



Dlouhodobé maximum v prodeji – na špici v inovacích mobility pro budoucnost – BMW Group staví na svém úspěchu.

- Produktová ofenziva: BMW Group do konce roku 2018 představí 40 nových nebo přepracovaných modelů
- Luxusní segment: hodnoty prodeje do roku 2020 výrazně stoupnou
- Více elektrické mobility: zaměření na flexibilitu
- Cíle pro rok 2017: Mírný nárůst zisků společnosti před zdaněním, objemu prodeje v automobilovém segmentu a obratu
- 2016: Nejvyšší obrat a příjmy v historii
- Krüger: „Jasně zaměření na potřeby našich zákazníků“

Mnichov. Poté, co již sedmý rok v řadě ohlásila nejvyšší obrat a příjmy v historii, má BMW Group v plánu pokračovat na cestě k udržitelnému a ziskovému rozvoji i nadále a současně rozšiřovat svoji vedoucí pozici na poli inovací. Aktivity společnosti v klíčových oborech budou posíleny cíleným přidáváním nových modelů a pokračovat budou i strategické práce v oblastech elektrické mobility a automatizovaného řízení.

„Naším cílem je v roce 2017 znovu dosáhnout rekordního objemu prodeje, obratu a příjmů,“ řekl v úterý v Mnichově **Harald Krüger**, předseda představenstva BMW AG. BMW Group předpovídá pro letošní finanční rok mírný nárůst počtu dodaných vozidel v automobilovém segmentu, což by mělo přinést odpovídající nárůst obratu. Očekává se též, že mírně stoupne zisk společnosti před zdaněním.

„Vedoucí postavení na poli inovací a udržitelné profitability je klíčem k našemu úspěchu. Proto se plně soustředíme na splnění přání a potřeb našich zákazníků s cílem zažehnout jejich nadšení pro každodenní mobilitu přitažlivými produkty a službami,“ komentoval výsledek **Krüger**.

S touto myšlenkou bude BMW Group v následujících letech signifikantně obnovovat své produktové portfolio. „V průběhu let 2017 a 2018 plánujeme představení více než 40 nových a upravených modelů naší trojice prémiových značek. Nová produktová ofenziva úspěšně začala únorovým představením nového BMW řady 5, které dále pozvedlo laťku v segmentu manažerských vozů,“ pokračoval **Krüger**.



Zvláštní důraz klademe na špičku prémiového segmentu. Do roku 2020 BMW Group cílí na významný nárůst prodeje v této oblasti díky přidání celé řady nových modelů, včetně BMW X7, které by mělo doplnit limuzínu BMW řady 7 Sedan.

„Udržitelný profit a vedoucí postavení na poli inovací jdou ruku v ruce. Plánujeme využít naší mimořádné obchodní síly a cílíme na to, abychom již osmý rok v řadě dosáhli v automobilovém segmentu marže v rozsahu 8 až 10 procent,“ řekl **Nicolas Peter**, člen správní rady BMW AG zodpovědné za finance. „Udržováním vysoké úrovně obchodní síly a soustředěním se na oblasti, které jsou stále důležitější pro naše zákazníky, chceme i nadále generovat dostatečné finanční zdroje nutné k tomu, abychom mohli financovat vysoké počáteční náklady, nezbytné pro vytváření podoby budoucí mobility.“ BMW Group se nyní nachází v extrémně silné finanční pozici, disponibilní hotovost k 31. prosinci 2016 činila 13 167 milionů euro (2015: 11 383 milionů). Cash flow generovaný automobilovým segmentem se za období uplynulých 12 měsíců rovnal 5 792 milionům eur (2015: 5 404 milionů eur).

Vysoce flexibilní architektura jako základ elektrické mobility.

BMW Group se jasně zaměřuje na podporu své úspěšné strategie elektrifikace. V průběhu následující dekády se na poli elektrické mobility chystají neobyčejně dynamické změny. Ne všechny trhy a segmenty se však budou vyvíjet stejným tempem a skutečný výsledek závisí na celé řadě faktorů, včetně legislativních podmínek, které je dnes velmi těžké předvídat. Úspěch BMW Group proto zajistí především **flexibilita a široká nabídka** v rámci portfolia elektrických vozidel. „Úspěšná strategie elektrifikace musí být schopná vypořádat se s celou řadou možných výsledků, od optimistických až po opatrnější scénáře. Pokud se s tím dokážeme vyrovnat, budeme schopní spojit udržitelnou mobilitu s udržitelnou profitabilitou,“ okomentoval **Nicolas Peter**.

BMW Group se již v rané fázi uvedla jako průkopník elektrické mobility, když v roce 2007 spustila projekt i. Kromě práce na technologickém průlomu, ztělesněném BMW i3, se BMW Group v posledních deseti letech soustředila na navrhování flexibilních automobilových architektur a vyvíjení udržitelných modelů pro umístění elektrifikovaného pohonného ústrojí.

„Díky tomuto přístupu bude naše portfolio v polovině roku 2017 – méně než čtyři roky po uvedení BMW i3 – zahrnovat osm plug-in hybridních modelů a v průběhu roku dodáme naše 200tisící elektrické vozidlo,“ řekl **Krüger**.

Mezitím BMW Group vstoupila do druhé fáze své strategie elektrifikace a posouvá tuto vzrušující, udržitelnou formu mobility na novou úroveň. Bude



tak pokračovat strategie rozvoje projektu i se špičkovými technologiemi a zároveň vytváření flexibilních automobilových architektur umožňujících hladkou integraci různých systémů pohonu. V budoucnu budou do modelů značek BMW Group zapracovány nejen plug-in hybridní technologie, ale také technologie čistě elektrické s akumulátory, to vše velmi flexibilně a rozsáhle. Práce na vývoji **BMW iNEXT** povede k nasazení nové generace elektrických modulů a pohonných ústrojí do sériové výroby.

„Čistě elektrické MINI a čistě elektrické BMW X3 budou pro BMW Group představovat počátek druhé fáze elektrifikace. Tyto modely budou těžit z probíhajícího technologického pokroku, který jsme v této oblasti vytvořili,“ řekl **Krüger**. Strategie NUMBER ONE > NEXT stanovuje naše strategické směřování pro další elektrifikaci a cíle projektu i pro následující dekádu. Zahrneme elektrickou, akumulátory poháněnou mobilitu do našich základních značek, tak jak jsme to již úspěšně učinili s plug-in hybridními vozidly. Použitím vysoce flexibilních architektur se můžeme vyhnout duplicitě investic v oblasti výroby a budeme schopní rychle a efektivně přizpůsobit naše portfolio elektrických i konvenčních vozidel měnící se poptávce.

Testování vysoce automatizovaného provozu v Evropě a USA.

BMW Group také pracuje na vysoce automatizovaném řízení, které je součástí přístupu ACES (Autonomous, Connected, Electrified and Shared/Services – autonomní, propojené, elektrifikované a sdílené služby). V kooperaci se společnostmi Intel a Mobileye vytvořila BMW Group časový plán zavedení vysoce automatizovaného řízení v rámci BMW iNEXT v roce 2021. Relevantní technologie budou testovány v centrech měst, včetně Mnichova, v druhé polovině letošního roku. Automobily budou zatím za všech okolností obsazeny vyškolenými testovacími řidiči, připravenými kdykoliv převzít kontrolu nad vozidlem.

V roce 2017 BMW Group plánuje spojit své celé vývojové kapacity na poli automobilové konektivity a automatizovaného řízení v novém kampusu umístěném v Unterschleißheimu nedaleko Mnichova. Nový areál se nakonec stane domovem více než 2000 zaměstnanců, kteří budou pracovat na dalších krocích směřujících k vysoce automatizovanému řízení, od vývoje software až po silniční testování. „Volba tohoto kampusu posiluje roli Mnichova jako klíčového místa a podtrhuje to, jak BMW Group i celý region může těžit ze změn v automobilovém průmyslu,“ řekl **Krüger**.

BMW Group se může již nyní ohlédnout za skvělými úspěchy dosaženými v rámci ACES. Například současné modely BMW řady 7 a řady 5 jsou již dnes vybaveny špičkovými asistenčními systémy. S technologiemi



ConnectedDrive je BMW Group světovou špičkou v nabídce digitálních technologií pro automobily a již na silnice po celém světě nasadila přibližně 8,5 milionu připojených vozidel. Od představení BMW i3 na konci roku 2013 bylo zákazníkům dodáno více než 125 000 elektrifikovaných vozidel. S technologií DriveNow dnes BMW Group obsluhuje více než 800 000 zákazníků v jedenácti evropských městech a nová služba mobility ReachNow zahájila úspěšný provoz v USA.

Nové rekordy v objemu prodeje, obratu a zisku za rok 2016.

BMW Group dosáhla v roce 2016 svých cílů a zaznamenala dosud nejvyšší prodeje, obrat i zisk. Prodeje v kategorii automobilů vzrostly o 5,3 % na novou rekordní úroveň 2 367 603 vozů (2015: 2 247 485 vozů). S trojicí prémiových značek BMW, MINI a Rolls-Royce zůstává BMW Group vedoucím světovým výrobcem prémiových automobilů. Prodeje elektrifikovaných vozů se téměř zdvojnásobily na 62 000 vozů v roce 2016. Prodeje čistě elektrického BMW i3 stoupají v každém roce od chvíle, kdy byl tento model roku 2013 představen. BMW Group plánuje v roce 2017 poprvé překonat hranici 100 000 prodaných elektrifikovaných vozů.

Obrat skupiny vzrostl na novou rekordní úroveň 94 163 milionů eur (2015: 92 175 milionů eur, + 2,2 %), což představuje více než dvojnásobek hodnoty z roku 2005 (46 656 milionů eur). Zisk před zdaněním a odepsáním úroků (EBIT) dosáhl 9 386 milionů eur (2015: 9 593 milionů), což představuje mírný pokles (- 2,2 %) oproti hodnotě z předchozího roku. Zisk skupiny před zdaněním vzrostl o 4,8 % na novou rekordní úroveň 9 665 milionů (2015: 9 224 milionů). Všechny tři provozní segmenty, automobily, motocykly a finanční služby, dosáhly v roce 2016 rekordních zisků před zdaněním, a společně tak přispěly k nárůstu zisků. Prodejní marže před zdaněním celé skupiny se zlepšila na 10,3 % (2015: 10,0 %). Od finančního roku 2017 zavedla BMW Group „prodejní návratnost“ jako další indikátor a cíl na hodnotu minimálně 10 %. Čistý profit skupiny vzrostl meziročně o 8,0 % na 6 910 milionů eur (2015: 6 396 milionů), což také představuje nový historický rekord skupiny.

Navrhována dividenda 3,50 EUR na akcii.

Na valné hromadě 11. května 2017 navrhne správní a dozorčí rada akcionářům zvýšení dividendy na novou rekordní hodnotu 3,50 EUR (2015: 3,20 EUR) na běžnou akcii a 3,52 EUR (2015: 3,22 EUR) na preferovanou akcii. Distribuční sazba se tím zvýší na 33,3 % (pro 2015: 32,9 %), což odpovídá cíli BMW Group pohybovat se v rozsahu mezi 30 a 40 %.

„Neobyčejné odhodlání našich pracovníků a neutuchající důvěra akcionářů jsou klíčovými faktory stojícími za úspěchem BMW Group,“ řekl **Krüger**.



„Z tohoto důvodu také našim trvalým zaměstnancům v Německu vyplácíme speciální bonus, který je nejvyšší mezi našimi konkurenty.“

Profitabilita automobilového segmentu je v rámci cílového rozsahu.

Obrat automobilového segmentu se zvýšil o 1,0 % na 86 424 milionu eur (2015: 85 536 milionu), především díky dobrým prodejním výsledkům. Bez oslabujícího vlivu měnových výkyvů by obrat vzrostl o 3,1 %. EBIT dosáhla hodnoty 7 695 milionů eur (2015: 7 836 milionu eur). Čistá marže měla hodnotu 8,9 % (2015: 9,2 %) a zůstala tak v cílovém rozsahu mezi 8 a 10 % (nebo výše) již po sedmý finanční rok v řadě. Nezdáněný profit v segmentu se zlepšil o 5,2 % a dosáhl nové rekordní hodnoty 7 916 milionu eur (2015: 7 523 milionu eur).

V roce 2016 bylo poprvé prodáno více než dva miliony vozidel značky BMW za jediný rok. Počet vozidel dodaných zákazníkům vzrostl o 5,2 % na 2 003 359 vozů (2015: 1 905 234 vozů). Významný podíl na růstu prodeje lze přičíst nové vlajkové lodi, BMW řady 7, a modelům BMW řady X. BMW řady 7 dosáhlo růstu 69,2 % na 61 514 prodaných kusů a vozy řady X představovaly jeden z každých tří prodaných vozů BMW v roce 2016. Celkem bylo v průběhu 12 měsíců prodáno 644 992 vozů BMW řady X, o 22,3 % více než v předcházejícím roce. BMW řady 2 také pomohlo posílit růst značky (196 183 vozů, + 24,8 %). Nové BMW řady 5, představené v únoru 2017, by podle předpokladů mělo významně přispět k růstu prodeje v průběhu letošního roku.

Rok 2016 byl také prvním celým rokem, ve kterém byla aplikována nová strategie značky MINI. S celkovým počtem 360 233 prodaných vozů (2015: 338 466), a tedy meziročním nárůstem o 6,4 %, dosáhlo MINI nejlepších prodejů ve své historii. MINI Clubman a nové MINI Cabrio se stala největšími hybateli prodeje.

Rolls-Royce Motor Cars zaznamenal druhé nejlepší prodejní výsledky ve 113 letech historie automobilky. Luxusní výrobce z britského Goodwoodu prodal 4 011 (2015: 3 785) vozidel, o 6,0 % více než v předcházejícím roce, a to i přes náročné podmínky na trhu. Součástí tohoto úspěchu byly i rekordní prodeje ve čtvrtém čtvrtletí – 1 386 vozů (+ 17,4 %). O velkou část těchto prodejů se zasloužil nový Rolls-Royce Dawn, jehož se po celém světě prodalo od uvedení na trh v létě 2016 celých 1 283 kusů. Sedmá generace modelu Phantom potvrdila svoji pozici jako „vrcholného luxusu“ – i v posledním roce výroby podtrhuje vlajková loď značky Rolls-Royce své neoddiskutovatelné kvality.



V roce 2016 se BMW Group podařilo již druhý rok po sobě překonat hranici jednoho milionu prodaných vozidel značek BMW, MINI a Rolls-Royce v Evropě (1 092 155 vozů, +9,2 %). Prodeje na německém trhu vzrostly meziročně o 4,5 % na 298 928 kusů (2015: 286 098). Pozitivně se vyvíjely i prodeje ve Velké Británii, kde prodeje stouply na celkových 252 205 vozů (2015: 230 982 vozů, + 9,2 %).

Tempo růstu na trzích v Asii rostlo i v roce 2016. Celkové prodeje všech tří značek BMW Group dosáhly 747 291 vozů (2015: 685 792 vozů, + 9,0 %), z čehož 516 785 vozů (+ 11,4 %) bylo prodáno v Číně, která je největším trhem v regionu (2015: 464 086 vozů).

Ve vysoce konkurenčním prostředí amerického trhu se prodeje BMW, MINI a Rolls-Royce meziročně snížily na 460 398 vozů (2015: 495 897 vozů, - 7,2 %), včetně 366 493 vozů prodaných v USA (2015: 405 715 vozů, - 9,7 %).

Obrat v segmentu motocyklů poprvé přesáhl hranici dvou miliard eur.

Rok 2016 byl rekordní i pro segment motocyklů. Počet motocyklů a maxi-skútrů dodaných zákazníkům vzrostl o 5,9 % na 145 032 kusů (2015: 136 963 kusů) – to představuje šestý rekordní rok v řadě. Největších pět trhů BMW Motorrad představuje Německo, USA, Francie, Itálie a Španělsko. Jako součást nové strategie je BMW Motorrad v procesu rozšiřování své modelové řady s prodejním cílem nastaveným na 200 000 kusů v roce 2020.

Obrat vzrostl o 4,0 % na 2 069 milionů eur (2015: 1 990 milionů eur) a překonal tak poprvé hranici dvou miliard eur. EBIT se zvýšila na 2,7 % a dosáhla 187 milionů eur (2015: 182 milionů eur). Stejně jako v automobilovém segmentu, i zde BMW od roku 2017 cílí na čistou marži v rozsahu 8 až 10 %. Marže dosažená v roce 2016 činila 9,0 %. Zisk před zdaněním vzrostl na 185 milionů eur (2015: 179 milionů eur, + 3,4 %).

Rekordní zisky v segmentu finančních služeb.

I segment finančních služeb dosahoval v roce 2016 vynikajících výsledků. V průběhu minulého roku bylo sjednáno 1 811 157 nových smluv s maloobchodními zákazníky, což představuje meziroční nárůst 9,4 %. Portfolio leasingových a finančních kontraktů vzrostlo o 8,4 % na 5 114 906 (2015: 4 718 970) smluv. Poprvé tak došlo k překonání hranice pěti milionů.



Obrat v segmentu vzrostl o 8,2 % na 25 681 milionů eur (2015: 23 729 milionů eur). Zisk před zdaněním se zvýšil o 9,7 % na 2 166 milionů eur (2015: 1 975 milionů eur), poprvé tak překonal hranici dvou miliard eur.

Nárůst v počtu zaměstnanců a učňů.

Počet zaměstnanců BMW Group v roce 2016 vzrostl o 2,0 %. Na konci sledovaného období bylo u společnosti na celém světě zaměstnáno 124 729 osob (2015: 122 244 osob). Mírný meziroční nárůst byl výsledkem několika faktorů, včetně potřeby kvalifikovaných zaměstnanců, kteří by pracovali na vývoji elektrické mobility, stejně jako digitalizace a růst v segmentu finančních služeb. Systematická expanze služeb mobility také přispěla k nárůstu počtu zaměstnanců.

BMW Group i nadále klade velký důraz na učňovské aktivity. Celkově bylo v tréninkových a učňovských programech k 31. prosinci 2016 angažováno 4 600 mladých lidí.

Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Group Česká republika
Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com
BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/cz/startpage.htm
Internet: www.bmw.cz; Facebook CZ: <https://www.facebook.com/BMW.Ceska.Republika>

BMW Group

BMW Group je se svými značkami BMW, MINI a Rolls-Royce vedoucím výrobcem prémiových automobilů a motocyklů, stejně tak jako poskytovatelem prémiových finančních produktů a služeb mobility. BMW Group je globální společností s 31 výrobními a montážními závody ve 14 zemích a celosvětovou prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2016 společnost BMW Group prodala po celém světě přibližně 2,367 milionu automobilů a 145 tisíc motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2016 činil 9,67 miliardy Euro, příjmy dosáhly 94,16 miliardy Euro. K 31. prosinci 2016 pracovalo pro BMW Group 124 729 zaměstnanců.

Úspěchy společnosti BMW Group se vždy opíraly o dlouhodobé strategie a odpovědnost. Celý hodnotový a výrobní proces je zaměřen na ekologickou a sociální udržitelnost, k životnímu prostředí odpovědné produkty a jednoznačné zaměření na ochranu zdrojů. To vše je pevnou součástí celkového přístupu.

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>