

Presse-Information
2. August 2016

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede
Harald Krüger
Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2016
2. August 2016, 10:00 Uhr

Meine Damen und Herren,

vor knapp fünf Monaten habe ich Ihnen die Grundzüge unserer Strategie Number ONE > NEXT vorgestellt. Auf dieser Basis entwickeln wir die BMW Group konsequent weiter – vom führenden Anbieter von Premiumfahrzeugen und Premium-Dienstleistungen zum führenden Mobility Anbieter und zur Tech Company.

Unser Zielbild lautet: Wir sind Number ONE. Wir begeistern Menschen in Bewegung. Wir gestalten die individuelle Premium-Mobilität von morgen.

Die Umsetzung der Strategie ist in vollem Gange. Im technologischen Bereich liegt unser Fokus auf den Feldern Antriebstechnik und Digitalisierung. Bei den Dienstleistungen erweitern wir gezielt unser Angebot.

All das geht nicht ohne eine starke Finanzkraft. Profitabilität ist eine entscheidende Stoßrichtung unserer Strategie. Seit 25 Quartalen erzielen wir eine EBIT-Marge im Segment Automobile im Korridor von 8 bis 10 Prozent oder darüber. Mit unserer Strategie Number ONE > NEXT setzen wir auch in Zukunft auf nachhaltige Profitabilität. Wir tun dies trotz des hoch volatilen Umfelds und trotz der sich permanent verändernden Rahmenbedingungen. Wir streben weiterhin eine EBIT-Marge im Segment Automobile von 8-10 Prozent an. So schaffen wir die Voraussetzung: Um auf lange Sicht das Vertrauen unserer Aktionäre und Investoren zu bestätigen. Um weiter in unsere Zukunft investieren zu können.

Presse-Information

Datum 2. August 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2016

Seite 2

Profitables Wachstum umfasst aus unserer Sicht weit mehr als Absatzführerschaft. Das gilt umso mehr, da der Wettbewerb im Premiummarkt immer stärker über Preisnachlässe ausgetragen wird. Die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens zeigt sich im Zusammenspiel verschiedener Leistungsindikatoren. Dazu gehören neben den Verkaufszahlen auch die finanzielle Performance eines Unternehmens, die Stärke der Marken und dessen Innovationskraft. All diese Indikatoren dokumentieren die langfristig erfolgreiche Entwicklung der BMW Group.

Mit der Strategie Number ONE > NEXT haben wir unseren künftigen Handlungsrahmen definiert – mit den zwei Zeitpunkten: 2020 und 2025.

Ich gehe heute auf zwei Schwerpunkte ein:

- Wo stehen wir nach dem ersten Halbjahr 2016?
- Wie setzen wir unsere Strategie Number ONE > NEXT konsequent um?

Zum ersten Punkt: Auch im ersten Halbjahr 2016 bleibt die BMW Group der führende Premiumhersteller der Welt. Nie zuvor konnten wir in einem Halbjahr mehr Fahrzeuge an unsere Kunden ausliefern. Über 1,16 Millionen Automobile bedeuten ein Plus von 5,8 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum 2015. Die Marken BMW, MINI und BMW Motorrad erzielten jeweils neue Höchstwerte in einem Halbjahr.

Damit ergibt sich bei den finanziell bedeutenden Leistungsindikatoren für die ersten sechs Monate folgendes Bild: Das Ergebnis vor Steuern beträgt 5,17 Milliarden Euro. Das sind 6,5 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 2015. Es ist das bisher beste Halbjahres-Ergebnis in der Geschichte des Unternehmens. Der Überschuss im Konzern stieg auf fast 3,6 Milliarden Euro – ebenfalls ein Bestwert. Die EBIT-Marge im Segment Automobile liegt bei 9,5 Prozent. Somit steht fest: Wir liegen weiterhin auf Kurs für unsere Ziele im Geschäftsjahr 2016.



Presse-Information

Datum 2. August 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2016

Seite 3

Unser Ansatz einer ausgewogenen Absatzverteilung in den großen Regionen zahlt sich weiter aus. In Europa konnte die BMW Group deutlich zulegen. In Asien und China sind wir ebenfalls gewachsen. Wie erwartet hat sich die Entwicklung in China auf einem guten Level stabilisiert. In Amerika und den USA gingen unsere Verkaufszahlen zurück. Schätzungen gehen 2016 von 17,5 Millionen Neuzulassungen in den USA aus. Damit scheint sich der US-Markt auf hohem Niveau einzupendeln. Wir passen unser Portfolio weiter an die veränderten Bedürfnisse der US-Kunden an, die vor allem BMW X Fahrzeuge nachfragen.

Bei unseren Fahrzeugen waren im ersten Halbjahr der BMW X1 und die BMW 2er Reihe besonders begehrt. Mit steigender Verfügbarkeit aller Varianten entscheiden sich zudem immer mehr Kunden für den neuen BMW 7er. Allein im Juni haben wir über 6.200 neue 7er verkauft. Zusätzliche Impulse wird der erste 7er als M Performance Automobil bringen. Der BMW M760Li xDrive kommt noch in diesem Jahr auf den Markt. Seit Anfang Juli läuft der 7er als Plug-in Hybrid im Werk Dingolfing vom Band. Der Auftragseingang für den 740e liegt über unseren Erwartungen.

In Deutschland nutzen vor allem Privatpersonen die angelaufene Förderung für Elektrofahrzeuge und Plug-in Hybride, die gemeinsam vom Staat und der Automobilindustrie getragen wird. Bei BMW profitieren die Plug-in Hybride der 2er und 3er Reihe sowie der i3 von der Kaufprämie. Ich freue mich zu sehen, dass auch Behörden und Institutionen auf regionaler und lokaler Ebene weiter mit gutem Beispiel vorangehen: Sie zeigen zunehmendes Interesse an unseren elektrifizierten Fahrzeugen.

So ist die geplante Produktion der iPerformance Modelle BMW 740e, BMW 330e und 225xe für dieses Jahr bereits ausverkauft. Darauf werden wir reagieren. Der BMW X5 PHEV ist in den USA und in vielen europäischen Ländern sehr erfolgreich.

Presse-Information

Datum 2. August 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2016

Seite 4

Unseren rein elektrischen BMW i3 bieten wir seit Anfang Juli mit 94 Amperestunden an. Unser Auftragseingang in Europa ist sprunghaft angestiegen. Einen Monat nach Launch liegen uns bereits 7.158 Bestellungen für den i3 mit um 50 Prozent erhöhter Reichweite vor. Das sind 5.190 Auftragseingänge mehr als für den BMW i3 der ersten Batterie-Generation kurz nach dessen Launch im Jahr 2013.

Dies zeigt: Elektrifizierte Fahrzeuge finden immer mehr Zuspruch, wenn technische Bedingungen und Umfeld stimmen. Die Niederlande etwa fördern seit langem E-Mobilität. Im Juni lag dort der Anteil von BMW i und iPerformance Modellen an allen verkauften BMW Fahrzeugen bei knapp 15 Prozent. Weltweit haben wir im ersten Halbjahr über 23.600 BMW Fahrzeuge mit elektrischem Antrieb oder als PHEV ausgeliefert. Das ist ein Anstieg von 87 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2015. Per Mai verzeichnete BMW das stärkste absolute Wachstum bei elektrifizierten Fahrzeugen im Premiumsegment.

Außerdem ist BMW in dieser Zeit fast doppelt so dynamisch gewachsen wie das gesamte Premiumsegment bei PHEVs und BEVs. Die konsequente Elektrifizierung unserer Flotte ist ein Ergebnis unserer Strategie Number ONE > NEXT.

Darüber hinaus engagieren wir uns in den großen Marktregionen zusammen mit staatlichen Partnern und anderen Akteuren für den Aufbau einer Ladeinfrastruktur. Beispiele sind China und die USA. In Neuseeland planen wir mit lokalen Partnern ein flächendeckendes Netz an Ladestationen mit erneuerbaren Energien für BMW i Fahrzeuge.

Damit zum zweiten Schwerpunkt. Wir haben einen klaren Anspruch formuliert: Wir wollen Technologie- und Innovationsführer für individuelle Mobilität im digitalen Zeitalter sein. Dazu gehen wir gezielt Partnerschaften ein. Mit Intel und Mobileye wollen wir innerhalb von fünf Jahren die Technologie für autonomes Fahren



Presse-Information

Datum 2. August 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2016

Seite 5

entwickeln. Alle drei Partner werden ihr Know-how aus den Bereichen Automobil, Technologie, Computer Vision und maschinelles Lernen bündeln.

In unserem BMW iNEXT wollen wir ab 2021 eine serienreife Lösung für hoch und voll autonomes Fahren auf den Markt bringen. Für uns war immer klar: Die Sicherheit von Fahrer, Fahrzeuginsassen und Fußgängern steht im Mittelpunkt. Noch ist die Technologie für autonomes Fahren nicht ausgereift. Zudem müssen klare gesetzliche Rahmenbedingungen die Einführung dieser Technologie begleiten.

Wir folgen mit der Strategie Number ONE > NEXT unserer Roadmap beim autonomen Fahren: Der Erwerb des Kartendienstes HERE mit den anderen deutschen Premiumherstellern. Die Kooperation mit Intel und Mobileye.

Parallel bauen wir unsere Dienstleistungen aus. Dies ist ebenfalls fester Bestandteil unserer Strategie. Unser Carsharing Angebot DriveNow hat aktuell über 650.000 Mitglieder. Mehr als 4.700 Fahrzeuge sind in zehn Städten verfügbar. Über ein Viertel der DriveNow Flotte in Europa besteht aus Elektrofahrzeugen. Die Zahl soll weiter steigen. In den USA haben wir unter der Marke ReachNow in Seattle ein weiterentwickeltes Carsharing-Angebot gestartet. 500 BMW und MINI stehen zur Verfügung. Der BMW i3 stellt auch hier 20 Prozent der Flotte. ReachNow soll in weiteren Städten der USA an den Start gehen.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen, es gibt viele Handlungs- und Geschäftsfelder rund um die Mobilität, die wir mit Hochdruck angehen. Die Strategie Number ONE > NEXT gibt uns die Leitplanken, um in volatilen Zeiten auf Kurs zu bleiben und aufkommende Unsicherheiten im Umfeld immer wieder auszutarieren. Natürlich erfordern Zukunftstechnologien und neue Dienstleistungen hohe Investitionen. Wir werden diese weiter aus eigener Kraft stemmen.



Presse-Information

Datum 2. August 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. Juni 2016

Seite 6

Für mich gibt es kein „entweder – oder“ zwischen Gegenwart und Zukunft, sondern: Die Stärke unseres heutigen Kerngeschäfts bildet die Basis für den Erfolg von morgen. Unser Portfolio bei allen drei Marken ist hoch attraktiv. Es bietet zugleich eine große technologische Vielfalt. Zudem soll der globale Automobilmarkt in diesem Jahr weiter wachsen. All das stimmt uns zuversichtlich für das Geschäftsjahr 2016.

Unsere Ziele bleiben unverändert. Eine leichte Steigerung bei der Auslieferung von Automobilen auf einen neuen Höchstwert. Eine leichte Steigerung des Ergebnisses vor Steuern auf einen neuen Bestwert für den Konzern. Die EBIT-Marge im Segment Automobile im Zielkorridor von 8 bis 10 Prozent.

Diese Prognosen setzen wie immer voraus, dass sich die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändern. Wir alle erleben derzeit, wie schnell und grundlegend sich Dinge ändern können. Wirtschaftliche Dynamik und politische Stabilität in der Welt sind keinesfalls selbstverständlich.

Die BMW Group hat mit ihren Visionsfahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce deutlich gemacht: Wir gestalten die Mobilität – in Gegenwart und Zukunft. Nach München, Peking und London ist Los Angeles die letzte Station in unserem Jubiläumsjahr für unsere Tour „The NEXT 100 YEARS“. Ich freue mich, Ihnen im Oktober unsere Idee vom Mobilitätserlebnis auf zwei Rädern für die Zeit ab 2030 zu präsentieren. Dann erschließt sich das gesamte Bild der Zukunftsvision der BMW Group.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.