiten Quartal als auch im ersten Halbjahr ihren Erfolgskurs fortgesetzt. Wir haben neue Spitzenwerte bei Absatz und Umsatz sowie das zweitbeste operative Konzernergebnis in der Geschichte des Unternehmens erzielt“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Norbert Reithofer, am Mittwoch in München.

EBIT-Marge im Segment Automobile im zweiten Quartal bei 11,6%

Im Segment Automobile stieg der Umsatz im zweiten Quartal um 4,2% auf 17.366 (Vj.: 16.674) Mio. €. Das EBIT lag bei 2.021 (Vj.: 2.408/-16,1%) Mio. €. Dies ist trotz der bereits genannten Belastungsfaktoren (höhere Aufwendungen für Zukunftstechnologien, gestiegene Personalkosten, höhere Wettbewerbsintensität, Basiseffekt) das bislang zweitbeste operative Segmentergebnis, das das Unternehmen jemals erzielt hat. Die EBIT-Marge im Segment Automobile beläuft sich wie im Vorquartal auf 11,6%. Im zweiten Quartal 2011 war ein positiver Sondereffekt von 85 Mio. € angefallen, der sich aus der Verringerung von Restwertrisiken ergab.

Das Ergebnis vor Steuern betrug im Zeitraum April bis Juni des laufenden Jahres 1.751 (Vj.: 2.297/-23,8%) Mio. €. Der Free Cashflow im Segment Automobile belief sich auf 853 Mio. €.

Im ersten Halbjahr erhöhte sich der Umsatz um 8,0% auf 33.525 (Vj.: 31.047) Mio. €. Das EBIT lag bei 3.899 (Vj.: 4.116/-5,3%) Mio. €, was einer EBIT-Marge im Segment Automobile von ebenfalls 11,6% entspricht. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 3.571 (Vj.: 3.902/-8,5%) Mio. €. Im ersten Halbjahr lag der Free Cashflow im Segment Automobile bei 2.488 Mio. €.

Bei der Marke BMW erhöhte sich der weltweite Absatz im ersten Halbjahr um 8,3% auf 747.064 (Vj.: 689.861) Fahrzeuge. Einen kräftigen Absatzzuwachs verzeichnete der BMW 1er, der um 20,5% auf 113.805 (Vj.: 94.454) Fahrzeuge zulegen konnte. Im Herbst kommt die dreitürige Version des Erfolgsmodells - erstmals auch mit dem Allradsystem xDrive - auf den Markt, wodurch die Auslieferungen weiter belebt werden dürften.

Die Verkäufe der BMW 3er Reihe lagen bei 193.989 (Vj.: 192.927/+0,6%). Der insbesondere in Europa stark nachgefragte neue BMW 3er Touring geht ebenso wie die Allrad-Limousine in der zweiten Jahreshälfte an den Start, was für weitere Absatzimpulse sorgen wird. Die Langversion der BMW 3er Limousine für den chinesischen Markt wird ab August an Kunden ausgeliefert.

Bei den Kunden sehr beliebt ist weiterhin der in seinem Segment weltweit führende BMW 5er, dessen Auslieferungen in den ersten sechs Monaten um 4,1% auf 177.785 (Vj.: 170.708) Einheiten zulegen. Die neue BMW 6er Reihe konnte ihren Absatz im Berichtszeitraum mit 10.346 (Vj.: 3.213) Automobilen mehr als verdreifachen. Das M6 Coupé wird im August auf den Markt kommen.

Die Modelle der X-Baureihe bleiben ebenfalls weiter auf Erfolgskurs: So legte der Absatz des BMW X1 im ersten Halbjahr um 2,7% auf 64.387 (Vj.: 62.698) Fahrzeuge zu. Seit Juli ist die Modellüberarbeitung des X1 verfügbar, die zudem ab September auch auf dem US-Markt erhältlich ist. Die Auslieferungen des BMW X3 erhöhten sich deutlich um 38,4% auf 74.098 (Vj.: 53.522) Fahrzeuge. An der Spitze seines Segments fährt

weiterhin der BMW X5. Von dem erfolgreichen Modell wurden 52.399 (Vj.: 48.749) Automobile ausgeliefert, was einem Plus von 7,5% entspricht.

Die Verkäufe der Marke MINI stiegen im ersten Halbjahr um 7,0% auf 151.875 (Vj.: 141.913) Fahrzeuge. Deutlich zulegen konnte erneut der MINI Countryman, dessen Absatz um 23,4% auf 49.588 (Vj.: 40.171) Einheiten stieg. Vom MINI Coupé wurden 6.278 Fahrzeuge verkauft, der Absatz des MINI Roadster betrug 4.563 Einheiten. Mit den MINI Clubvan wird im Herbst ein weiteres Modell die MINI Produktpalette erweitern.

Rolls-Royce ist im absoluten Luxus-Segment weiterhin sehr erfolgreich. Mit weltweit 1.600 (Vj.: 1.592/+0,5%) Automobilen bewegte sich der Absatz im ersten Halbjahr auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Der Rolls-Royce Phantom Series II wird in der zweiten Jahreshälfte in die Märkte eingeführt.

Absatzzuwächse in Nordamerika und Asien, Europa stabil

Die BMW Group hat im ersten Halbjahr ihren Absatz in nahezu allen Regionen der Welt gesteigert. In Europa konnte trotz der teilweise sehr schwierigen Rahmenbedingungen insbesondere in den südeuropäischen Ländern das hohe Auslieferungsniveau des Vorjahres mit 437.338 Fahrzeugen (-0,1%) gehalten werden. In Nordamerika erhöhten sich die Verkäufe des Unternehmens um 10,3% auf 177.423 Einheiten. In den USA steigerte die BMW Group dabei die Auslieferungen um 10,4% auf 158.961 Einheiten.

Hohe Wachstumsraten erzielte das Unternehmen erneut in Asien. Insgesamt wurden dort in den ersten sechs Monaten 238.731 Einheiten ausgeliefert, das ist ein Plus von 25,6%. In China wurden 159.358 Fahrzeuge (+30,6%) abgesetzt. In Japan stiegen die Auslieferungen um 27,3% auf 27.737 Einheiten.

Operatives Ergebnis im Segment Motorräder gestiegen

Im Segment Motorräder ging der Absatz im zweiten Quartal um 4,2% auf 37.409 (Vj.: 39.061) Einheiten zurück. Der Segmentumsatz verringerte sich bedingt durch den Volumenrückgang um 8,9% auf 410 (Vj.: 450) Mio. €. Das EBIT stieg um 2,1% auf 48 (Vj.: 47) Mio. €, während das Ergebnis vor Steuern mit 47 (Vj.: 47) Mio. € auf dem Niveau des Vorjahres lag.

Im ersten Halbjahr erhöhten sich die Auslieferungen leicht um 0,5% auf 64.424 (Vj.: 64.110) Einheiten. Der Umsatz stieg um 1,3% auf 858 (Vj.: 847) Mio. €. Das EBIT legte um 9,0% auf 85 (Vj.: 78) Mio. € und das Ergebnis vor Steuern um 9,1% auf 84 (Vj.: 77) Mio. € zu.

Durch die Markteinführung der BMW Scooter in Europa rechnet die BMW Group mit einer Belebung des Absatzes in der zweiten Jahreshälfte.

Segment Finanzdienstleistungen weiterhin auf Wachstumskurs

Das Segment Finanzdienstleistungen blieb auch im zweiten Quartal auf Wachstumskurs. Der Umsatz lag mit 4.866 (Vj.: 4.181) Mio. € um 16,4% über dem Niveau des entsprechenden Vorjahreszeitraums. Das Ergebnis vor Steuern ging auf 431 (Vj.: 744/-42,1%) Mio. € zurück.

Der Rückgang des Segmentergebnisses ist auf den bereits erwähnten Basiseffekt im zweiten Quartal 2011 aus der Verringerung von Restwert- und Kreditausfallrisiken zurückzuführen, der sich im Segment Finanzdienstleistungen im Vorjahr auf 379 Mio. € belief.

Im ersten Halbjahr stieg der Segmentumsatz um 15,6% auf 9.666 (Vj.: 8.364) Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern lag bei 865 (Vj.: 1.173/-26,3%) Mio. €. Bereinigt um den

Sondereffekt von 439 Mio. € aus dem entsprechenden Vorjahreszeitraum würde das Segmentergebnis um rund 10% über dem Niveau des Vorjahres liegen.

Die Anzahl der betreuten Leasing- und Finanzierungsverträge mit Händlern und Endkunden erhöhte sich zum 30. Juni um 12,7% auf insgesamt 3.693.474. Darin enthalten ist der Bestand an Finanzierungsverträgen der zum 30. September erworbenen ING Car Lease-Gruppe. Die Zahl der Neuverträge im Finanzierungs- und Leasinggeschäft stieg im Zeitraum Januar bis Juni um 10,0% auf 346.034.

Zahl der Mitarbeiter gestiegen

Die Zahl der Mitarbeiter ist zum 30. Juni 2012 gestiegen. Insgesamt waren weltweit 102.007 (Vj.: 96.943) Mitarbeiter bei der BMW Group beschäftigt, das ist ein Plus von 5,2%. Der Anstieg ist unter anderem auch auf die Übernahme der ING Car Lease-Gruppe zurückzuführen. Darüber hinaus stellt die BMW Group weiter Ingenieure und Fachkräfte ein, um die anhaltend hohe Nachfrage nach Fahrzeugen des Unternehmens bedienen zu können, Innovationen voranzutreiben und Zukunftstechnologien zu erschließen.

BMW Group bestätigt Ziele für das Gesamtjahr

Das globale wirtschaftliche Umfeld könnte sich angesichts der Euro-Krise und der hohen Staatsverschuldung in einigen Ländern im zweiten Halbjahr weiter eintrüben. „Wir beobachten die Entwicklung in den einzelnen Märkten genau. Die BMW Group verfügt über ein flexibles Produktionsnetzwerk und achtet als Premiumhersteller auf profitables Wachstum“, betonte Reithofer.

Angesichts der positiven Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr sowie der jungen und attraktiven Fahrzeugpalette hält die BMW Group an ihren Zielen für das Gesamtjahr fest. „Wir streben 2012 unverändert beim Absatz sowie beim Konzernergebnis vor Steuern an, das Vorjahr zu übertreffen“, erklärte Reithofer weiter.

Im Segment Automobile führen die Entwicklung neuer Zukunftstechnologien sowie Investitionen in das Produktionsnetzwerk im laufenden Geschäftsjahr zu steigenden Aufwendungen. Darüber hinaus könnte sich die Abkühlung des Marktumfeldes in der Geschäftsentwicklung bemerkbar machen. Dennoch geht die BMW Group im Segment Automobile im Gesamtjahr 2012 weiterhin von einer EBIT-Marge von 8 bis 10% aus. Sofern sich das weltweite Konjunkturklima nicht weiter eintrübt, rechnet das Unternehmen mit einer EBIT-Marge am oberen Ende des Korridors.

Im Segment Finanzdienstleistungen strebt die BMW Group 2012 weiterhin eine Eigenkapitalrendite (Return on Equity) von mindestens 18% an.

Die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr setzen voraus, dass sich die weltweiten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht deutlich verschlechtern werden. Risiken sieht die BMW Group insbesondere in einer weiteren Verschärfung der wirtschaftlichen Lage in Europa sowie einer Abschwächung des Wachstums in China.

Das Unternehmen beabsichtigt, über das Jahr 2012 hinaus und damit nachhaltig eine EBIT-Marge von 8 bis 10% zu erreichen. Die Bandbreite kann dabei in Abhängigkeit von politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zukünftig auch über- oder unterschritten werden.

Die BMW Group im Überblick

	2. Quartal 2012	2. Quartal 2011*	Veränderung in %
Fahrzeug-Auslieferungen			
Automobile	475.011	450.608	5,4
Davon:			
BMW Einheiten	390.516	368.686	5,9
MINI Einheiten	83.665	81.053	3,2

Rolls-Royce	Einheiten	830	869	-4,5
Motorräder	Einheiten	37.409	39.061	-4,2
Davon:				
BMW	Einheiten	34.816	37.471	-7,1
Husqvarna	Einheiten	2.593	1.590	63,1
Mitarbeiter¹		102.007	96.943	5,2
Umsatz	Mio. €	19.202	17.888	7,3
Davon:				
Automobile	Mio. €	17.366	16.674	4,2
Motorräder	Mio. €	410	450	-8,9
Finanzdienstleistungen	Mio. €	4.866	4.181	16,4
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	2	1	100,0
Konsolidierungen	Mio. €	-3.422	-3.418	-0,7
OperativerCashflow²	Mio. €	1.840	3.010	-38,9%
Ergebnis vor Finanzergebnis	Mio. €	2.270	2.802	-19,0
Davon:				
Automobile	Mio. €	2.021	2.408	-16,1
Motorräder	Mio. €	48	47	2,1
Finanzdienstleistungen	Mio. €	441	739	-40,3
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	14	21	-33,3
Konsolidierungen	Mio. €	-254	-413	38,5
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	1.977	2.650	-25,4
Davon:		1.751	2.297	-23,8
Automobile	Mio. €			
Motorräder	Mio. €	47	47	-
Finanzdienstleistungen	Mio. €	431	744	-42,1
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	-14	-59	76,3
Konsolidierungen	Mio. €	-238	-379	37,2
Steuern auf das Ergebnis	Mio. €	-700	-875	20,0
Überschuss	Mio. €	1.277	1.775	-28,1

Ergebnis pro Aktie³	€	1,94/1,95	2,70/2,71	-28,1/-28,0
* Werte 2. Quartal 2011 teilweise angepasst 1 Werte ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Altersteilzeit und Freizeitphase, ohne Geringverdiener 2 Segment Automobile 3 Ergebnis je Aktie für Stamm-/Vorzugsaktien				

		1. Januar bis 30. Juni 2012	1. Januar bis 30. Juni 2011*	Veränderung in %
Fahrzeug-Auslieferungen				
Automobile		900.539	833.366	8,1
Davon:				
BMW	Einheiten	747.064	689.861	8,3
MINI	Einheiten	151.875	141.913	7,0
Rolls-Royce	Einheiten	1.600	1.592	0,5
Motorräder	Einheiten	64.424	64.110	0,5
Davon:				
BMW	Einheiten	59.189	60.580	-2,3
Husqvarna	Einheiten	5.235	3.530	48,3
Mitarbeiter¹		102.007	96.943	5,2
Umsatz	Mio. €	37.495	33.925	10,5
Davon:				
Automobile	Mio. €	33.525	31.047	8,0
Motorräder	Mio. €	858	847	1,3
Finanzdienstleistungen	Mio. €	9.666	8.364	15,6
Sonstige				
Gesellschaften	Mio. €	3	2	50,0
Konsolidierungen	Mio. €	-6.557	-6.335	-3,5

Operativer Cashflow²	Mio. €	4.133	5.086	-18,7
Ergebnis vor Finanzergebnis				
Mio. €		4.402	4.597	-4,2
Davon:				
Automobile	Mio. €	3.899	4.116	-5,3
Motorräder	Mio. €	85	78	9,0
Finanzdienstleistungen	Mio. €	867	1.142	-24,1
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	27	38	-28,9
Konsolidierungen	Mio. €	-476	-777	38,7
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	4.053	4.355	-6,9
Davon:				
Automobile	Mio. €	3.571	3.902	-8,5
Motorräder	Mio. €	84	77	9,1
Finanzdienstleistungen	Mio. €	865	1.173	-26,3
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	-35	-83	57,8
Konsolidierungen	Mio. €	-432	-714	39,5
Steuern auf das Ergebnis	Mio. €	-1.427	-1.438	0,8
Überschuss	Mio. €	2.626	2.917	-10,0
Ergebnis pro Aktie³	€	3,99/4,00	4,43/4,44	-9,9/-9,9

* Werte 1. Halbjahr 2011 teilweise angepasst

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

2 Segment Automobile

3 Ergebnis je Aktie für Stamm-/Vorzugsaktien

Presse-Information
Datum 01. August 2012
Thema BMW Group bleibt im zweiten Quartal auf Erfolgskurs
Seite 11

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
mail: michael.ebner@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 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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>