

Sporočilo za medije

21. marec 2017

## **Najvišja vrednost dobička na področju osnovne dejavnosti v zgodovini podjetja – Vodilno mesto na področju inovacij na področju mobilnosti prihodnosti – Podjetje BMW Group naprej gradi na uspehu.**

- **Ofenziva izdelkov:** podjetje BMW Group bo do konca leta 2018 predstavilo 40 novih ali spremenjenih modelov vozil.
- **Luksuzni segment:** obseg prodaje se bo do leta 2020 znatno povečal. **Več električne mobilnosti: osredotočenost na prilagodljivost.**
- **Cilji za leto 2017:** rahlo povečanje dobička pred obdavčitvijo, obsega prodaje v avtomobilskem segmentu in prihodkov podjetja BMW Group.
- **Leto 2016:** največje vrednosti prihodkov in čistega dobička v zgodovini podjetja.
- **Krüger:** „Jasna osredotočenost na potrebe naših strank“.

**München.** Po poročanju največjih vrednosti prihodkov in čistega dobička že sedmo leto zapored podjetje BMW Group nadaljuje svojo pot trajnostne in dobičkonosne rasti, obenem pa širi svojo vlogo kot vodilni v inovacijah. Osnovno dejavnost podjetja bosta okrepila ciljno dodajanje novih modelov vozil in nadaljevanje dela na strateških področjih električne mobilnosti in avtomatizirane vožnje.

„V letu 2017 ponovno ciljamo na rekorden obseg prodaje, prihodke in čisti dobiček,“ je v Münchnu v torek dejal Harald Krüger, predsednik upravnega odbora podjetja BMW AG. Podjetje BMW Group v tekočem poslovnem letu napoveduje rahlo povečanje na področju dobav strankam v avtomobilskem segmentu, kar bi povzročilo ustrezno rast prihodkov v tem segmentu. Prav tako se pričakuje rahlo povečanje dobička pred obdavčitvijo podjetja BMW Group.

„Vodilno mesto na področju inovacij in trajnostna dobičkonosnost sta ključ do našega uspeha. Zato smo povsem osredotočeni na zadovoljevanje želja in potreb naših strank, z namenom, da vzpodbudimo njihovo navdušenje za mobilnost vsak dan znova s privlačnimi izdelki in storitvami,“ je komentiral Krüger.

S tem v mislih bo podjetje BMW Group v prihodnjih letih bistveno pomladilo portfelj svojih izdelkov. „Naš namen je, da na trgu predstavimo več kot 40 novih in spremenjenih modelov vozil naših treh premium blagovnih znamk med letom 2017 in 2018. Nova ofenziva izdelkov se je uspešno začela s predstavitvijo novega vozila BMW serije 5 v februarju, ki je še dvignila standarde v segmentu poslovnih limuzin,“ je nadaljeval **Krüger**.

Poseben poudarek bo na zgornjem koncu premium segmenta. Do leta 2020 podjetje BMW Group cilja na pomembno rast obsega prodaje na tem področju z dodatkom številnih novih modelov vozil, vključno z vozilom BMW X7, ki bo dopolnilo vozila BMW serije 7.

„Trajnostna donosnost in vodilno mesto na področju inovacij gresta z roko v roki. Na podlagi naše osnovne operativne moči že osmo leto zapored ciljamo na doseganje marže EBIT med 8 in 10 odstotki v avtomobilskem segmentu,“ je povedal **Nicolas Peter**, član upravnega odbora podjetja BMW AG, odgovoren za finance. „Z ohranjanjem operativne zmogljivosti na dosledno visoki ravni, medtem ko se obenem osredotočamo na področja, ki postajajo vedno bolj pomembna za stranke, bomo še naprej zagotavljati zadostna sredstva za financiranje visokih predhodnih stroškov, ki so potrebni za oblikovanje mobilnosti prihodnosti.“ Podjetje BMW Group ima zelo močan finančni položaj, z denarnimi sredstvi v višini 13.167 milijonov EUR na dan 31. decembra 2016 (2015: 11.383 milijonov EUR). Prosti denarni tok, ki ga je ustvaril avtomobilski segment v obdobju dvanajstih mesecev, ki so se takrat končali, znaša 5.792 milijonov EUR (2015: 5.404 milijonov EUR).

### **Visoko prilagodljive arhitekture kot osnova za električno mobilnost**

Podjetje BMW Group je jasno osredotočeno na nadaljevanje s svojo uspešno strategijo elektrifikacije. V naslednjem desetletju se bodo na področju električne mobilnosti zgodile nadvse dinamične spremembe. Vendar pa se ne bodo vsi trgi in segmenti razvijali enako hitro, zato je dejanski rezultat odvisen od množice dejavnikov, vključno z

zakonskimi zahtevami, ki jih je zelo težko napovedati vnaprej. Zato bosta uspešnost podjetja BMW Group zagotovila **prilagodljivost** in **razširljivost** v okviru močnega portfelja elektrificiranih vozil. „Uspešna strategija elektrifikacije mora biti sposobna obvladovanja vrste rezultatov, tako optimističnih kot bolj previdnih scenarijev. Če nam bo to uspelo, bomo lahko uskladili trajnostno mobilnost s trajnostno dobičkonosnostjo,“ je dejal **Nicolas Peter**.

Podjetje BMW Group se je že v začetni fazi uveljavilo kot pionir na področju električne mobilnosti, ko je v letu 2007 začelo s projektom i. Ob svojem delu na področju tehnološkega gonila, vozila BMW i3, se je podjetje BMW Group v zadnjih desetih letih osredotočalo na oblikovanje prilagodljivih arhitektur vozil in razvijanje ustreznih modulov, kjer bi bil nameščen elektrificiran pogonski sklop. „Zahvaljujoč temu pristopu bo do sredine leta 2017 – manj kot štiri leta po vstopu vozila BMW i3 na trg – naša paleta izdelkov vključevala osem priključnih hibridnih modelov vozil, mi pa bomo v tem letu dostavili svoje 200.000 električno vozilo,“ je dejal **Krüger**.

V tem času je podjetje BMW Group vstopilo v drugo desetletje svoje strategije elektrifikacije in dviguje to zanimivo, trajnostno obliko mobilnosti na novo raven. Strategija uresničevanja projekta i s svojimi vodilnimi tehnologijami, obenem pa ustvarjanje prilagodljivih arhitektur vozil, da se omogoči nemotena integracija različnih pogonskih sistemov, se bosta zato nadaljevala. V prihodnosti bo med blagovne znamke, ključne modelne serije vozil in arhitekture podjetja BMW Group zraven tehnologije priključnega hibrida vključena **povsem električna** mobilnost na **baterijski pogon**, na visoko prilagodljiv in razširljiv način. Delo, ki je vključeno v razvoj **BMW iNEXT**, bo pripeljalo do nove generacije električnih modulov in pogonskih sistemov, ki bodo vstopili v serijsko proizvodnjo.

„Povsem električno vozilo MINI in povsem električno vozilo BMW X3 bosta za podjetje BMW Group zaznamovala začetek drugega vala elektrifikacije, ki bo izkoriščal stalen tehnološki napredek, ki ga delamo na tem področju,“ je povedal **Krüger**. „Strategija NUMBER ONE > NEXT določa naš strateški načrt za nadaljnjo elektrifikacijo in smer projekta i v prihodnjem desetletju. Med naše osnovne blagovne znamke bomo vključili povsem električno mobilnost na baterijski pogon, tako kot smo to že uspešno storili z našimi priključno-hibridnimi vozili. Z uporabo zelo prilagodljivih arhitektur se lahko izognemo podvojenim naložbam v osnovna sredstva, s tem pa bomo lahko hitro in

učinkovito prilagajali svojo ponudbo električnih in običajnih vozil glede na spreminjajoče se povpraševanje.“

### **Preizkušanje visoko avtomatizirane vožnje v Evropi in ZDA.**

Podjetje BMW Group se kot del svojega osredotočanja na ACES (**A**utonomous, **C**onected, **E**lectrified and **S**hared / **S**ervices; slo. avtomatizirane, povezane, elektrificirane in skupne/storitve) ukvarja tudi z avtomatizirano vožnjo. V sodelovanju s podjetjema Intel in Mobileye je podjetje BMW Group pripravilo časovni načrt za uvedbo visoko avtomatizirane vožnje z BMW iNEXT leta 2021. Ustrezne tehnologije bodo preizkušali v mestnih središčih, vključno z Münchnom, in sicer v drugi polovici tekočega leta – seveda s posebej za ta namen usposobljenim testnim voznikom na voznikovem sedežu, ki bo vsak trenutek pripravljen prevzeti nadzor nad vozilom.

V letu 2017 bo podjetje BMW Group združevalo tudi svoje celotno razvojno znanje in izkušnje na področju povezljivosti vozila in avtomatizirane vožnje na novem poslovnem kampusu, ki se nahaja v Unterschleißheimu pri Münchnu. Na tem novem kampusu bo zaposlenih več kot 2.000 zaposlenih, ki bodo delali na naslednjih korakih na poti do popolnoma avtomatizirane vožnje, vse od razvoja programske opreme do preizkušanja na cesti. „Odločitev za ta kampus krepi vlogo Münchna kot ključne lokacije in poudarja, kako lahko tako podjetje BMW Group kot celotna regija izkoristita spremembe v avtomobilski industriji,“ je dejal Krüger.

Podjetje BMW Group se že lahko pohvali z odličnimi referencami na področju ACES. Na primer, trenutni vozili BMW serije 7 in serije 5 sta že opremljeni z najsodobnejšimi asistenčnimi sistemi za voznika. S ConnectedDrive je podjetje BMW Group na vodilnem mestu na področju digitalnih ponudb in je na ceste po vsem svetu že poslalo približno 8,5 milijona povezanih vozil. Od vstopa vozila BMW i3 na trg ob koncu leta 2013 naprej je bilo strankam dostavljenih že več kot 125.000 elektrificiranih vozil. Z DriveNow podjetje BMW Group pomaga več kot 800.000 strankam v enajstih evropskih mestih, nova mobilna storitev ReachNow pa je začela uspešno delovati v ZDA.

### **Nove rekordne višine prodaje, prihodkov in dobička v letu 2016.**

Podjetje BMW Group je doseglo svoje smernice v letu 2016 in poroča o svojih rekordnih višinah pri obsegu prodaje, prihodkih in dobičku. **Obseg prodaje** avtomobilov se je v letu 2016 povečal za 5,3 %, na novo rekordno raven 2.367.603 enot (2015: 2.247.485

enot). S svojimi tremi premium blagovnimi znamkami, BMW, MINI in Rolls-Royce, podjetje BMW Group ostaja vodilni proizvajalec premium vozil na svetu. Prodaja elektrificiranih vozil se je v letu 2016 skoraj podvojila, na več kot 62.000 enot. Prodaja povsem električnega vozila BMW i3 se povečuje vsako leto, odkar je ta model vozila vstopil na trg leta 2013, in podjetje BMW Group želi v letu 2017 prvič prodati skupno 100.000 elektrificiranih vozil v enem letu.

**Prihodki BMW Group** so se v letu 2016 povečali na novo rekordno raven 94.163 milijonov EUR (2015: 92.175 milijonov EUR; +2,2 %), kar je več kot dvakratno povečanje v primerjavi z letom 2005 (46.656 milijonov EUR). **Dobiček pred obrestmi in davki (EBIT)** znaša 9.386 milijonov EUR (2015: 9.593 milijonov EUR), kar je rahel padec (-2,2 %) v primerjavi z vrednostmi iz preteklega leta. Dobiček pred obdavčitvijo (EBT) se je povečal za 4,8 % in se povzpел na novo rekordno vrednost 9.665 milijonov EUR (2015: 9.224 milijonov EUR). Vsi trije poslovni segmenti – avtomobilski segment, segment motornih koles in segment Financial Services – so v letu 2016 dosegli rekordno vrednost dobička pred obdavčitvijo, zaradi česar so vsestransko prispevali k rasti dobička. **Donosnost prodaje pred obdavčitvijo (marža EBT)** se je za podjetje BMW Group izboljšala za 10,3 % (leta 2015: 10,0 %). Od poslovnega leta 2017 naprej je podjetje BMW Group kot dodaten kazalnik predstavilo „donosnost prodaje“ in cilja na vrednost vsaj 10 %. Čisti dobiček BMW Group se je v primerjavi s preteklim letom povečal za 8,0 %, na 6.910 milijonov EUR (2015: 6.396 milijonov EUR), kar je prav tako nov rekord podjetja BMW Group.

### **Predlagana višina dividende 3,50 EUR na navadno delnico.**

Upravni odbor in nadzorni svet bosta na redni letni skupščini, ki bo potekala 11. maja 2017, delničarjem predlagala zvišanje dividende na novo visoko raven 3,50 EUR (2015: 3,20 EUR) za navadno delnico in 3,52 EUR (2015: 3,22 EUR) za prednostno delnico. **Izplačilno razmerje** se bo tako povišalo na 33,3 % (za leto 2015: 32,9 %), kar je znatno v ciljnem območju podjetja BMW Group, in sicer med 30 in 40 %. „Zgledna zaveza naše delovne sile in neomajno zaupanje v nas s strani naših delničarjev sta ključni temi, ki se pojavljata v zgodbi o uspehu BMW Group,“ je povedal **Krüger**. „Iz tega razloga plačujemo vsem našim rednim zaposlenim v Nemčiji izredni bonus, kar predstavlja najvišji znesek, plačan med konkurenti.“

**Donosnost avtomobilskega segmenta v ciljnem območju.**

**Prihodki** avtomobilskega segmenta so porasli za 1,0 %, na 86.424 milijonov EUR (2015: 85.536 milijonov EUR), in sicer zaradi dobrih vrednosti obsega prodaje. Brez zaviralnega učinka valutnih dejavnikov bi se prihodki povečali za 3,1 %. **EBIT** je znašal 7.695 milijonov EUR (2015: 7.836 milijonov EUR; -1,8 %). **Marža EBIT** je padla na 8,9 % (2015: 9,2 %), s čimer smo leto zaključili v ciljnem območju med 8 in 10 % ali več že sedmo poslovno leto zapored. **Segment dobička pred obdavčitvijo** se je povečal za 5,2 %, in sicer na novo rekordno visoko raven 7.916 milijonov EUR (2015: 7.523 milijonov EUR).

Leta 2016 je bilo prvič v enem letu prodanih več kot dva milijona vozil blagovne znamke **BMW**. Dostave strankam so se povečale za 5,2 %, na 2.003.359 enot (2015: 1.905.234 enot). Znatno delež rasti obsega prodaje je mogoče pripisati vodilnemu vozilu blagovne znamke BMW serije 7 in modelom vozil BMW X, pri čemer so prvi pokazali porast za 69,2 %, na 61.514 enot, drugi pa so bili vsako tretje prodano vozilo med vsemi vozili BMW, ki so bila prodana v letu 2016. V 12-mesečnem obdobju poročanja je bilo prodanih skupno 644.992 vozil BMW X, kar je 22,3 % več kot preteklo leto. Vozila BMW serije 2 so prav tako pripomogla k rasti blagovne znamke (196.183 enot, + 24,8 %). S prihodom na trg v februarju 2017 se pričakuje, da bo novo vozilo BMW serije 5 pomembno prispevalo k obsegu prodaje v tekočem letu.

Leto 2016 je bilo prvo polno leto za podjetje **MINI**, odkar je bila sprejeta nova strategija blagovne znamke. S 360.233 (2015: 338.466) prodanimi enotami in 6,4-odstotno rastjo v primerjavi s preteklim letom je podjetje MINI zabeležilo najboljše vrednosti obsega prodaje v svoji zgodovini, pri čemer sta se vozilo MINI Clubman in novo vozilo MINI Cabrio izkazala za največji gonilni moči rasti.

**Podjetje Rolls-Royce Motor Cars** je zabeležilo drugo najboljšo prodajno uspešnost v 113-letni zgodovini blagovne znamke. Proizvajalec luksuznih avtomobilov iz Goodwooda je prodal 4.011 (2015: 3.785) vozil, kar je za 6,0 % več kot v preteklem letu, in sicer kljub zahtevnim razmeram na trgu. Prodajna uspešnost vključuje najvišje prodajne vrednosti za zadnje četrletje (1.386 enot; +17,4 %). Veliko število teh prodaj je bilo povezanih z novim vozilom Rolls-Royce Dawn, od katerih je bilo prodanih 1.283 enot po vsem svetu po njihovem vstopu na trg poleti 2016. Sedma generacija vozila Phantom je ponovno potrdila svoj položaj na samem „vrhuncu razkošja“ – celo v svojem

zadnjem letu proizvodnje je vodilni model vozil Rolls-Royce izpostavil nesporno kakovost in prednosti tega modela vozila kot osnovo za njegovega naslednika.

Leta 2016 je podjetje BMW Group preseglo mejo enega milijona prodanih vozil blagovnih znamk BMW, MINI in Rolls-Royce v **Evropi**, in sicer že drugo leto zapored (1.092.155 enot: +9,2 %). Prodajne vrednosti za Nemčijo so se v primerjavi s preteklim letom povečale za 4,5 %, na 298.928 enot (2015: 286.098 enot). Poslovanje v Veliki Britaniji se je prav tako zelo pozitivno razvijalo, s povečanjem prodaje na skupno 252.205 enot (2015: 230.982 enot, +9,2 %).

Hitrost rasti v **Aziji** se je v letu 2016 še naprej povečevala. Skupno je znašala prodaja treh blagovnih znamk podjetja BMW Group 747.291 enot (2015: 685.792 enot, +9,0 %), vključno s 516.785 enotami (+11,4 %), ki so bile prodane na Kitajskem, na največjem trgu v regiji (2015: 464.086 enot).

V nadvse konkurenčnem tržnem okolju je v regiji **Amerike** prodaja vozil blagovnih znamk BMW, MINI in Rolls-Royce v primerjavi s preteklim letom padla na 460.398 enot (2015: 495.897 enot; -7,2 %), vključno s 366.493 enotami, ki so se prodale v ZDA (2015: 405.715 enot; -9,7 %).

### **Prihodki segmenta motornih koles prvič v zgodovini presegli mejo dveh milijonov.**

Leto 2016 je bilo tudi rekordno leto za **segment motornih koles**. Število motornih koles in maxi skuterjev, ki so bili dostavljeni strankam, se je povečalo za 5,9 %, na 145.032 enot (2015: 136.963 enot) – šesta rekordna vrednost obsega prodaje zapored. Pet največjih trgov podjetja BMW Motorrad je bilo Nemčija, ZDA, Francija, Italija in Španija. Kot del svoje nove strategije je podjetje BMW Motorrad v postopku širitve svoje modelne ponudbe motornih koles, pri čemer si je za leto 2020 določilo ciljni obseg prodaje 200.000 enot.

**Prihodki** so se povečali za 4,0 %, na 2.069 milijonov EUR (2015: 1.990 milijonov EUR), s čimer so prvič v zgodovini presegli mejo dveh milijonov evrov. **EBIT** se je povečal za 2,7 %, da je dosegel 187 milijonov EUR (2015: 182 milijonov EUR). Tako kot v avtomobilskem segmentu podjetje BMW Group tudi v segmentu motornih vozil cilja na **maržo EBIT** med 8 in 10 odstotki od leta 2017 naprej. Marža, ki smo jo dosegli v letu

2016, je bila 9,0 %. Dobiček pred obdavčitvijo je porastel na 185 milijonov EUR (2010: 179 milijonov EUR; +3,4 %).

### **Rekordni dobiček za segment Financial Services**

Tudi segment Financial Services se je v letu 2016 izkazal z dobrim poslovanjem. V preteklem letu je bilo sklenjenih 1.811.157 (2015: 1.655,961) **novih pogodb** z maloprodajnimi strankami, kar je 9,4-odstotno povečanje v primerjavi s preteklim letom. Portfelj leasinskih pogodb in pogodb o financiranju se je povečal za 8,4 %, na 5.114.906 (2015: 4.718.970) pogodb, s čimer je prvič v zgodovini prestopil mejo petih milijonov.

**Prihodki segmenta** so se povečali za 8,2 %, na 25.681 milijonov EUR (2015: 23.739 milijonov EUR). **Dobiček pred obdavčitvijo** se je povečal za 9,7 %, na 2.166 milijonov EUR (2015: 1.975 milijonov EUR), s čimer so prvič v zgodovini presegli mejo dveh milijonov evrov.

### **Povečanje delovne sile in števila vajencev.**

V letu 2016 se je **delovna sila** povečala za 2,0 %. Ob koncu obdobja poročanja je bilo v BMW Group po vsem svetu zaposlenih 124.729 oseb (2015: 122.244 oseb). Rahlo povečanje v primerjavi s preteklim letom je bilo posledica številnih dejavnikov, vključno s potrebo po dodatnem usposobljenem osebju za delo na področju razvoja električne mobilnosti, pa tudi digitalizacije in rasti posla finančnih storitev. Sistematična širitev storitev mobilnosti je prav tako prispevala k povečanju obsega delovne sile.

Podjetje BMW Group še vedno daje velik poudarek na dejavnosti za svoje pripravnike. Na splošno je bilo na dan 31. decembra 2016 več kot 4.600 mladih po vsem svetu vključenih v programe poklicnega izobraževanja in usposabljanja za mlade talente.



		2016	2015	Razlika v %
<b>Obseg prodaje</b>				
<b>Avtomobilski segment</b>	enote	<b>2.367.603</b>	<b>2.247.485</b>	<b>5,3</b>
Od tega: BMW	enote	2.003.359	1.905.234	5,2
MINI	enote	360.233	338.466	6,4
Rolls-Royce	enote	4.011	3.785	6,0
<b>Obseg prodaje:</b>	enote	<b>145.032</b>	<b>136.963</b>	<b>5,9</b>
<b>Segment motornih koles</b>				
<b>Delovna sila<sup>1</sup></b>				
		<b>124.729</b>	<b>122.244</b>	<b>2,0</b>
<b>Marža EBIT</b>				
Avtomobilski segment	odstotek	8,9	9,2	-0,3 % točke
Segment motornih vozil	odstotek	9,0	9,1	-0,1 % točke
<b>Marža EBIT BMW Group</b>	odstotek	<b>10,3</b>	<b>10,0</b>	<b>+0,3 % točke</b>
<b>Prihodki</b>				
	milijon EUR	<b>94.163</b>	<b>92.175</b>	<b>2,2</b>
Od tega: Avtomobilski	milijon EUR	86.424	85.536	1,0
Segment motornih koles	milijon EUR	2.069	1.990	4,0
Financial Services	milijon EUR	25.681	23.739	8,2
Drugi subjekti	milijon EUR	6	7	-14,3
Izločitve	milijon EUR	-20.017	-19.097	-4,8
<b>Dobiček pred obrestmi in davki (EBIT)</b>				
	milijon EUR	<b>9.386</b>	<b>9.593</b>	<b>-2,2</b>
Od tega: Avtomobilski	milijon EUR	7.695	7.836	-1,8
Segment motornih koles	milijon EUR	187	182	2,7
Financial Services	milijon EUR	2.184	1.981	10,2
Drugi subjekti	milijon EUR	-17	169	-
Izločitve	milijon EUR	-663	-575	-15,3
<b>Dobiček pred obdavčitvijo</b>				
	milijon EUR	<b>9.665</b>	<b>9.224</b>	<b>4,8</b>
Od tega: Avtomobilski	milijon EUR	7.916	7.523	5,2
Segment motornih koles	milijon EUR	185	179	3,4
Financial Services	milijon EUR	2.166	1.975	9,7
Drugi subjekti	milijon EUR	170	211	-19,4
Izločitve	milijon EUR	-772	-664	-16,3
<b>Davki</b>				
	milijon EUR	<b>-2.755</b>	<b>-2.828</b>	<b>2,6</b>
<b>Neto dobiček</b>	milijon EUR	<b>6.910</b>	<b>6.396</b>	<b>8,0</b>
<b>Čisti dobiček na delnico<sup>2</sup></b>	€	<b>10,45/10,47</b>	<b>9,70/9,72</b>	<b>7,7/7,7</b>

<sup>1</sup> Številke ne vključujejo neaktivnih delovnih pogodb, zaposlenih s pogodbami s skrajšanim delovnim časom pred upokojitvijo in prejemnikov nizkih plač.

<sup>2</sup> Čisti dobiček na delnico za navadne/prednostne delnice.

Kontakt za medije:

**Korporativno komuniciranje BMW Group Slovenija**

Maja Ilec

Elektronski naslov: [maja.ilec@bmwgroup.com](mailto:maja.ilec@bmwgroup.com)

Telefon: 00386 1 586 73 74

**BMW Group**

BMW Group je s svojimi tremi blagovnimi znamkami BMW, MINI in Rolls-Royce vodilni svetovni premium proizvajalec avtomobilov in motornih koles, obenem pa ponuja premium finančne storitve in storitve mobilnosti. BMW Group kot globalno podjetje upravlja 31 proizvodnih in montažnih obratov v 14 državah in ima globalno prodajno mrežo razporedeno po več kot 140 državah.

V 2016 je BMW Group po celem svetu prodal okoli 2.367 milijonov avtomobilov in skoraj 145.000 motornih koles. Dobiček pred obdavčitvijo je znašal 9,67 milijarde evrov ob dohodkih 94,16 milijarde evrov. 31. decembra 2016 je BMW Group zaposloval 124.729 ljudi.

BMW Group je svoj uspeh vedno gradil na dolgoročni viziji in odgovornem delu. Podjetje je tako ustvarilo ekološki in socialni trajnostni razvoj preko niza vrednot, celostne proizvodne odgovornosti in jasne predanosti k ohranjanju virov kot integralnega elementa svoje strategije.

[www.bmwgroup.com](http://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>