

Medien-Information
21. März 2017

Bestwerte im Kerngeschäft und Innovationsführer für die Mobilität von morgen – BMW Group setzt ihren Erfolgskurs in die Zukunft fort.

- Produktoffensive: BMW Group bringt bis Ende 2018 mehr als 40 neue und überarbeitete Modelle auf den Markt
- Oberes Luxussegment: Absatz bis 2020 deutlich steigern
- Weiterer Ausbau der Elektromobilität – Fokus auf Flexibilität
- Ziele 2017: Konzernergebnis vor Steuern soll leicht steigen, leichter Zuwachs bei Absatz und Umsatz im Segment Automobile erwartet
- Rückblick 2016: Bestwerte bei Umsatz und Ergebnis erzielt
- Krüger: „Fokus liegt auf den Bedürfnissen unserer Kunden“

München. Nach dem siebten Jahr in Folge mit Bestwerten bei Umsatz und Gewinn will die BMW Group ihren Pfad des nachhaltigen und profitablen Wachstums fortsetzen und ihre Rolle als Innovationsführer weiter ausbauen. Dazu stärkt das Unternehmen mit neuen Modellen gezielt sein erfolgreiches Kerngeschäft und fokussiert sich auf die konsequente Weiterentwicklung seiner Strategien bei der Elektromobilität und dem automatisierten Fahren.

„Wir streben 2017 erneut Bestwerte bei Absatz, Umsatz und Ergebnis an“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, **Harald Krüger** am Dienstag in München. Dazu sollen die Auslieferungen im Segment Automobile im laufenden Geschäftsjahr leicht steigen. Entsprechend geht die BMW Group von einem leichten Wachstum des Segmentumsatzes aus. Auf Konzernebene wird zudem ein leichter Zuwachs beim Ergebnis vor Steuern angestrebt.

„Innovationsführerschaft und nachhaltige Profitabilität sind die Garanten unseres Erfolgs. Deswegen fokussieren wir uns auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden, um ihre Begeisterung für die Mobilität mit den richtigen Produkten und Services Tag für Tag neu zu entfachen“, sagte **Krüger**.

Dazu verjüngt die BMW Group ihr Produktportfolio in den kommenden Jahren deutlich. „Wir werden 2017 und 2018 insgesamt über 40 neue und überarbeitete Modelle unserer drei Premiummarken auf den Markt bringen. Für den erfolgreichen Auftakt hat im Februar der neue BMW 5er gesorgt, der in seinem Segment der Businesslimousinen Maßstäbe setzt“, sagte **Krüger**.

	Presse-Information
Date	21. März 2017
Topic	Bestwerte im Kerngeschäft und Innovationsführer für die Mobilität von morgen – BMW Group setzt ihren Erfolgskurs in die Zukunft fort.
Page	2

Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem oberen Premiumsegment. Mit einer gezielten Erweiterung ihres Angebots um hochemotionale Fahrzeuge strebt die BMW Group bis 2020 eine deutliche Steigerung ihres Absatzes in diesem Segment an, zu dem neben dem BMW 7er künftig unter anderem der BMW X7 zählen wird.

„Nachhaltige Profitabilität und Innovationsführerschaft bedingen einander. Deswegen wollen wir auch in Zukunft mit operativer Stärke und Konstanz überzeugen und streben das achte Geschäftsjahr in Folge eine EBIT Marge im Segment Automobile zwischen 8 und 10 Prozent an“, sagte **Nicolas Peter**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen. „Durch eine starke Leistungsseite und einen klaren Fokus auf die kundenrelevanten Zukunftsthemen wollen wir in der Lage bleiben, die hohen Vorleistungen für die Gestaltung der Mobilität von morgen aus eigener Kraft zu stemmen.“ Die BMW Group kann dabei auf eine starke Liquiditätsposition bauen, die zum 31. Dezember 2016 bei 13.167 Mio. € (Vj.: 11.383 Mio. €) lag. Der Free Cashflow im Segment Automobile betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 5.792 (Vj.: 5.404) Mio. €.

Hochflexible Architekturen für die Zukunft der Elektromobilität

Einen klaren Fokus legt die BMW Group dabei auf die konsequente Fortsetzung ihrer erfolgreichen Elektrifizierungsstrategie. Im nächsten Jahrzehnt wird die Elektromobilität voraussichtlich eine sehr dynamische Entwicklung nehmen. Dabei werden sich Märkte und Segmente unterschiedlich entwickeln und sind schwer zu prognostizieren – schließlich hängt diese Entwicklung auch von kaum vorhersagbaren regulatorischen Entwicklungen ab. Die Erfolgsfaktoren der BMW Group werden daher **Flexibilität** und **Skalierbarkeit** in einem starken Portfolio elektrischer Fahrzeuge sein. „Eine erfolgreiche Strategie für die Elektrifizierung muss beides abdecken können: optimistische wie auch zurückhaltende Szenarien. Dann werden wir nachhaltige Mobilität mit nachhaltiger Profitabilität vereinen können“, sagte **Peter**.

Mit dem 2007 gestarteten project i hat sich die BMW Group frühzeitig zum Pionier der Elektromobilität gemacht und diesen Weg konsequent fortgesetzt. Parallel zur technologischen Speerspitze BMW i3 hat das Unternehmen seine Fahrzeugarchitekturen in den vergangenen zehn Jahren auf Flexibilität ausgelegt und die dazu passenden Baukästen für den elektrifizierten Antrieb entwickelt. „Deswegen werden wir Mitte 2017 – keine vier Jahre nach dem Marktstart des BMW i3 – acht erfolgreiche Plug-in-Hybrid-Modelle im Angebot haben und noch dieses Jahr unser 200.000stes elektrifiziertes Fahrzeug ausliefern“, sagte **Krüger**.

	Presse-Information
Date	21. März 2017
Topic	Bestwerte im Kerngeschäft und Innovationsführer für die Mobilität von morgen – BMW Group setzt ihren Erfolgskurs in die Zukunft fort.
Page	3

Inzwischen hat die BMW Group die zweite Dekade ihrer Elektrifizierungsstrategie begonnen, um die nachhaltige und begeisternde Mobilität auf ein neues Niveau zu heben. Die Strategie aus project i mit einem technologischen Leuchtturm und der gleichzeitigen Befähigung und Flexibilisierung der Fahrzeugarchitekturen wird dabei konsequent fortgeführt, um die unterschiedlichen Antriebsformen flexibel einsetzen zu können. Dabei wird künftig neben dem Plug-in-Hybrid die **rein batterieelektrische** Mobilität bei höchstmöglicher Flexibilität und Skalierbarkeit in die Marken der BMW Group, ihre Kernbaureihen und Architekturen integriert. Gleichzeitig bringt das Unternehmen mit der Entwicklung des **BMW iNEXT** die nächste Generation der Elektro-Baukästen und Elektro-Antriebe in die Serie.

„Der rein elektrische MINI und der rein elektrische BMW X3 geben den Startschuss für unsere zweite Welle der Elektrifizierung und profitieren bereits von unseren technologischen Fortschritten“, sagte **Krüger**. „Mit unserer Strategie NUMBER ONE > NEXT haben wir unsere strategische Stoßrichtung für die weitere Elektrifizierung festgelegt und das project i für die nächste Dekade ausgerichtet. Damit verankern wir die rein batterieelektrische Mobilität fest in unseren Kernmarken, wie wir es beim Plug-in-Hybrid-Antrieb schon sehr erfolgreich gezeigt haben. Dank hochflexibler Architekturen vermeiden wir doppelte Investitionen in Anlagen und werden in der Lage sein, unser Angebot an elektrischen und konventionellen Fahrzeugen schnell und effizient an die Entwicklung der Nachfrage anzupassen.“

Hochautomatisiertes Fahren wird in Europa und USA getestet

Im Rahmen ihrer ACES Zukunftsfelder **A**utonomous, **C**onected, **E**lectrified und **S**hared / **S**ervices liegt ein weiterer Fokus der BMW Group auf der Weiterentwicklung des automatisierten Fahrens. Im Rahmen der Kooperation mit Intel und Mobileye hat die BMW Group ihren Zeitplan für die Einführung des hochautomatisierten Fahrens mit dem BMW iNEXT im Jahr 2021 dargelegt. Bereits in der zweiten Hälfte dieses Jahres werden die ersten Testfahrzeuge die Technologie in Innenstädten wie z.B. München erproben – natürlich immer mit einem ausgebildeten Testfahrer auf dem Fahrersitz, der jederzeit das Steuer übernehmen kann.

Ebenfalls 2017 wird die BMW Group ihre Entwicklungskompetenzen für Fahrzeugvernetzung und automatisiertes Fahren in einem neuen Campus in Unterschleißheim im Großraum München bündeln. Über 2.000 Mitarbeiter sollen im Endausbau am neuen Standort von der Softwareentwicklung bis hin zur Straßenerprobung die nächsten

	Presse-Information
Date	21. März 2017
Topic	Bestwerte im Kerngeschäft und Innovationsführer für die Mobilität von morgen – BMW Group setzt ihren Erfolgskurs in die Zukunft fort.
Page	4

Schritte zum vollautomatisierten Fahren entwickeln. „Mit der Entscheidung für diesen Campus stärken wir den Standort München und unterstreichen, wie die BMW Group und die ganze Region von dem Wandel in der Automobilbranche profitieren können“, sagte **Krüger**.

Die BMW Group kann in den ACES Zukunftsfeldern bereits auf eine umfassende Erfolgsbilanz zurückblicken. So bieten die aktuellen BMW 7er und BMW 5er Modelle bereits Fahrerassistenzsysteme auf höchstem Niveau und die BMW Group ist mit ConnectedDrive führend bei digitalen Angeboten und hat weltweit bereits rund 8,5 Millionen vernetzte Fahrzeuge auf die Straße gebracht. Seit dem Marktstart des BMW i3 Ende 2013 hat das Unternehmen zudem mehr als 125.000 elektrifizierte Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Mit DriveNow erreicht die BMW Group mehr als 800.000 Kunden in elf europäischen Metropolen, und in den USA ist der neue Mobilitätsservice ReachNow erfolgreich angelaufen.

2016 Rekordwerte bei Absatz, Umsatz und Ergebnis erzielt

Die BMW Group hat auch im Jahr 2016 ihre Ziele erreicht und Bestwerte bei Absatz, Umsatz und Gewinn erzielt. Die **Auslieferungen** kletterten um 5,3% auf 2.367.603 (Vj.: 2.247.485) Automobile und erreichten einen neuen Höchstwert. Damit blieb die BMW Group mit ihren drei Premium-Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Hersteller von Premiumautomobilen. Der Absatz elektrifizierter Fahrzeuge verdoppelte sich 2016 beinahe auf mehr als 62.000 Einheiten. Der Absatz des rein elektrisch angetriebenen BMW i3 ist seit seinem Marktstart 2013 in jedem Jahr gestiegen. 2017 will die BMW Group erstmals insgesamt 100.000 elektrifizierte Fahrzeuge in einem Jahr verkaufen.

Der **Konzernumsatz** stieg 2016 auf den Höchstwert von 94.163 Mio. € (Vj.: 92.175 Mio. € / +2,2%). Damit hat sich der Umsatz seit dem Jahr 2005 (46.656 Mio. €) mehr als verdoppelt. Das **Ergebnis vor Finanzergebnis** (EBIT) lag mit 9.386 (Vj.: 9.593) Mio. € leicht unter dem Rekordwert aus dem Vorjahr (-2,2%). Das **Konzernergebnis vor Steuern** (EBT) stieg um 4,8% auf die neue Bestmarke von 9.665 (Vj.: 9.224) Mio. €. Alle operativen Segmente – Automobile, Motorräder und Finanzdienstleistungen – erzielten 2016 Rekordergebnisse vor Steuern und trugen damit zu dem Wachstum bei.

Die **Umsatzrendite vor Steuern (EBT Marge)** des Konzerns stieg auf 10,3% (Vj.: 10,0%). Beginnend mit dem Geschäftsjahr 2017 hat die BMW Group diese Umsatzrendite als zusätzliche Berichtsgröße eingeführt und strebt einen Wert von mindestens 10% an. Der **Konzernüberschuss** legte im vergangenen Jahr um 8,0% auf 6.910 (Vj.: 6.396) Mio. € zu und erreichte ebenfalls einen neuen Bestwert.

Dividende von 3,50 € je Stammaktie vorgeschlagen

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 11. Mai 2017 vor, die **Dividende** auf den neuen Höchstwert von 3,50 (Vj.: 3,20) € je Stammaktie und 3,52 (Vj.: 3,22) € je Vorzugsaktie anzuheben. Die **Ausschüttungsquote** steigt auf 33,3% (Vj.: 32,9%) und liegt damit im Zielkorridor von 30 bis 40 Prozent. „Die zentralen Säulen unserer Erfolgsgeschichte sind das beispielhafte Engagement unserer Mitarbeiter und das große Vertrauen unserer Aktionäre“, sagte **Krüger**. „Deswegen zahlen wir unseren festangestellten Mitarbeitern am Standort Deutschland die höchste Erfolgsbeteiligung im Wettbewerbsvergleich.“

Profitabilität im Segment Automobile im Zielkorridor

Im **Segment Automobile** stiegen die **Umsatzerlöse** im vergangenen Jahr dank der positiven Absatzentwicklung um 1,0% auf 86.424 (Vj.: 85.536) Mio. €. Ohne den dämpfenden Einfluss von Wechselkurseffekten wären die Erlöse um 3,1% gestiegen. Das **EBIT** lag bei 7.695 Mio. € (Vj.: 7.836 / -1,8%). Die **EBIT-Marge** belief sich damit auf 8,9% (Vj.: 9,2%) und lag seit 2010 das siebte Geschäftsjahr in Folge im angestrebten Renditekorridor von 8% bis 10% oder darüber. Das **Segmentergebnis vor Steuern** legte 2016 um 5,2% auf einen neuen Höchstwert von 7.916 (Vj.: 7.523) Mio. € zu.

Von der Marke **BMW** wurden 2016 zum ersten Mal in ihrer Geschichte mehr als zwei Millionen Fahrzeuge an Kunden übergeben. Die Auslieferungen nahmen um 5,2% auf 2.003.359 (Vj.: 1.905.234) Automobile zu. Wesentlichen Anteil an dieser erfolgreichen Absatzentwicklung hatten der BMW 7er als Flaggschiff der Marke mit einem Wachstum von 69,2% auf 61.514 Fahrzeuge sowie die BMW X Modelle - eines von drei verkauften BMW Fahrzeugen war 2016 ein X Modell. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 644.992 BMW X Modelle ausgeliefert, was einer Zunahme um 22,3% gegenüber 2015 entspricht. Zu den weiteren Wachstumstreibern der Marke gehörte die BMW 2er Reihe (196.183 / +24,8%). Die neue BMW 5er Reihe, die im Februar 2017 in den Markt eingeführt wurde, dürfte im laufenden Jahr signifikant zum Absatzwachstum beitragen.

Für **MINI** war 2016 das erste komplette Jahr nach der Neuausrichtung der Marke. Mit 360.233 (Vj.: 338.466) Kundenauslieferungen und einer Steigerung von 6,4% gegenüber dem Vorjahr verzeichnete MINI sein bestes Absatzergebnis der Geschichte. Die größten Wachstumstreiber waren der MINI Clubman und das neue MINI Cabrio.

Rolls-Royce Motor Cars verzeichnete 2016 das zweitbeste Verkaufsergebnis in der 113-jährigen Geschichte der Marke. Der Luxushersteller aus Goodwood steigerte trotz herausfordernder Marktbedingungen seine Auslieferungen an Kunden auf weltweit 4.011 Fahrzeuge (Vj.: 3.785 / +6,0%). Dazu trug vor allem das vierte Quartal mit einem neuen Allzeithoch bei (1.386 Automobile / +17,4%). Einen hohen Anteil daran hatte der neue Rolls-Royce Dawn. Er ging seit seiner Markteinführung im Sommer 2016 weltweit 1.283-mal an Kunden. Die siebte Generation des Phantom bestätigte unverändert dessen Position als Inbegriff für „Pinnacle of Luxury“ – damit unterstrich das Rolls-Royce Flaggschiff in seinem letzten Produktionsjahr seine unangefochtene Ausnahmestellung als Basis für seinen Nachfolger.

In **Europa** setzte die BMW Group im Jahr 2016 zum zweiten Mal in Folge über eine Million Automobile der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ab (1.092.155 Automobile / +9,2%). In Deutschland übertrafen die Verkaufszahlen den Vorjahreswert mit 298.928 Einheiten um 4,5% (Vj.: 286.098). Auch Großbritannien entwickelte sich im Berichtszeitraum positiv. Dort verkaufte das Unternehmen 252.205 Fahrzeuge an Kunden (Vj.: 230.982 / +9,2%).

Die Dynamik in **Asien** legte im Jahr 2016 wieder zu. Insgesamt wurden dort 747.291 Fahrzeuge der drei Konzernmarken ausgeliefert (Vj.: 685.792 / +9,0%). In China als größtem Markt der Region stieg die Zahl der Auslieferungen im Vorjahresvergleich mit 516.785 Fahrzeugen deutlich um 11,4% (Vj.: 464.086).

In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld in der Region **Amerika** erreichte der Absatz der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce die Vorjahreswerte nicht. Dort betrug die Verkaufszahlen 460.398 Einheiten (Vj.: 495.897 / -7,2%). Die USA verzeichneten mit 366.493 Automobilen einen moderaten Rückgang (Vj.: 405.715 / -9,7%).

Segment Motorräder erstmals mit über zwei Milliarden Euro Umsatz

2016 war auch für das **Segment Motorräder** ein Rekordjahr. Der Jahresabsatz legte um 5,9% auf 145.032 (Vj.: 136.963) an Kunden ausgelieferte Motorräder und Maxi-

Scooter zu – der sechste Absatzrekord in Folge. Die fünf größten Märkte von BMW Motorrad waren Deutschland, USA, Frankreich, Italien und Spanien. Als Teil seiner neuen Strategie erweitert BMW Motorrad seine Modellpalette und setzt sich ein Absatzziel von 200.000 Einheiten im Jahr 2020.

Der **Umsatz** stieg 2016 um 4,0% auf 2.069 (Vj.: 1.990) Mio. € und lag damit erstmals bei mehr als zwei Milliarden Euro. Das **EBIT** legte um 2,7% auf 187 (Vj.: 182) Mio. € zu. Wie im Segment Automobile strebt die BMW Group von 2017 an auch im Segment Motorräder eine **EBIT Marge** im Korridor von 8-10% an. Vergangenes Jahr lag der Wert bei 9,0%. Das **Ergebnis vor Steuern** stieg auf 185 Mio. € (Vj.: 179 / +3,4%).

Segment Finanzdienstleistungen mit Rekordergebnis

Das Segment Finanzdienstleistungen konnte seine positive Entwicklung 2016 ebenfalls fortsetzen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden 1.811.157 (Vj.: 1.655.961) **Neuverträge** mit Endkunden abgeschlossen – ein Zuwachs von 9,4%. Der **Bestand** an betreuten Leasing- und Finanzierungsverträgen stieg um 8,4% auf 5.114.906 (Vj.: 4.718.970) Verträge und übertraf damit erstmals die Marke von fünf Millionen Verträgen.

Der **Segmentumsatz** wuchs um 8,2% auf 25.681 (Vj.: 23.739) Mio. €. Das **Ergebnis vor Steuern** stieg um 9,7% auf 2.166 (Vj.: 1.975) Mio. € und lag damit erstmals bei mehr als zwei Milliarden Euro.

Zahl der Mitarbeiter und Auszubildenden gestiegen

Die Zahl der **Mitarbeiter** stieg 2016 um 2,0%. Insgesamt waren weltweit 124.729 (Vj.: 122.244) Mitarbeiter bei der BMW Group beschäftigt. Der leichte Anstieg ist neben dem Bedarf an qualifizierten Fachkräften für die Weiterentwicklung der Elektromobilität sowie für die Digitalisierung auch auf die Dynamik im Finanzdienstleistungsgeschäft zurückzuführen. Hinzu kommt der konsequente Ausbau von Mobilitätsdienstleistungen, der zum Anstieg der Beschäftigtenzahl beitrug.

Die BMW Group legt weiterhin großen Wert auf ihre Ausbildungsaktivitäten. Insgesamt beschäftigte die BMW Group zum Stichtag weltweit mehr als 4.600 **junge Menschen** in Berufsausbildung und Nachwuchsförderprogrammen.

Presse-Information

Date

21. März 2017

Topic

Bestwerte im Kerngeschäft und Innovationsführer für die Mobilität von morgen – BMW Group setzt ihren Erfolgskurs in die Zukunft fort.

Page

8

Die BMW Group im Überblick		2016	2015	Veränderung in %
Fahrzeug-Auslieferungen				
Automobile	Einheiten	2.367.603	2.247.485	5,3
Davon: BMW	Einheiten	2.003.359	1.905.234	5,2
MINI	Einheiten	360.233	338.466	6,4
Rolls-Royce	Einheiten	4.011	3.785	6,0
Motorräder	Einheiten	145.032	136.963	5,9
Mitarbeiter ¹		124.729	122.244	2,0
EBIT-Marge Segment Automobile	Prozent	8,9	9,2	-0,3 %Punkte
EBIT-Marge Segment Motorräder	Prozent	9,0	9,1	-0,1 %Punkte
EBT-Marge BMW Group	Prozent	10,3	10,0	+0,3 %Punkte
Umsatz	Mio. €	94.163	92.175	2,2
Davon: Automobile	Mio. €	86.424	85.536	1,0
Motorräder	Mio. €	2.069	1.990	4,0
Finanzdienst- leistungen	Mio. €	25.681	23.739	8,2
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	6	7	-14,3
Konsolidierungen	Mio. €	-20.017	-19.097	-4,8
Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT)	Mio. €	9.386	9.593	-2,2
Davon: Automobile	Mio. €	7.695	7.836	-1,8
Motorräder	Mio. €	187	182	2,7

Presse-Information

Date

21. März 2017

Topic

Bestwerte im Kerngeschäft und Innovationsführer für die Mobilität von morgen – BMW Group setzt ihren Erfolgskurs in die Zukunft fort.

Page

9

Finanzdienstleistungen	Mio. €	2.184	1.981	10,2
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	-17	169	-
Konsolidierungen	Mio. €	-663	-575	-15,3
Ergebnis vor Steuern (EBT)	Mio. €	9.665	9.224	4,8
Davon: Automobile	Mio. €	7.916	7.523	5,2
Motorräder	Mio. €	185	179	3,4
Finanzdienstleistungen	Mio. €	2.166	1.975	9,7
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	170	211	-19,4
Konsolidierungen	Mio. €	-772	-664	-16,3
Steuern auf das Ergebnis	Mio. €	-2.755	-2.828	2,6
Überschuss	Mio. €	6.910	6.396	8,0
Ergebnis je Aktie ²	€	10,45/10,47	9,70/9,72	7,7/7,7

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

² Ergebnis je Aktie für Stamm-/Vorzugsaktien

Presse-Information
Date 21. März 2017
Topic Bestwerte im Kerngeschäft und Innovationsführer für die Mobilität von morgen – BMW Group setzt ihren Erfolgskurs in die Zukunft fort.
Page 10

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 und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>