

Presse-Information
04. Mai 2018

BMW Group mit gutem Start in das Jahr 2018

- Höchste EBT Marge im Konzern seit 2011
- Absatz und Überschuss erreichen neue Bestwerte
- EBIT Marge im Segment Automobile über Vorjahr und am oberen Rand des Zielkorridors
- Weiter hohe Vorleistungen für Mobilität von morgen
- Elektro-Strategie zeigt nachhaltige Wirkung
- BMW Group bestätigt Ausblick für Geschäftsjahr 2018
- Krüger: Verbinden Mobilität von morgen mit nachhaltiger Profitabilität

München. Die BMW Group ist mit einem guten ersten Quartal in das Geschäftsjahr 2018 gestartet. Unter volatilen Rahmenbedingungen mit ungünstigen Wechselkurseffekten hat das Unternehmen Bestwerte bei Absatz und Überschuss erzielt. Dabei konnte die BMW Group trotz hoher Vorleistungen für die Mobilität der Zukunft auch im operativen Geschäft des Segments Automobile ein Ergebnis (EBIT) auf Rekordniveau erzielen.

„Unsere Branche durchläuft einen nie dagewesenen technologischen Wandel und muss herausfordernde Rahmenbedingungen beherrschen. Das erste Quartal unterstreicht: Wir denken in Chancen und verfolgen eine klare Strategie. Wir verbinden die Mobilität von morgen mit nachhaltiger Profitabilität – das belegt unsere hohe Vorsteuer-Marge im Konzern auch in volatilen Zeiten“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, **Harald Krüger**, am Freitag in München. „Die BMW Group war 2017 der profitabelste Automobilhersteller der Welt und erhöht nochmal die Schlagzahl. Wir haben zum Jahresauftakt Bestwerte bei Absatz und Überschuss erzielt sowie wichtige strategische Entscheidungen in die Tat umgesetzt.“ Dabei treibt das Unternehmen die Transformation der Mobilitätsbranche entlang der **ACES** Zukunftsfelder **A**utomated, **C**onected, **E**lectrified und **S**ervices konsequent voran.

Bei aller Veränderung der Mobilitätsbranche bleibt der **Kunde** die Konstante in der Ausrichtung der BMW Group. Daher bietet die BMW Group eine einzigartige Vielfalt von BMW i3 bis Rolls-Royce Phantom und von maßgeschneiderter

Finanzierung bis zu intelligenten Mobilitätsdienstleistungen, die das Leben ihrer Kunden einfacher machen. Damit entwickelt sich das Unternehmen zu einer kundenzentrierten Mobilitäts- und Tech-Company. Es ist das Ziel der BMW Group, bis 2025 100 Millionen aktive Kunden zu haben.

Seit Jahresbeginn hat die BMW Group umfassende Weichenstellungen aus ihrer Strategie **NUMBER ONE > NEXT** realisiert: Im Februar wurde mit dem chinesischen Hersteller **Great Wall** ein „Letter of Intent“ für die Gründung eines Joint Ventures zur lokalen Fertigung von **vollelektrischen MINI** Fahrzeugen in China unterzeichnet. Dieser Schritt ist ein weiteres klares Bekenntnis zur elektrifizierten Zukunft der Marke MINI und unterstreicht die Bedeutung des chinesischen Marktes für die BMW Group.

Einen Monat später haben die BMW Group und der Daimler Konzern eine Vereinbarung zur Zusammenlegung ihrer Geschäftseinheiten für **Mobilitätsdienste** unterzeichnet. Damit sollen ihre Angebote für On-Demand Mobilität in den Bereichen CarSharing, Ride-Hailing, Parking, Charging und Multimodalität zusammengeführt und strategisch weiter ausgebaut werden.

Am 11. April hat die BMW Group vor den Toren Münchens ihren **Campus für autonomes Fahren** eröffnet, wo das Unternehmen gemeinsam mit seinen Partnern die Technologie für das hoch- und vollautomatisierte Fahren entwickelt. Auf 23.000 qm Bürofläche bieten moderne neue Arbeitswelten Platz für 1.800 Mitarbeiter. Dabei entstehen auch zahlreiche neue Arbeitsplätze: Allein 2017 hat das Unternehmen rund 1.000 neue Mitarbeiter für die Zukunftstechnologien eingestellt. Besonders gesucht sind IT-Spezialisten und Softwareentwickler in den Bereichen Künstliche Intelligenz, Machine Learning und Data Analytics.

Mit dem **BMW Concept iX3** hat die BMW Group vergangene Woche auf der Auto China 2018 in Peking erstmals einen Ausblick auf den ersten **vollelektrischen BMW X3** gegeben, der von 2020 an in China produziert wird.

Darin wird erstmals die fünfte Generation des elektrischen Antriebsstrangs zum Einsatz kommen, die eine weiterentwickelte Batterietechnologie einschließt. Mit einer Netto-Kapazität von über 70 kWh wird das Fahrzeug eine Reichweite von **über 400 Kilometern** im WLTP Zyklus erzielen.

Bereits Anfang März hatte das Unternehmen bekannt gegeben, dass der BMW i Vision Dynamics als vollelektrischer **BMW i4** auf den Markt kommen und im **Werk München** gefertigt werden wird. Bereits heute produziert die BMW Group an zehn Standorten elektrifizierte Modelle. 2019 kommt das Werk Oxford mit der Produktion des vollelektrischen MINI hinzu. Der BMW i4 ist nur eins der angekündigten **25 elektrifizierten Modelle**, die die BMW Group bis 2025 auf die Straße bringt. Die Hälfte dieser Modelle wird rein elektrisch angetrieben sein.

Auch beim konventionell angetriebenen Portfolio erhöht die BMW Group die **Schlagzahl**: 2018 wird die größte **Produktoffensive** in der Geschichte des Unternehmens mit weiteren zwanzig neuen und überarbeiteten Modellen fortgesetzt. Der neue BMW X2 ist im März erfolgreich angelaufen, der neue BMW X3 wird ab dem zweiten Quartal an drei Produktionsstandorten gefertigt und die neue Generation des BMW X4 steht in den Startlöchern. Damit wird 2018 beim größten Hersteller von Premium-Automobilen zum „**Year of X**“, das speziell im zweiten Halbjahr für zusätzlichen Schub beim Absatz sorgen dürfte.

Bestwerte bei Absatz und Überschuss im ersten Quartal

In den ersten drei Monaten 2018 hat die BMW Group die **Auslieferungen** ihrer drei Premiummarken BMW, MINI und Rolls-Royce um 3,0% auf 604.629 (2017: 587.237) Automobile gesteigert. Alle drei großen Verkaufsregionen trugen zu dem Anstieg bei. Bedingt durch Währungseffekte ging der **Konzernumsatz** zwischen Januar und März auf 22.694 (2017: 23.926) Mio. € zurück (-5,1%). Währungsbereinigt lag der Umsatz auf Vorjahresniveau (-0,7%). Auch das **Ergebnis vor Finanzergebnis** (EBIT) war von Währungseffekten beeinflusst

und belief sich auf 2.733 Mio. € (2017: 2.821 Mio. € / -3,1%). Das für den Ausblick der BMW Group maßgebliche **Konzernergebnis vor Steuern** (EBT) konnte mit 3.165 Mio. € trotz steigender Kosten und Vorleistungen im Zusammenhang mit Forschung und Entwicklung das hohe Vorjahresniveau erreichen (2017: 3.180 Mio. € / -0,5%). Dazu trug unter anderem ein verbessertes Finanzergebnis bei, bei dem gegenläufige Effekte wirkten: Vor einem Jahr hatte ein positiver Bewertungseffekt im Zusammenhang mit der Beteiligung von neuen Investoren am Kartendienst HERE das Finanzergebnis um 183 Mio. € erhöht. Zudem hatten sich damals Verbesserungen des übrigen Finanzergebnisses in Höhe von 122 Mio. € bemerkbar gemacht. Im aktuellen Quartal wiederum enthielt das Finanzergebnis unter anderem einen positiven Bewertungseffekt im Zusammenhang mit dem Erwerb der 50% Anteile an dem Joint Venture DriveNow von der Sixt SE in Höhe von 209 Mio. €.

2018 erneut starker Free Cashflow erwartet

Die **EBT Marge** des Konzerns erreichte mit 13,9% (2017: 13,3%) den höchsten Wert in einem Quartal seit 2011. Der **Konzernüberschuss** belief sich auf 2.301 (2017: 2.274) Mio. € und lag damit leicht (+1,2%) über dem Bestwert aus dem Vorjahresquartal.

„Das erste Quartal zeigt, wie wir auch unter volatilen Rahmenbedingungen Höchstleistungen erzielen können. Wir fokussieren uns weiter auf unsere Aufgaben, um 2018 zu einem weiteren Rekordjahr zu machen“, sagte **Nicolas Peter**, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen. „Wir gehen konsequent unseren Weg, um den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens sicherzustellen. Das Fundament für den Erfolg von morgen ist unsere starke Finanzkraft, die wir auch in diesem Jahr wieder unverändert mit einem Free Cashflow von mehr als drei Milliarden Euro unter Beweis stellen wollen.“

Segment Automobile: EBIT-Marge im Zielkorridor

Im **Segment Automobile** war der **Umsatz** im ersten Quartal ebenfalls durch Währungseffekte beeinflusst und lag mit 19.326 (2017: 20.001) Mio. € leicht unter dem Vorjahresniveau (-3,4%). Dagegen konnte das **EBIT** trotz der hohen Vorleistungen für Forschung und Entwicklung mit 1.881 (2017: 1.877) Mio. € das Rekordniveau des Vorjahres halten (+0,2%). Entsprechend stieg die **EBIT-Marge** auf 9,7% (2017: 9,4%) und lag damit am oberen Rand des angestrebten Renditekorridors von 8% bis 10%. Auch das **Ergebnis vor Steuern** erreichte mit 2.281 (2017: 2.285) Mio. € das hohe Niveau des Vorjahres (-0,2%).

Die BMW Group Fahrzeuge mit **elektrifiziertem Antrieb** waren besonders begehrt: Mit knapp 27.000 BMW i3 und i8 sowie Plug-in-Hybriden der Marken BMW iPerformance und MINI Electric lag der Absatz rund 38% höher als im Vorjahreszeitraum. „Wir sind damit auf Kurs, in diesem Jahr mehr als 140.000 elektrifizierte Fahrzeuge an Kunden auszuliefern“, sagte **Krüger**. Der Anteil elektrifizierter Fahrzeuge am gesamten Absatz der BMW Group lag im ersten Quartal bei mehr als vier Prozent (erstes Quartal 2017: 3,3 Prozent). Zugleich geht das Unternehmen davon aus, mit seinen drei Automobil-Premiummarken auch 2018 der weltweit führende Hersteller von Premiumfahrzeugen zu bleiben.

Insgesamt lieferte die Marke **BMW** im ersten Quartal 517.447 (2017: 503.445) Automobile aus und erzielte damit ihr bestes Resultat für die ersten drei Monate (+2,8%). Für das Absatzwachstum sorgten unter anderem die im Frühjahr 2017 eingeführte neue Generation des BMW 5ers sowie der BMW X1. Beide Baureihen erzielten zweistellige Wachstumsraten.

Auch für **MINI** war das erste Quartal des Jahres äußerst erfolgreich. Die Marke erzielte mit 86.375 Einheiten ein höheres Absatzergebnis als jemals zuvor in den ersten drei Monaten eines Jahres (2017: 83.059 / +4,0%). Im Zuge der

Markteinführung des überarbeiteten MINI und des MINI Cabrios im März werden im Laufe des Jahres weiter steigende Impulse erwartet.

Der Absatz von **Rolls-Royce** Motor Cars stieg im ersten Quartal 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 10,1% auf 807 (2017: 733) Einheiten. Die Kundennachfrage nach Rolls-Royce Modellen bleibt weltweit stark, nur im Nahen Osten zeigt sich der Markt weiter unbeständig. Der neue Phantom, das Flaggschiff der Marke, wird seit Januar an Kunden ausgeliefert, und der Bestelleingang ist für den Verlauf des Jahres anhaltend hoch. Derzeit laufen die Vorbereitungen für die Markteinführung des Rolls-Royce Cullinan.

Die BMW Group verfolgt ihre Strategie einer weltweit ausgewogenen Absatzverteilung und nutzt ihre hohe Flexibilität in Produktion und Vertrieb, um Nachfrageverschiebungen zwischen einzelnen Regionen ausgleichen zu können. Im ersten Quartal trugen alle drei **Hauptvertriebsregionen** zum gestiegenen Absatz der BMW Group bei. Das chinesische Festland und die USA waren dabei die zentralen Wachstumstreiber.

In **Europa** stiegen die Verkaufszahlen im ersten Quartal leicht um 1,0% auf 270.725 (2017: 267.996) Fahrzeuge. Auch in Frankreich übertraf die BMW Group das Vorjahr leicht (+3,1%). Vor dem Hintergrund der anhaltenden Ungewissheit über den Fortgang der Brexit-Verhandlungen erreichte das Unternehmen in UK die Vorjahreswerte nicht (-2,7%).

In **Asien** legte der Absatz der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce im ersten Quartal 2018 solide um 6,3% auf 212.693 (2017: 200.140) Auslieferungen zu. Einen großen Anteil daran hatte erneut China. Dort gingen 7,1% mehr Fahrzeuge der drei Konzernmarken an Kunden.

In der Region **Amerika** erzielte die BMW Group von Januar bis März 2018 ein Plus von 4,0% auf 106.348 (2017: 102.238) Automobile. In den USA blieb der Absatz mit 84.630 Einheiten ebenfalls leicht über dem Vorjahreswert (+3,0%).

Segment Motorräder mit Absatz auf Vorjahresniveau

BMW Motorrad hat im ersten Quartal das hohe Vorjahresniveau beim **Absatz** erreicht. Weltweit gingen 35.858 (2017: 35.636) Motorräder an Kunden (+0,6%). Damit wurde zum siebten Mal in Folge ein neuer Bestwert in einem ersten Quartal erzielt. Der aktuelle Modellwechsel sowie Währungseffekte wirkten dagegen dämpfend. Der **Umsatz** ging auf 524 (2017: 620) Mio. € zurück (-15,5%). Auch das **EBIT** war von den genannten Effekten betroffen und lag bei 77 Mio. € (2017: 125 Mio. € / -38,4%). Das Vorsteuerergebnis erreichte 78 Mio. € (2017: 125 Mio. € / -37,6%). Die **EBIT-Marge** im Segment Motorräder belief sich im ersten Quartal auf 14,7% (2017: 20,2%). Angesichts eines etwas langsameren Hochlaufs der Produktion neuer Modelle wird für das laufende Jahr nunmehr mit einem leichten Absatzwachstum für 2018 gerechnet.

Segment Finanzdienstleistungen bleibt auf Kurs

Gegenüber dem Jahresende 2017 stieg der betreute **Vertragsbestand** im **Segment Finanzdienstleistungen** zum 31. März 2018 um 1,0% auf insgesamt 5.434.664 Verträge (31. Dezember 2017: 5.380.785). Im ersten Quartal wurden 451.908 (2017: 465.634) **Neuverträge** mit Endkunden im Finanzierungs- und Leasinggeschäft abgeschlossen (-2,9%). Umsatz und Ergebnis wurden durch Währungseffekte beeinflusst: Der **Umsatz** ging im ersten Quartal auf 6.674 (2017: 7.046) Mio. € zurück (-5,3%). Entsprechend lag das **Ergebnis vor Steuern** bei 561 (2017: 595) Mio. € (-5,7%). Die BMW Group verfügt weiterhin über eine ausreichende Vorsorge mit Blick auf die Restwertentwicklung und Kreditrisiken im Leasing- und Finanzierungsgeschäft.

Zahl der Mitarbeiter gestiegen

Die Zahl der **Mitarbeiter** stieg zum Ende des ersten Quartals auf 131.181 und lag damit um 1,0% höher als am 31. Dezember 2017. Das Unternehmen stellt unverändert Fachkräfte und IT-Spezialisten für zukunftsorientierte Themenfelder wie Digitalisierung, autonomes Fahren und Elektromobilität ein.

BMW Group bestätigt Ziele für Geschäftsjahr 2018

Die BMW Group blickt angesichts ihrer starken Marken, des attraktiven Produktportfolios und der erwarteten grundsätzlich positiven Entwicklung auf den internationalen Automobilmärkten zuversichtlich auf das laufende Geschäftsjahr. Dem stehen außerordentlich hohe Vorleistungen für Zukunftstechnologien, eine anhaltend hohe Wettbewerbsintensität und steigende Personalkosten gegenüber. Das Unternehmen geht weiterhin von einem politisch und wirtschaftlich volatilen globalen Umfeld aus.

Die BMW Group bestätigt ihre Ziele für das Gesamtjahr. „Wir wollen 2018 bei den **Auslieferungen** und dem **Umsatz** im **Segment Automobile** leichte Zuwächse auf jeweils neue Bestmarken erreichen“, erklärte **Krüger**. „Zudem streben wir beim **Konzernergebnis vor Steuern** mindestens das Vorjahresniveau an.“ Die BMW Group erwartet im Automobilgeschäft unverändert eine **EBIT-Marge** im Zielkorridor von 8% bis 10%.

Im Zuge der geplanten Bündelung der Mobilitätsdienste hat die BMW Group mitgeteilt, dass die Joint Venture-Gründung im Fall einer Freigabe durch die Wettbewerbsbehörden im laufenden Jahr zu einem einmaligen Bewertungs- und Ergebniseffekt führen und eine Anpassung der Prognose nach sich ziehen wird. Unter diesen Umständen würde für das **Konzernergebnis vor Steuern** für 2018 ein leichter Anstieg gegenüber Vorjahr erwartet. Der beschriebene Effekt hat keine Auswirkungen auf die EBIT-Marge im Segment Automobile.

Presse-Information

Datum 04. Mai 2018

Thema BMW Group mit gutem Start in das Jahr 2018

Seite 9

Die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr setzen voraus, dass sich die weltweiten wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändern werden.

* * *

Die BMW Group im Überblick		1. Quartal 2018	1. Quartal 2017	Veränderung in %
Fahrzeug-Auslieferungen				
Automobile	Einheiten	604.629	587.237	3,0
Davon: BMW	Einheiten	517.447	503.445	2,8
MINI	Einheiten	86.375	83.059	4,0
Rolls-Royce	Einheiten	807	733	10,1
Motorräder	Einheiten	35.858	35.636	0,6
Mitarbeiter¹ (Vergleich mit 31.12.2017)				
		131.181	129.932	1,0
EBIT-Marge Segment Automobile ³	Prozent	9,7	9,4	+0,3 %Punkte
EBIT-Marge Segment Motorräder ³	Prozent	14,7	20,2	-5,5 %Punkte
EBT-Marge BMW Group³	Prozent	13,9	13,3	+0,6 %Punkte
Umsatz³				
	Mio. €	22.694	23.926	-5,1
Davon: Automobile ³	Mio. €	19.326	20.001	-3,4
Motorräder ³	Mio. €	524	620	-15,5
Finanzdienstleistungen	Mio. €	6.674	7.046	-5,3
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	2	2	-
Konsolidierungen ³	Mio. €	-3.832	-3.743	-2,4
Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT)³				
	Mio. €	2.733	2.821	-3,1
Davon: Automobile ³	Mio. €	1.881	1.877	0,2
Motorräder	Mio. €	77	125	-38,4
Finanzdienstleistungen	Mio. €	569	604	-5,8
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	9	4	-
Konsolidierungen ³	Mio. €	197	211	-6,6
Ergebnis vor Steuern (EBT)³				
	Mio. €	3.165	3.180	-0,5
Davon: Automobile ³	Mio. €	2.281	2.285	-0,2
Motorräder	Mio. €	78	125	-37,6
Finanzdienstleistungen	Mio. €	561	595	-5,7
Sonstige Gesellschaften	Mio. €	70	-4	-
Konsolidierungen ³	Mio. €	175	179	-2,2
Konzernsteuern auf das Ergebnis³				
	Mio. €	-864	-906	4,6
Konzernüberschuss³				
	Mio. €	2.301	2.274	1,2
Ergebnis je Aktie^{2,3}				
	€	3,47/3,47	3,45/3,45	0,6/0,6

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

² Ergebnis je Aktie für Stamm-/Vorzugsaktien

³ Die Vorjahreszahlen wurden aufgrund der Erstanwendung des IFRS 15 angepasst, siehe Textziffer [5] im Konzernanhang des Quartalsberichts.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 04. Mai 2018

Thema BMW Group mit gutem Start in das Jahr 2018

Seite 11

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Max-Morten Borgmann, Wirtschafts- und Finanzkommunikation

Telefon: +49 89 382-24118, Fax: +49 89 382-24418

Max-Morten.Borgmann@bmwgroup.com

Glenn Schmidt, Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation

Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418

glenn.schmidt@bmwgroup.comInternet: www.press.bmw.dee-mail: presse@bmw.de**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 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>