

BMW Group will Konzernergebnis deutlich steigern.

Sichtbarer Schritt 2010 in Richtung Profitabilitätsziele für 2012 Absatzplus im soliden einstelligen Prozentbereich angestrebt.

Die BMW Group strebt im laufenden Geschäftsjahr eine signifikante Verbesserung des Konzernergebnisses an. „Wir gehen vorsichtig optimistisch in das neue Jahr und streben ein Konzernergebnis an, das deutlich über dem Niveau des Vorjahres liegt. Wir wollen 2010 einen sichtbaren Schritt in Richtung unserer Profitabilitätsziele 2012 machen“, sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Norbert Reithofer, am Mittwoch auf der Bilanzpressekonferenz in München. Im Jahr 2012 strebt das Unternehmen im Automobilsegment unverändert eine EBIT-Marge von acht bis zehn Prozent an.

Im laufenden Geschäftsjahr rechnet die BMW Group in den Segmenten Automobile, Motorräder und Finanzdienstleistungen mit einer positiven Ergebnisentwicklung. Dabei geht das Unternehmen im Automobilsegment von einer EBIT-Marge im niedrigen einstelligen Prozentbereich aus. Attraktive neue Produkte sowie die erwartete allmähliche weltweite konjunkturelle Erholung werden 2010 bei der BMW Group zu steigenden Absatzzahlen beitragen. „Wir wollen 2010 der weltweit führende Premiumhersteller bleiben und unseren Absatz im soliden einstelligen Prozentbereich auf über 1,3 Mio. Fahrzeuge steigern“, erklärte Reithofer weiter.

Eine der wichtigsten Modellneuheiten im Jahr 2010 ist die neue BMW 5er Reihe, die Ende März auf den Markt kommen und somit ab dem zweiten Quartal für weiteren Auftrieb sorgen wird. Der BMW 5er wird nahezu ein Fünftel des Absatzes der Marke BMW ausmachen. Positiv auf den Absatz werden sich 2010 auch weiterhin die bereits Ende vergangenen Jahres sehr erfolgreich gestarteten neuen Modelle BMW X1 und BMW 5er Gran Turismo auswirken. Im laufenden Jahr wird auch der MINI Countryman an den Start gehen. Darüber hinaus wurden das BMW 3er Coupé, 3er Cabrio sowie der BMW X5 überarbeitet.

BMW Group erzielte 2009 Ergebnis vor Steuern von 413 Mio. Euro

Die BMW Group hat im abgelaufenen Geschäftsjahr trotz der anhaltenden weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise wie geplant ein deutlich positives Konzernergebnis erzielt. „Es ist uns gelungen, die Herausforderungen im Jahr 2009 in einem weltweit schwierigen Marktumfeld erfolgreich zu meistern. Wir haben in allen Bereichen unsere Kosten gesenkt. Unsere Maßnahmen zur Verbesserung der Effizienz zeigen Wirkung, auch wenn die Auswirkungen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise im vergangenen Jahr deutlich spürbar waren“, sagte Reithofer weiter.

Das Konzernergebnis vor Steuern stieg im Vergleich zum Vorjahr um 17,7% auf 413 (Vj. 351) Mio. Euro. Nach Steuern ging das Ergebnis infolge einer gestiegenen Steuerquote auf 210 (Vj. 330/-36,4%) Mio. Euro zurück. Der Umsatz verminderte sich moderat um 4,7% auf 50.681 (Vj. 53.197) Mio. Euro.

Die Dividende soll nach einem Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat mit 0,30 Euro je Stammaktie und 0,32 Euro je Vorzugsaktie im Vergleich zum Vorjahr stabil bleiben. „Trotz des wirtschaftlich schwierigen Umfeldes wollen wir auch für 2009 eine Dividende zahlen. Dies unterstreicht, dass wir von unserer operativen Stärke überzeugt sind“, erklärte Reithofer.

Segment Automobile erzielt im vierten Quartal EBIT von 93 Mio. Euro

Das Ergebnis im Segment Automobile wurde im vergangenen Jahr durch den Absatzzrückgang im Zuge der weltweiten konjunkturellen Schwäche belastet. Dennoch konnte das Unternehmen dank umgesetzter Effizienzmaßnahmen sowie eines stabileren Marktumfeldes zum Ende des Jahres im vierten Quartal im Segment ein positives Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT) von 93 Mio. Euro erzielen. Im Gesamtjahr 2009 belief sich das EBIT im Segment Automobile auf -265 (Vj. 690) Mio. Euro und das Ergebnis vor Steuern auf -588 (Vj. 318) Mio. Euro. Der Umsatz ging auf 43.737 (Vj. 48.782) Mio. Euro zurück.

Die Auslieferungen lagen im vergangenen Jahr weltweit bei 1.286.310 (Vj. 1.435.876 /-10,4%) Fahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce. Damit hat die BMW Group ihren Marktanteil im Premiumsegment weiter ausgebaut und wie angekündigt ihre Position als weltweit führender Premium-Automobilhersteller behauptet.

Weltweit wurden im vergangenen Jahr 1.068.770 (Vj. 1.202.239 /-11,1%) BMW Automobile verkauft. Damit liegt die Marke BMW erneut klar vor den relevanten Wettbewerbern im Premiumsegment. Deutlich zulegen konnten 2009 unter anderem die BMW 7er Reihe (52.680 /+35,7%) sowie der BMW X6 (41.667 /+56,8%) und BMW Z4 (22.761 /+26,4%). In Deutschland waren sowohl die 7er Reihe (7.439 /+74,8%) als auch die Modelle BMW X5 (10.933 /-31,9%) und X6 (4.940 /+51,0%) jeweils klare Segmentführer. Von den Ende Oktober 2009 neu eingeführten Modellen BMW X1 und 5er Gran Turismo wurden 2009 weltweit bereits 8.499 X1 sowie 3.052 5er Gran Turismo ausgeliefert.

Die Marke MINI setzte 2009 weltweit 216.538 Fahrzeuge (Vj. 232.425 /-6,8%) ab. Der Modellmix blieb weiterhin sehr hochwertig. Über die Hälfte der Kunden (53,6%) entschieden sich für einen MINI Cooper, 26,2% für einen MINI Cooper S und 20,2% für einen MINI One.

Rolls-Royce verkaufte im vergangenen Jahr 1.002 (Vj. 1.212 /-17,3%) Automobile und blieb damit klarer Marktführer im Segment der absoluten Luxusklasse. Gut gestartet ist der neue Rolls-Royce Ghost, von dem im Dezember 2009 bereits 167 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert wurden. In den aufstrebenden Märkten China (90.536 /+37,5%), Brasilien (6.398 /+118,8%) und Indien (3.619 /+24,4%) konnten die Auslieferungen von BMW und MINI Automobilen kräftig gesteigert und jeweils neue Absatzrekorde erzielt werden. „In China, Brasilien und Indien wollen wir auch 2010 weiter zulegen“, so Reithofer. Deutschland war 2009 der größte Einzelmarkt für BMW und MINI Automobile. Insgesamt wurden 258.012 (Vj. 284.786 /-9,4%) Fahrzeuge ausgeliefert. Mit 33.517 Auslieferungen verzeichnete die Marke MINI 2009 in Deutschland das erfolgreichste Jahr seit ihrer Markteinführung. Im laufenden Jahr strebt die BMW Group auch im deutschen Markt ein Absatzwachstum und damit einen höheren Marktanteil im Premiumsegment an.

In den USA verkaufte die BMW Group im vergangenen Jahr 241.727 Fahrzeuge (Vj. 303.190 /-20,3%). Die Marke BMW blieb mit insgesamt 196.502 Auslieferungen weiterhin die erfolgreichste europäische Premium-Automobilmarke in den USA. Im laufenden Jahr geht das Unternehmen auf dem US-Markt wieder von einem Absatzzuwachs aus.

Bereinigter Free Cashflow im Segment Automobile rund 1,5 Mrd. Euro

Der operative Cashflow erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 10,1% auf 4.921 (Vj. 4.471) Mio. Euro. Der bereinigte Free Cashflow im Segment Automobile lag bei knapp 1,5 Mrd. Euro. Bereinigt wurden insgesamt 2,2 Mrd. Euro: 1,6 Mrd. Euro aus der Ausfinanzierung einer weiteren Tranche der deutschen Pensionsverpflichtungen sowie rund 600 Mio. Euro aus dem Ankauf kurzfristiger Wertpapiere. Durch die Umschichtung von Liquidität in Wertpapiere konnten bessere Konditionen erzielt werden. Unbereinigt betrug der Free Cashflow im Segment Automobile 2009 -754 Mio. Euro.

Motorradsegment erzielt 2009 EBIT von 19 Mio. Euro

Die Ertragslage im Segment Motorräder war 2009 ebenfalls durch die schwierigen Rahmenbedingungen beeinträchtigt. Das EBIT sank auf 19 (Vj. 60) Mio. Euro. Der Umsatz lag bei 1.069 (Vj. 1.230) Mio. Euro. Mit weltweit 87.306 (Vj. 101.685 /-14,1%) Einheiten verbuchte BMW Motorrad im abgelaufenen Geschäftsjahr einen im Vergleich zum Gesamtmarkt moderaten Absatzzrückgang.

Finanzdienstleistungsgeschäft mit deutlichem Ergebniszuwachs

Im Segment Finanzdienstleistungen ist das Ergebnis 2009 deutlich gestiegen, nachdem im Vorjahr hohe Zusatzbelastungen aufgrund von Restwert- und Kreditrisiken angefallen waren. Das EBIT stieg auf 355 (Vj. - 216) Mio. Euro und das Ergebnis vor Steuern auf 365 (Vj. -292) Mio. Euro. Die Umsatzerlöse in der Sparte Finanzdienstleistungen lagen bei 15.798 (Vj. 15.725) Mio. Euro. Der Anstieg der Kreditausfallrate auf 0,84 (Vj. 0,59)% lag im Rahmen der Erwartungen.

Das Volumen der Neuverträge im Kundengeschäft ging um 15,8% auf 24.709 Mio. Euro zurück. Der Anteil der über das Segment finanzierten Neufahrzeuge der Marken BMW und MINI lag mit 49,0% um 0,5 Prozentpunkte über dem Vergleichswert des Vorjahres.

Investitionen 2009 durch optimierten Kapitaleinsatz gesenkt

Die Investitionen des Unternehmens sind im vergangenen Jahr durch einen optimierten Kapitaleinsatz wie beispielsweise eine längere Verwendung bestehender Produktionsstrukturen oder eine verringerte Variantenkomplexität auf 3.471 (Vj. 4.204) Mio. Euro gesunken. Den Schwerpunkt bildeten neben umfangreichen Zukunftsinvestitionen Produktinvestitionen in den BMW 5er, 5er Gran Turismo, X1, MINI Cabrio und Rolls-Royce Ghost.

In Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte wurden 2.384 (Vj. 2.980) Mio. Euro investiert. Hinzu kommen aktivierte Entwicklungskosten von 1.087 (Vj. 1.224) Mio. Euro. Die Investitionsquote lag 2009 bei 6,8 (Vj. 7,9)% und damit innerhalb des Zielbereichs von unter sieben Prozent, der im Rahmen der Strategie Number ONE festgelegt worden ist.

BMW Group beschäftigte Ende 2009 rund 96.000 Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter ist im abgelaufenen Geschäftsjahr angesichts natürlicher Fluktuation, Altersteilzeit sowie freiwilliger Aufhebungsverträge gesunken. Weltweit beschäftigte das Unternehmen Ende vergangenen Jahres insgesamt 96.230 Mitarbeiter (Vj. 100.041/-3,8%). Die Zahl der Auszubildenden liegt mit 3.915 weiterhin auf hohem Niveau (Vj. 4.102).

Die BMW Group im Überblick

	2009	2008	Veränderung in %
Fahrzeug-Produktion			
Automobile	1.258.417	1.439.918	-12,6
Davon:			
BMW	1.043.829	1.203.482	-13,3
MINI	213.670	235.019	-9,1
Rolls-Royce	918	1.417	-35,2
Motorräder	82.631	104.220	-20,7
Fahrzeug-Auslieferungen			
Automobile	1.286.310	1.435.876	-10,4
Davon:			
BMW	1.068.770	1.202.239	-11,1
MINI	216.538	232.425	-6,8
Rolls-Royce	1.002	1.212	-17,3
Motorräder	87.306	101.685	-14,1
Mitarbeiter am Jahresende ¹	96.230	100.041	-3,8
Investitionen Mio. Euro	3.471	4.204	-17,4
Umsatz	50.681	53.197	-4,7
Davon:			
Automobile Mio. Euro	43.737	48.782	-10,3
Motorräder Mio. Euro	1.069	1.230	-13,1
Finanzdienstleistungen Mio. Euro	15.798	15.725	0,5
Operativer Cashflow ² Mio. Euro	4.921	4.471	10,1
Ergebnis vor Finanzergebnis Mio. Euro	289	921	-68,6
Davon:			
Automobile Mio. Euro	-265	690	-
Motorräder Mio. Euro	19	60	-68,3
Finanzdienstleistungen Mio. Euro	355	-216	-
Ergebnis vor Steuern Mio. Euro	413	351	17,7
Steuern auf das Ergebnis	-203	-21	-
Überschuss	210	330	-36,4
Ergebnis pro Aktie ³	0,31/0,33	0,49/0,51	-
Dividende StA-/Vz-Aktie Euro	0,30/0,32	0,30/0,32	-

¹ Werte ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Altersteilzeit und Freizeitphase, ohne Geringverdiener.

² Segment Automobile

³ Ergebnis je Aktie nach IAS 33 für Stamm-/Vorzugsaktien

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 24 Produktionsstätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,29 Millionen Automobilen und über 87.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich 2009 auf 413 Mio. Euro, der Umsatz auf 50,68 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 96.000 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. Entsprechend ist die BMW Group seit fünf Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes..

Für weitere Informationen:

BMW (Schweiz) AG
Corporate Communications
Beda Durrer
Industriestrasse 20
8157 Dielsdorf
Tel. 058 269 10 91
Fax 058 269 14 91
E-Mail beda.durrer@bmw.ch
www.press.bmwgroup.com

Dielsdorf, 17. März 2010