

Medien-Information
06. Mai 2020

BMW Group plant in Szenarien und bleibt jederzeit handlungsfähig für weitere Entwicklung

- Liquidität weiter auf hohem Niveau – Investitionen priorisiert
- Q1: EBIT wächst wegen hoher Rückstellung im Vorjahr
- Ausblick für EBIT Marge im Segment Automobile angepasst
- Q1: Produktmix und Preisdurchsetzung stützen Umsatz
- Produktion wird abhängig von Nachfrage hochgefahren
- Klares Bekenntnis zu vereinbarten CO₂-Zielen und Euro 6d
- Zipse: „Geschäftsmodell auch nach der Krise zukunftsfähig“

München. Erkennen, entscheiden, umsetzen: Die BMW Group bleibt während der Corona-Pandemie jederzeit reaktions- und handlungsfähig, um neue Entwicklungen der Lage antizipieren zu können. Dabei geht das Unternehmen davon aus, dass die Folgen der Pandemie die gesamte Automobilindustrie auf mittlere Sicht beeinträchtigen werden. Zudem zeigt sich, dass sich die Absatzsituation in wichtigen Märkten nicht nach einigen Wochen wieder normalisiert. Die BMW Group plant in Szenarien und ist vorbereitet, zusätzliche Maßnahmen zu ergreifen, um ihre finanzielle Position abzusichern und weiterhin aus eigener Kraft durch diese Phase zu steuern.

„Klar ist: Die Situation bleibt ernst und Marktprognosen sind in dem aktuellen Umfeld nur unter Einschränkungen möglich. Wir fahren unsere Produktion abhängig von der marktspezifischen Nachfrage schrittweise wieder hoch – aber wir beobachten die Entwicklung mit höchster Aufmerksamkeit, um flexibel reagieren zu können“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, **Oliver Zipse**, am Mittwoch in München. „Wir steuern unseren Lagerbestand sehr eng, denn Liquidität hat in dieser Situation absolute Priorität.“

Gleichzeitig nimmt die BMW Group ihre Verantwortung als Arbeitgeber und Teil der Gesellschaft wahr: Sie stellt den Schutz und die Gesundheit ihrer Mitarbeiter sicher und gewährleistet dabei eine bestmögliche Balance für die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens. Zudem unterstützt sie Behörden bei der Beschaffung von medizinischer Schutzausrüstung, stellt Hilfsorganisationen Fahrzeuge zur Verfügung und beginnt selbst mit der Fertigung von Atemschutzmasken. **Zipse** sagte dazu weiter: „Wir setzen unsere Kompetenzen entschlossen im Kampf gegen das Virus ein. Wir leisten einen Beitrag zum Gesundheitsschutz – und helfen dabei, die Wirtschaft und das öffentliche Leben in vielen

Ländern wieder anlaufen zu lassen. Beides ist hoch relevant und kann nur gemeinsam funktionieren.“

Frühzeitige Weichenstellungen zahlen sich aus

Auch in der aktuellen Lage zahlen sich die strategischen Weichenstellungen der BMW Group aus. Frühzeitig hat sich das Unternehmen etwa mit der konsequenten Elektrifizierung seiner Modellpalette auf die jetzt geltenden **CO₂-Ziele** vorbereitet, mit Performance > NEXT bereits 2017 die Grundlagen für mehr **Effizienz** und eine stärkere **Leistungsseite** gelegt. Auch den Zugang zu **Rohstoffen** für die Elektromobilität hat das Unternehmen strategisch abgesichert – ab diesem Jahr kauft die BMW Group Kobalt und Lithium selbst ein und stellt sie ihren Lieferanten für **Batteriezellen** zur Verfügung.

Gleichzeitig ist die BMW Group überzeugt, dass der konsequente Fokus auf die Bedürfnisse der Kunden und die dazu erforderlichen Innovationen ein entscheidendes Erfolgskriterium bleiben: „Wir glauben weiter an unsere erfolgreiche Zukunft und investieren entsprechend. Wir elektrifizieren unsere Flotte wie geplant. Beim hochautomatisierten Fahren machen wir keine Kompromisse. Unser iNEXT soll Level 3 auf Autobahnen bieten. Wir investieren weiter in die Wasserstoff-Brennstoffzellen-Technologie. Und wir bilden junge Menschen aus – als verlässlicher Partner der Gesellschaft“, betonte **Zipse**. „Denn unser Geschäftsmodell steht durch die Pandemie nicht infrage. Es wird auch nach dieser Krise zukunftsfähig sein und weiterhin von Technologie und Innovation leben.“ Entsprechend investiert das Unternehmen weiter in den Ausbau seiner Kompetenzen für zukünftige Technologiefelder. Bis 2025 wendet die BMW Group **mehr als 30 Milliarden** Euro für Forschung und Entwicklung auf, um ihre Rolle als Innovationsführer weiter auszubauen.

Klares Bekenntnis der BMW Group zu CO₂-Zielen

Die BMW Group arbeitet unverändert daran, die CO₂-Emissionen ihrer Neuwagenflotte zu senken. Das Unternehmen wird auch in diesem Jahr das vorgegebene CO₂ Flottenziel seiner europäischen Neuwagenzulassungen erreichen. Dieses liegt um rund 20% unter der Vorgabe aus dem Jahr 2019. Dieser Schritt soll zu einem Drittel mit weiteren Verbesserungen der konventionellen Antriebe und zu zwei Dritteln mit dem Zuwachs von elektrifizierten Fahrzeugen erreicht werden. So bilden der frühe und kontinuierlich

ausgeweitete Einsatz von **Efficient Dynamics**-Technologien seit 2007 und die weiter voranschreitende Elektrifizierung von Fahrzeugen zusammen die Grundlage, um künftige, gesetzlich vorgegebene CO₂- und Verbrauchsgrenzwerte zu erfüllen. **Zipse** bekräftigte: „Wir stehen unverändert zu den vereinbarten CO₂-Zielen in der Europäischen Union sowie zur Einführung der Abgasstufe Euro 6d. Denn beim Umweltschutz können wir uns keine Pausen leisten.“

Schon heute ist die BMW Group als Pionier der Elektromobilität ein führender Anbieter von elektrifizierten Fahrzeugen und baut ihr Angebot weiter signifikant aus. Ende 2021 wird die BMW Group fünf vollelektrische Serienfahrzeuge anbieten: Neben dem **BMW i3** startete Ende 2019 im Werk Oxford die Produktion des vollelektrischen **MINI Cooper SE***. Dieses Jahr folgt im Werk im chinesischen Shenyang der **BMW iX3** und 2021 dann der **BMW iNEXT** sowie der **BMW i4**, die in Dingolfing bzw. im Werk München gefertigt werden – alle werden mit der fünften Generation des elektrischen Antriebs ausgestattet sein.

Ein weiterer Meilenstein wird in der Folge die kommende Generation des **BMW 7er**. Auch das Flaggschiff der Marke BMW bietet den Kunden die „Power of Choice“ und wird mit vier unterschiedlichen Antriebsarten verfügbar sein: als hocheffizienter Diesel oder Benziner sowie als elektrifizierter Plug-in-Hybrid und erstmals als vollelektrisches BEV-Modell, ebenfalls mit der **fünften Generation des elektrischen Antriebs**. Damit unterstreicht die BMW Group ihren Anspruch, für jeden Kunden die passende Technologie für nachhaltigere Mobilität im Angebot zu haben.

Investitionen mit Augenmaß – Liquiditätsposition bleibt stark

Auf diesem Weg in die Zukunft der Mobilität wurden auch im ersten Quartal 2020 substantielle Vorleistungen getätigt – bei gleichzeitiger Kosten- und Kapitaldisziplin. Die Kosten für **Forschung und Entwicklung** lagen per März mit 1.380 Mio. € weiter auf hohem Niveau (Vj.: 1.396 Mio. € / -1,1%). Die **Investitionen** in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte beliefen sich im ersten Quartal auf 687 Mio. € (Vj.: 999 Mio. € / -31,2%).

„Es gilt mehr denn je: Wir investieren zielgerichtet und mit Augenmaß. Vor dem Hintergrund der aktuellen Situation werden wir einige Projekte verschieben oder noch einmal auf den Prüfstand stellen. Wir gehen daher davon aus, unsere Investitionen von

knapp 5,7 Milliarden Euro im Vorjahr auf unter vier Milliarden Euro in 2020 abzusenken“, sagte **Nicolas Peter**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen. „Die BMW Group hat ihre ohnehin starke Liquiditätsposition zum Quartalsende noch einmal auf knapp 19 Mrd. Euro erhöht. Wir verfügen weiterhin über das beste Rating aller europäischen Automobilhersteller und das zweitbeste weltweit. Dank unserer nach wie vor guten Bonität profitieren wir weiterhin von einem sehr guten Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten.“

Eine gute Ausgangssituation hat sich das Unternehmen bereits in den vergangenen drei Jahren mit dem Programm Performance > NEXT erarbeitet. In diesem Rahmen wird unter anderem die Dauer des **Entwicklungsprozesses** für neue Fahrzeugmodelle um bis zu ein Drittel verkürzt. Auf der Produktseite werden im Übergang zu den weiterentwickelten flexiblen Fahrzeugarchitekturen ab 2021 bis zu 50 Prozent der heutigen **Antriebsvarianten** entfallen. Darüber hinaus wird das Modellportfolio regelmäßig mit Blick auf zusätzliche Potentiale zur **Komplexitätsreduzierung** bewertet. Weiterhin werden unternehmensweit Synergie- und Effizienzpotentiale im indirekten Einkauf sowie bei Material- und Fertigungskosten gehoben. Bis Ende 2022 sollen insgesamt mehr als 12 Milliarden Euro Effizienzpotential gehoben werden.

Konzernumsatz im ersten Quartal leicht gestiegen

Die BMW Group hat in den ersten drei Monaten dieses Jahres weltweit 477.111 (-20,6%) Fahrzeuge der Premium-Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ausgeliefert. Der **Konzernumsatz** lag mit 23.252 Mio. € leicht über dem Vorjahresniveau (Vj.: 22.462 Mio. € / +3,5%). Das **Ergebnis vor Finanzergebnis** (EBIT) belief sich auf 1.375 Mio. € und lag damit deutlich über dem Vorjahreswert von 589 Mio. €. Allerdings hatte im ersten Quartal 2019 eine Rückstellung in Höhe von rund 1,4 Milliarden Euro im Zusammenhang mit der Übermittlung der Beschwerdepunkte im Rahmen des laufenden Kartellverfahrens der EU-Kommission das Ergebnis belastet. Das **Konzernergebnis vor Steuern** (EBT) lag angesichts deutlicher Belastungen im Finanzergebnis bei 798 Mio. € und damit leicht über dem Vorjahresniveau (Vj.: 762 Mio. € / +4,7%). Beeinflusst wurde das Finanzergebnis im ersten Quartal durch negative Bewertungseffekte bei Zinssicherungsgeschäften durch den Rückgang des Zinsniveaus in den USA. Zudem hatte im übrigen Finanzergebnis 2019 ein einmaliger Aufwertungseffekt aus der Bündelung der Mobilitätsdienstleistungen mit dem Daimler Konzern gewirkt. Die **EBT**

Marge des Konzerns betrug im ersten Quartal 3,4% (Vj.: 3,4%). Der **Konzernüberschuss** belief sich auf 574 Mio. € (Vj.: 588 Mio. € / -2,4%).

Segment Automobile mit positivem Produktmix

Der **Umsatz im Segment Automobile** lag zwischen Januar und März bei 17.989 Mio. € (Vj.: 19.213 Mio. € / -6,4%). Positive Produktmixeffekte und eine verbesserte Preisdurchsetzung aufgrund des verjüngten Produktportfolios wirkten dabei dem deutlichen Volumenrückgang entgegen. Das **EBIT** belief sich auf 229 Mio. € (Vj.: -310 Mio. €). Die **EBIT - Marge** lag bei 1,3% (Vj.: -1,6%).

Insgesamt wurden in den ersten drei Monaten des Jahres 411.809 Automobile der Marke **BMW** ausgeliefert (-20,1%). Die Marke **MINI** hat in diesem Zeitraum 64.449 Einheiten abgesetzt (-23,4%). **Rolls-Royce Motor Cars** erzielte im ersten Quartal einen Absatz von 853 (-27,2%) Fahrzeugen.

Im ersten Quartal wurden weltweit 30.692 **elektrifizierte Fahrzeuge** der Marken BMW und MINI ausgeliefert (+13,9%). „Damit sind wir auf Kurs, die CO₂ Zielwerte der EU zu erreichen“, betonte **Zipse**.

In der Region **Europa** wurden insgesamt in den ersten drei Monaten 221.024 (-18,3%) Automobile der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ausgeliefert. In Deutschland ist der Absatz der BMW Group mit 66.004 Einheiten (-8,8%) weniger stark als der Gesamtmarkt zurückgegangen. In **China** liegt der Absatz im ersten Quartal insgesamt bei -30,9% (116.577 Fahrzeuge). Erfreulich ist die Trendwende im März und April, die auf eine Erholung des Marktes hindeutet. Auch in Südkorea zeigt die Entwicklung der Absatzzahlen in eine positive Richtung. In den **USA** wurden im ersten Quartal des Jahres 64.956 (-17,4%) Automobile abgesetzt, davon 59.455 (-15,3%) Fahrzeuge der Marke BMW.

Auslieferungen im Segment Motorräder sinken moderat

BMW Motorrad hat im ersten Quartal 34.774 Motorräder und Maxi-Scooter an Kunden übergeben (-9,9%). Der **Umsatz** belief sich auf 557 Mio. € (Vj.: 586 Mio. € / -4,9%). Das **EBIT** ging auf 72 Mio. € zurück (Vj.: 89 Mio. € / -19,1%). Die **EBIT-Marge** im Segment lag bei 12,9% (Vj.: 15,2%).

Segment Finanzdienstleistungen steigert Umsatz

Im **Segment Finanzdienstleistungen** ist der betreute **Vertragsbestand** mit Endkunden zum 31. März 2020 um 0,5% auf 5.516.068 Verträge gestiegen (31. Dezember 2019: 5.486.319). Im ersten Quartal wurden 449.687 (Vj.: 469.624 / -4,2%) **Neuverträge** mit Endkunden im Finanzierungs- und Leasinggeschäft abgeschlossen. Der **Umsatz** stieg auf 7.598 Mio. € (Vj.: 7.146 Mio. € / +6,3%). Das **Ergebnis vor Steuern** belief sich auf 484 Mio. € (Vj.: 627 Mio. € / -22,8%). Ein wesentlicher Grund für den Ergebnisrückgang waren erhöhte Risikoaufwendungen im Zusammenhang mit den erwarteten Folgen aus Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie.

Ausblick für EBIT Marge im Segment Automobile angepasst

Die BMW Group setzt sich auch in einem politisch und wirtschaftlich herausfordernden Umfeld ehrgeizige Ziele. Die Ungewissheit hinsichtlich der weltweiten Ausbreitung und der Folgen des Coronavirus erschwert allerdings eine genaue Prognose der Geschäftsentwicklung für die BMW Group für das Jahr 2020. In der Gesamtsicht 2020 geht die BMW Group weiterhin davon aus, dass in allen wesentlichen Märkten die Nachfrage aufgrund der Ausbreitung des Coronavirus und der notwendigen Eindämmungsmaßnahmen erheblich beeinträchtigt sein wird.

Im **Segment Automobile** dürfte der weltweite **Absatz** im Jahr 2020 dadurch **deutlich unter Vorjahresniveau** liegen. Infolgedessen wird mit einer Ergebnisbelastung im Segment Automobile insbesondere im ersten Halbjahr gerechnet. Wie am 05. Mai mitgeteilt, hat das Unternehmen aufgrund der extrem volatilen Situation den Korridor für die EBIT-Marge im **Segment Automobile** erweitert: Für das Gesamtjahr wird nun mit einer **EBIT-Marge zwischen 0 und 3 Prozent** gerechnet.

Im **Segment Finanzdienstleistungen** wird mit geringeren Vertragszugängen und erhöhten Refinanzierungskosten gerechnet. Die Prognose des **Return on Equity** geht inzwischen von einem **moderaten** Rückgang gegenüber dem Vorjahr aus.

Im **Segment Motorräder** werden die **Auslieferungen** im Prognosezeitraum nunmehr **deutlich unter dem Niveau des Vorjahres** erwartet. Die **EBIT-Marge** soll daher im Korridor von **3 bis 5 Prozent** liegen.

Unter Berücksichtigung der oben beschriebenen Effekte wird das **Konzernergebnis vor Steuern** gegenüber 2019 **deutlich zurückgehen**.

Die **Mitarbeiterzahl** soll **leicht unter dem Niveau des Vorjahres** liegen. Wie bereits kommuniziert wird das Unternehmen die durch natürliche Fluktuation frei werdenden Stellen nutzen, um den Personalumbau voranzutreiben. Aufgrund der aktuellen Situation wird jede Einstellung dabei sehr kritisch geprüft.

In der Neueinschätzung des Ausblicks sind insbesondere nicht enthalten: eine länger anhaltende und tiefgreifende Rezession in wichtigen Absatzmärkten, eine noch deutlichere konjunkturelle Eintrübung der Wirtschaft in China als Folge von Rezessionen in anderen Wirtschaftsregionen, erhebliche Angebotsverwerfungen aufgrund noch stärkerer Wettbewerbsintensität und mögliche Auswirkungen einer zweiten Infektionswelle und der damit verbundenen Eindämmungsmaßnahmen. Die BMW Group beobachtet die weitere Entwicklung aufmerksam und ist weiterhin vorbereitet, alle notwendigen Maßnahmen zeitnah zu ergreifen.

***: Verbrauchs- / Emissionsangaben:**

MINI Cooper SE: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km, Stromverbrauch kombiniert: 16,8-14,8 kWh/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km

Presse-Information

Date 06. Mai 2020

Topic BMW Group plant in Szenarien und bleibt jederzeit handlungsfähig für weitere Entwicklung.

Page 8

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Michael Ebner
BMW Group

Presse-Information
Date 06. Mai 2020
Topic BMW Group plant in Szenarien und bleibt jederzeit handlungsfähig für weitere Entwicklung.
Page 9

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, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 133.778 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>