

Presse-Information
19. März 2013

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede

Dr. Friedrich Eichiner

Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen

Bilanzpressekonferenz Geschäftsjahr 2012

19. März 2013

Meine Damen und Herren,

herzlich willkommen von meiner Seite.

Mit ihrer klaren strategischen Ausrichtung ist die BMW Group weiter dynamisch unterwegs. 2012 ist für das Unternehmen in zweifacher Hinsicht erfolgreich verlaufen: Im ersten Meilensteinjahr der Strategie Number ONE haben wir die wesentlichen Ziele, die wir uns 2007 gesetzt haben, erfüllt. 2012 hat die BMW Group darüber hinaus Bestwerte erzielt – Absatz, Ergebnis und Überschuss liegen über den Vorjahren. Damit hat die BMW Group ihre Position als weltweit führender Premiumhersteller behauptet. Investitionen in Wachstum und in die künftige Wettbewerbsfähigkeit untermauern diesen Anspruch auch für die Zukunft.

2007 war ein Ziel der Strategie, die Profitabilität der BMW Group zu erhöhen. Jetzt liefern wir, was wir versprochen haben. Ich gehe kurz auf die damaligen Ziele ein: Damals sollte der Absatz auf mehr als 1,8 Mio. Einheiten steigen. Gleichzeitig sollte die Profitabilität verbessert und das Unternehmen effizienter werden. Im Automobilsegment war eine EBIT-Marge im Korridor von 8-10% das Ziel. Im Segment Finanzdienstleistungen sollte die Eigenkapitalrendite über 18% betragen. Die operative Stärke sollte sich in einem hohen Free Cashflow jenseits der 2 Mrd. € zeigen. Die Entwicklung ausgewählter Kennzahlen zeigt, was wir erreicht haben. Im vergangenen Jahr betrug die EBIT-Marge im Segment Automobile 10,9%. Die Eigenkapitalrendite von Financial Services lag bei 21,2%.

Unsere Ziele sind erfüllt – und das trotz volatiler Märkte und intensiveren Wettbewerbs. Wir haben unser Versprechen gehalten: Unsere Kennzahlen liegen auf oder über Zielniveau. Dieser Erfolg ist hart erarbeitet: Im Unternehmen wurden zahlreiche Initiativen auf Ressort- und Unternehmensebene umgesetzt. Auf der Kosten- und auf der Leistungsseite fanden Optimierungen statt. Das Profitabilitätsprogramm hat nachhaltig zu mehr Effizienz geführt. Auf seiner Basis sind unsere Führungssysteme und die Berichtskennzahlen angepasst worden. Heute profitiert das Unternehmen von schlankeren Prozessen und einer besseren Kostenkontrolle. Die BMW Group ist profitabler als früher. Dies soll so bleiben – die EBIT-Marge soll im Korridor von 8-10% liegen. Das ist in unserer Industrie angesichts der volatilen Marktentwicklung unverändert eine Herausforderung.

Die Kennzahlen der Group und der Segmente sind bis 2016 fortgeschrieben. Die Leitplanken unserer Strategie Number ONE gelten bis 2020. Die strategische Ausrichtung ist der Erfolgsfaktor des Unternehmens. Mit der Umsetzung der Strategie hat die BMW Group ihre Ziele erreicht und das Vertrauen der Anleger gewonnen. Mit der konsequenten operativen Umsetzung der Strategie bleibt das Unternehmen auch künftig auf Erfolgskurs.

Die aktuelle finanzielle Stärke bildet die Basis für unser künftiges Wachstum. Die Investitionsquote der BMW Group beträgt 2012 6,8% vom Umsatz. Insgesamt sind Investitionen in Höhe von 5,24 Mrd. € getätigt worden. Darin sind aktivierte Entwicklungskosten in Höhe von 1,09 Mrd. € enthalten.

Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich auf 4,03 Mrd. €. Damit wurden die Anläufe neuer Modelle vorbereitet. In unseren Werken sind Anlagen erweitert und die Fertigung flexibilisiert worden. Diese Vorbereitungen dienen dem nächsten Wachstumsschritt des Unternehmens. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Aufbau der Fertigung der BMWi Modelle.

Der Kapitaleinsatz der BMW Group ist heute wesentlich effizienter. Das

Unternehmen profitiert von einer höheren Fertigungsflexibilität – heute können mehr Modelle an einem Standort gefertigt werden. Schon heute sind unsere Werke zu über 100% ausgelastet. Um die steigende Nachfrage bedienen zu können, sind weitere Investitionen in den Aufbau von Kapazitäten notwendig. Dabei ist eine flexible Auslegung der Werke wesentlich.

Die BMW Group nutzt ihre Wachstumschancen und richtet sich auf künftige technologische Anforderungen aus. Deshalb wird in diesem Jahr voraussichtlich die Investitionszielquote von unter 7% leicht überschritten. In den Jahren bis 2016 bleibt der Zielwert von unter 7% vom Umsatz unverändert gültig. Auch in der Entwicklung hat sich die Effizienz des Unternehmens verbessert – heute werden mehr Fahrzeuge und Technologien als je zuvor entwickelt, und das im Rahmen unserer gesetzten Zielquote von 5-5,5% vom Umsatz. Die BMW Group wächst mit einer bis dahin unbekannt Vielfalt in eine neue Dimension.

2013 und 2014 gehen insgesamt 25 neue Modelle in Serie. Zehn davon sind ohne Vorgänger. Für seine Kunden bietet das Unternehmen weiterhin ein attraktives, junges Produktportfolio und wichtige Innovationen an. 2012 hat die BMW Group 3,95 Mrd. € (HGB) für Forschung und Entwicklung aufgewendet. Insgesamt haben sich die Entwicklungsumfänge deutlich erhöht. Gegenüber dem Vorjahr wurden die F&E-Aufwendungen um rund 580 Mio. € gesteigert. Die F&E-Quote (HGB) liegt mit 5,1% vom Umsatz im Zielkorridor. In diesem Jahr ist mit weiter steigenden Entwicklungskosten zu rechnen. Das Unternehmen hat den Anspruch, seine führende Technologie- und Effizienzposition auch künftig zu behalten. Steigende regulatorische Anforderungen machen die Entwicklung effizienter, emissionsarmer Antriebe, neuer Technologien und Materialien notwendig. Die F&E-Quote wird in diesem Jahr voraussichtlich den Zielrahmen von 5-5,5% vom Umsatz (HGB) leicht überschreiten.

Mit diesen Aufwendungen kann sich die BMW Group einen Wettbewerbsvorteil für die nächsten Jahre erarbeiten. Diese Erfahrung haben wir zuvor mit unseren Effizienzmaßnahmen „Efficient Dynamics“ gemacht, in die das Unternehmen

früher als der Wettbewerb investiert hat. Die Investition hat sich mittlerweile ausgezahlt: Unsere Fahrzeuge überzeugen heute durch Verbrauchseffizienz bei höheren Fahrleistungen. Das ist ein wesentliches Kaufargument. Auch künftig sind innovative Produkte und Technologien im Wettbewerb entscheidend. Bis 2016 bestätigen wir wie bisher den Zielkorridor von 5-5,5%.

Die Strategie Number ONE soll auch unseren Anlegern zugutekommen. Wer an unser Unternehmen glaubt und darin investiert, soll stärker am Unternehmenserfolg beteiligt werden. Für das Geschäftsjahr 2012 wird der Vorstand der Hauptversammlung eine Dividende von 2,50 € je Stammaktie vorschlagen. Dies entspricht einer Dividendenrendite von rund 3,3%. Die Dividendensumme beträgt 1,64 Mrd. €. Insgesamt gehen 32% des Jahresüberschusses an unsere Aktionäre. Aktionäre von Vorzugsaktien können sogar eine Dividendenrendite von rund 4,6% erzielen.

Ich komme näher auf das Geschäftsjahr 2012 zu sprechen, das neben den strategischen Meilensteinen auch finanziell sehr erfolgreich verlaufen ist. Ein starkes viertes Quartal hat zum erfolgreichen Jahresabschluss beigetragen. Das Vorsteuerergebnis im Konzern betrug 1,78 Mrd. €. Mit einer Umsatzrendite (EBT) von 8,7% hat das vierte Quartal 2012 auch qualitativ das Vorjahresquartal übertroffen. Im Automobilsegment betrug die EBIT-Marge 10,6%.

Im gesamten Jahr 2012 wurden im Segment Automobile Umsatzerlöse in Höhe von 70,21 Mrd. € erzielt, 11% mehr als im Vorjahr. Das EBIT des Segments hat sich auf 7,62 Mrd. € erhöht. Mit knapp 7,2 Mrd. € liegt das Vorsteuerergebnis des Segments um 5,5% über dem Vorjahr. Die EBIT-Marge lag 2012 bei 10,9%.

In der Überleitung von 2011 auf 2012 sehen Sie die Einflussfaktoren für den Ergebnisanstieg. Das dynamische Absatzwachstum hat entscheidend dazu beigetragen. Allerdings haben sich Mixveränderungen und die intensive Wettbewerbssituation insbesondere in Europa belastend ausgewirkt.

Währungseffekte haben die Geschäftstätigkeit sehr positiv beeinflusst. Bessere Transaktionskurse bei unseren Hauptwährungen haben das Ergebnis um rund 1 Mrd. € erhöht. Das Unternehmen hat von attraktiven Fremdwährungssicherungen profitiert.

Gegenläufig wirkten sich steigende Personalkosten sowie die Vorleistungen für künftige Technologien und Geschäftsfelder aus. Mehr als 5.500 Beschäftigte sind im vergangenen Jahr eingestellt worden, um weiteres Wachstum zu ermöglichen und neue Kompetenzfelder zu erschließen. Das hat zusammen mit einer Tarifierhöhung zu höheren Personalkosten gegenüber dem Vorjahr geführt. 815 Mio. € für Zukunftsinvestitionen haben das Ergebnis belastet. Die Position enthält die positiven Effekte aus den Effizienz- und Kostensenkungsmaßnahmen der Strategie Number ONE, die von den Vorleistungen für Zukunftsthemen überlagert werden.

Das hohe Ergebnis hat zu einem starken Free Cashflow im Automobilsegment geführt. Trotz deutlich höherer Investitionen lag der Free Cashflow bei 3,81 Mrd. €. Positiv hat sich hierbei der Abbau des Working Capital gegenüber dem Vorjahr ausgewirkt. Unsere Guidance für 2012, einen Free Cashflow von über 3 Mrd. € im Segment Automobile zu erzielen, ist erfüllt. Aufgrund steigender Investitionen ist in diesem Jahr mit einem Free Cashflow unterhalb von 3 Mrd. € zu rechnen. Mittelfristig bleibt der Zielwert von über 3 Mrd. € bestehen.

Die Liquiditätssituation des Unternehmens ist weiterhin solide. Zum Jahresende hat die BMW Group über eine Konzernliquidität in Höhe von 11,03 Mrd. € verfügt. Sie besitzt damit die notwendige finanzielle Flexibilität. Das Segment Finanzdienstleistungen trägt zum profitablen Wachstum der BMW Group bei. Das Segment war 2012 trotz volatiler Märkte sehr erfolgreich unterwegs. 1,34 Mio. Neuverträge mit Kunden wurden abgeschlossen. Das ist eine Steigerung um 12,1%. Sowohl das Leasing- als auch das Kreditfinanzierungsgeschäft sind zweistellig gewachsen. Insgesamt hat Financial Services 40,4% der

Neufahrzeuge der BMW Group verleast oder finanziert. Die Penetrationsrate liegt damit leicht unter dem Vorjahresniveau.

Das Ergebnis vor Steuern des Segments beträgt 1,56 Mrd. €. Im Vorjahreswert waren positive Sondereffekte aus der Anpassung der Risikovorsorge in Höhe von 439 Mio. € enthalten. Das diesjährige Ergebnis beinhaltet einen positiven Effekt von 124 Mio. € aus dem Beendigungsgeschäft mit Leasingfahrzeugen. Bereinigt um beide Sondereffekte liegt das Vorsteuerergebnis 2012 um 6,4% über dem Vorjahr.

Das bilanzielle Geschäftsvolumen des Segments ist auf rund 81 Mrd. € gestiegen – ein Plus von 7,6% gegenüber dem Vorjahr. Das Segment Finanzdienstleistungen hat 2012 eine Eigenkapitalrendite von 21,2% erzielt. Zur Profitabilität von Financial Services haben attraktive Refinanzierungskonditionen beigetragen. Die BMW Group profitiert von einem sehr guten Rating und einem breit diversifizierten Instrumentarium zur Refinanzierung.

Die Geschäftsfelder des Segments sind planmäßig gewachsen.

- Das in 19 Ländern tätige Flottengeschäft unserer Tochter Alphabet International hat zum Stichtag mehr als 502.000 Flottenverträge betreut und ist mittlerweile der viertgrößte Flottenanbieter in Europa. Die Integration der ING Car Lease ist erfolgreich vorangeschritten. Die Geschäftsentwicklung ist besser verlaufen als erwartet.
- Die BMW Bank ist wie geplant weiter ausgebaut worden. Seit August 2012 ist BMW Financial Services Frankreich eine Tochtergesellschaft der deutschen BMW Bank, in der auch unsere Aktivitäten in Deutschland, Italien, Portugal und Spanien gebündelt sind.
- Das Einlagenvolumen der BMW Banken in Deutschland und in den USA ist wie geplant um 8,1% auf mehr als 13 Mrd. € gewachsen.

Auch das Thema Risikomanagement steht wie bisher im Fokus. Gegenüber dem Vorjahr wurde die Risikovorsorge ausgebaut. Insbesondere im vierten

Quartal wurden Sicherungen gegen zusätzliche Risiken in den südeuropäischen Märkten vorgenommen.

Die Situation in den Gebrauchtwagenmärkten hat sich 2012 mit Ausnahme Südeuropas weiter stabilisiert. 2013 ist mit einer volatileren Situation zu rechnen. Insbesondere in den süd- und westeuropäischen Märkten dürfte die Lage angespannt bleiben. Das Unternehmen hat umfassende Risikovorsorge getroffen und ist darauf adäquat vorbereitet. Im Kreditgeschäft hat sich die Verlustquote um einen Basispunkt auf 0,48% weiter verringert. Auch hier ist 2013 mit möglichen weiteren Belastungen in den südeuropäischen Märkten zu rechnen. Dieses Risiko ist ebenfalls in der Vorsorge berücksichtigt. Financial Services wird auch in diesem Jahr sein globales Wachstum vorantreiben. Das Segment bildet zunehmend für die BMW Group die Schnittstelle zum Kunden und richtet seine internen Prozesse entsprechend aus.

2012 hat das Segment Motorräder erneut einen Bestwert beim Absatz erzielt. Trotz einer rückläufigen Marktentwicklung hat es weltweit über 117.000 Motorräder der Marken BMW und Husqvarna ausgeliefert. Das ist eine Steigerung um 3,1%. Die Marke BMW Motorrad hat gezeigt, wie viel Potenzial sie in einem schwierigen Umfeld hat. In Deutschland, Italien und Spanien hat BMW Motorrad die Führerschaft im Segment über 500 ccm Hubraum behauptet. Die spürbare Kaufzurückhaltung in den südeuropäischen Märkten hat die Marke mit kräftigen Zuwächsen in den Überseemärkten überkompensiert. In Manaus in Brasilien produziert BMW Motorrad mittlerweile vier Modelle für den lokalen Markt. Der Umsatz ist entsprechend zum Absatzwachstum gestiegen, auf 1,5 Mrd. €. Das Ergebnis des Segments war durch Einmaleffekte aus der Neuausrichtung des Geschäftsfelds belastet. Dadurch ist das Vorsteuerergebnis auf 6 Mio. € gesunken.

Das Portfolio der Marke BMW Motorrad wird gezielt erweitert. Insbesondere ist der Einstieg in neue Geschäftsfelder mit Wachstumspotenzial geplant. Die neuen Maxiscooter C 650 GT und C 600 Sport sind erstmals speziell für urbane

Mobilitätsbedürfnisse konzipiert. Auch elektrisch betriebene Premium Zweiräder wie der Elektroscooter C Evolution sollen künftig im Angebot sein. Der C Evolution kommt 2014 auf den Markt. Zusätzlich wird BMW Motorrad das Angebot im Kerngeschäft – Zweiräder mit einem Hubraum von 650 bis 1600 Kubikzentimetern – gezielt erweitern. Aus dem Off-Road-Segment zieht sich die Marke zurück. Für 2013 ist bei BMW Motorrad mit einer positiven Entwicklung zu rechnen. Neue, attraktive Modelle dürften erneut zu Absatzwachstum führen. Seit Dezember 2012 ist die neue HP4 erhältlich, seit Januar die drei Boxer-Sondermodelle zum 90-jährigen Jubiläum. Seit kurzem sind die neue F 800 GT sowie die völlig neue R 1200 GS am Start.

In den Konsolidierungen sind segmentübergreifende Geschäftsvorfälle eliminiert, im Wesentlichen die Zwischengewinneliminierungen aus dem Leasinggeschäft. Das Vorsteuerergebnis beträgt -937 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahr ist dies eine Verbesserung um 166 Mio. €. Die bessere Margenstruktur im Leasing-Portfolio hat das Ergebnis positiv beeinflusst.

Die BMW Group hat sich für 2013 erneut anspruchsvolle Ziele gesetzt. Das Unternehmen will seine Position als weltweit führender Premiumhersteller beibehalten. Dafür strebt die BMW Group ein Absatzwachstum an, das über demjenigen des Premiumsegments liegt. Elf neue Modelle werden in diesem Jahr die attraktive Modellpalette erweitern. 2016 sollen insgesamt mehr als 2 Mio. Automobile weltweit ausgeliefert und so Marktanteile hinzugewonnen werden.

Das wirtschaftliche Umfeld wird in diesem Jahr herausfordernd bleiben. In Europa ist keine grundlegende Verbesserung der wirtschaftlichen Situation zu erwarten. Der Automobilmarkt dürfte sich insgesamt leicht rückläufig entwickeln. In den Überseemärkten nutzt die BMW Group ihre Chancen. Der globale Automobilmarkt wird in diesem Jahr auf ein neues Rekordniveau wachsen – die BMW Group wird daran teilhaben.

Der Konzern konzentriert sich nach wie vor auf sein profitables Wachstum. Dabei investieren wir weiter auf hohem Niveau in Zukunftsthemen und sichern so künftige Erträge. Insgesamt ist von einer positiven Geschäftsentwicklung in diesem Jahr auszugehen. Sollten sich die Rahmenbedingungen nicht verschlechtern, dürfte 2013 das Vorsteuerergebnis im Konzern in der Größenordnung des Vorjahrs liegen. Im Segment Automobile wollen wir trotz hoher Vorleistungen und Investitionen eine EBIT-Marge im Zielkorridor von 8-10% erreichen. Wir halten an unseren Zielwerten fest. Wir können aber nicht ausschließen, dass wir diese Werte je nach den politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen künftig auch über- oder unterschreiten.

Im Segment Finanzdienstleistungen erwarten wir wie bisher eine Eigenkapitalrendite von mindestens 18%. Wir streben weiteres Wachstum an und richten das Segment auf seine Rolle als Kundenschnittstelle der BMW Group aus. BMW Motorrad konzentriert sich auf neue Wachstumssegmente wie urbane Mobilität und E-Mobilität. Neue, attraktive Modelle sollen weiteres Absatzwachstum generieren.

Die Jahresprognose setzt voraus, dass die politischen und gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen weitgehend stabil bleiben. Risiken für die globale Wirtschaftsentwicklung bilden derzeit die Abschwächung des Wachstums in China sowie politische Konflikte und Unsicherheiten in einigen Regionen. In China zeichnet sich die zunehmende Normalisierung des Premiumautomobilmarkts ab. Auch die wirtschaftliche Stagnation in Europa könnte sich weiter verschärfen. Wachstumsbremsend könnten sich ferner die Sparmaßnahmen der überschuldeten Staatshaushalte in den Industriestaaten auswirken. Für die mit dem Finanzdienstleistungsgeschäft verbundenen Risiken ist adäquate Vorsorge getroffen.

Insgesamt bleiben wir vorsichtig optimistisch – unsere starken Premiummarken und attraktiven Modelle, unsere strategische Ausrichtung sowie unsere finanzielle Stärke sind wesentliche Erfolgsfaktoren. Wir sind und bleiben



Presse-Information
Datum 19. März 2013
Thema Rede Dr. Eichiner, Bilanzpressekonferenz 2013
Seite 10

langfristig orientiert – die BMW Group strebt nach wie vor eine kontinuierliche Wertsteigerung an, die unseren Mitarbeitern und unseren Aktionären zugute kommt.

Vielen Dank.