

Presse-Information  
4. November 2016

- Es gilt das gesprochene Wort -

## **Rede**

**Harald Krüger**

**Vorsitzender des Vorstands der BMW AG**

**Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2016**

**4. November 2016, 10:00 Uhr**

Guten Morgen, meine Damen und Herren!

Die BMW Group hat eine klare Vision, wie unsere Kunden im Premiumbereich ab 2030 mobil sein werden: autonom, elektrisch, vollvernetzt. Bei all dem steht das emotionale Erlebnis unserer Kunden im Mittelpunkt. Die individuelle Mobilität wird ihre ganz persönlichen Wünsche und Bedürfnisse berücksichtigen und erfüllen.

Unsere Visionsfahrzeuge der Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad vereinen all diese Eigenschaften. Hinzu kommt ein faszinierendes Design. Damit haben wir unserer Vision von der Zukunft ab 2030 ein Gesicht gegeben. Im Oktober haben wir alle Visionsfahrzeuge in Los Angeles präsentiert. Die Resonanz auf unsere Tour „BMW Group Future Experience“ war gerade in Onlinemedien und sozialen Netzwerken ausgesprochen intensiv und positiv. Ich denke an Headlines wie: “BMW’s Four Futuristic Concepts Will Blow Your Mind.” oder “Easy Rider trifft iPhone.”

Allein unser Imagefilm zum BMW Motorrad VISION NEXT 100 wurde auf der reichweitenstarken Online-Plattform „Mashable“ 46 Millionen Mal angeklickt. Diese Neugier und Begeisterung bestätigen uns in unserer Überzeugung: Die individuelle Mobilität ist und bleibt ein spannendes und emotionales Zukunftsfeld. Die treibenden Faktoren in diesem Transformationsprozess sind die vier ACES: Automated, Connected, Electrified und Shared. Wir haben frühzeitig den Wandel zur nachhaltigen Mobilität eingeleitet: 2008 haben wir den BMW 7er als Plug-in-Hybrid Konzept vorgestellt und mit dem MINI E den weltweit größten Feldversuch zur Elektromobilität gestartet.



Presse-Information

Datum 4. November 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2016

Seite 2

2013 haben wir den rein elektrischen BMW i3 eingeführt. Wir haben gezeigt, dass wir Verantwortung übernehmen und unseren Beitrag für den Klimaschutz leisten. Mit seinem 360-Grad-Ansatz ist der i3 bis heute einzigartig und ein Vorreiter für Nachhaltigkeit über die gesamte Wertschöpfungskette. 2014 wurde die BMW i Familie mit dem i8 erweitert. 2015 kam mit dem X5 das erste Serienmodell von BMW mit Plug-in-Hybrid Technologie als iPerformance Modell auf den Markt.

Unser konsequentes Handeln zahlt sich aus. Anfang November haben wir eine wichtige Marke erreicht: 100.000 verkaufte Fahrzeuge mit elektrifiziertem Antrieb. Das bedeutet: Über 60.000 BMW i3. Er ist damit das erfolgreichste Elektrofahrzeug im Premium Compact Segment. Über 10.000 ausgelieferte BMW i8. Er ist damit die Nummer EINS unter den elektrifizierten Sportwagen. Rund 30.000 Plug-in-Hybride der Marke BMW.

Mit BMW und BMW i bieten wir den Kunden die größte Wahlmöglichkeit bei elektrifizierten Antrieben über alle Segmente. Aktuell verfügen sieben Modelle über einen reinen Elektronantrieb bzw. Plug-in-Hybrid Antrieb. Allein im Monat September haben wir über 7.000 elektrifizierte BMW Fahrzeuge verkauft. Weitere PHEV-Modelle folgen in den nächsten Jahren, darunter 2017 der erste Plug-in-Hybrid der Marke MINI in Gestalt des neuen Countryman.

Wir haben von Anfang an deutlich gemacht: BMW i erfüllt eine Rolle für den gesamten Konzern – als Innovationsspitze und technologischer Befähiger. Wie angekündigt fließen die Innovationen von BMW i konsequent in die Modelle all unserer Marken und Baureihen ein. Sichtbar wird dieser Know-how Transfer durch die Bezeichnung „iPerformance“ für alle BMW Plug-in-Hybride. Dies zeigt die enge Verbindung von BMW und BMW i – so wie es auch bei BMW M und M Performance der Fall ist. Der Trend zur nachhaltigen Mobilität ist unumkehrbar.



Presse-Information

Datum 4. November 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2016

Seite 3

Um die Menschen für das elektrische Fahren zu begeistern, integrieren wir den BMW i3 in die Flotten von DriveNow und ReachNow. Auf diese Weise sind bislang mehr als 200.000 Menschen mit E-Mobilität in Kontakt gekommen. Rund sechs Millionen Kilometer haben allein unsere DriveNow-Kunden bereits rein elektrisch zurückgelegt. Weltweit sind über 800 BMW i3 Fahrzeuge über unser Carsharing unterwegs.

All das ist Teil unserer Strategie Number ONE > NEXT. Jetzt zünden wir bereits Phase II unserer erfolgreichen Elektrifizierungsstrategie. Über alle unsere Marken sowie alle Segmente und Baureihen hinweg elektrifizieren wir unsere Fahrzeuge. Beispiele sind:

- Der BMW i8 Roadster ab 2018.
- Der rein elektrische MINI ab 2019.
- Der rein elektrische BMW X3 ab 2020.
- Der rein elektrische BMW iNEXT ab 2021.

In den nächsten Jahren werden wir in erheblichem Umfang in Vorleistung gehen. Das gilt für nachhaltige Antriebe genau wie für digitale Vernetzung, autonomes Fahren und Mobilitätsdienstleistungen. Die Basis dafür liefert weiterhin unsere finanzielle Stärke. Profitabilität ist eine Stoßrichtung der Strategie Number ONE > NEXT. Unsere Investoren und Anteilseigner sind langfristig orientiert – so wie wir.

Deshalb streben wir auch künftig eine verlässlich hohe Profitabilität im Zielkorridor von 8 bis 10 Prozent bei der EBIT-Marge im Segment Automobile an. Anders gesagt: Unser erfolgreiches Kerngeschäft bleibt die Basis für all unsere zukunftsweisenden strategischen Entscheidungen. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 hat die BMW Group ihre erfolgreiche Entwicklung fortgesetzt.

Mehr Kunden als je zuvor haben sich für ein Automobil der BMW Group entschieden. Über 1,74 Millionen Fahrzeuge wurden ausgeliefert. Das ist ein Plus von 6,2 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum 2015.



Presse-Information

Datum 4. November 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2016

Seite 4

Die Marken BMW, MINI und BMW Motorrad erzielten neue Höchstwerte in einer Neun-Monats-Betrachtung. Unsere Luxusmarke Rolls-Royce erzielte das bisher beste dritte Quartal und liegt per September auf dem hohen Niveau des Vorjahres.

Das Ergebnis vor Steuern erhöhte sich um 8,8 Prozent auf 7,74 Milliarden Euro. Der Überschuss im Konzern liegt bei 5,41 Milliarden Euro. Die EBIT-Marge im Segment Automobile beträgt per September 9,1 Prozent. Sie liegt weiterhin in unserem angestrebten Korridor von 8 bis 10 Prozent.

Unser Ansatz einer ausgewogenen Absatzverteilung in den großen Marktregionen und wichtigen Einzelmärkten bewährt sich weiterhin:

- Europa: plus 10 Prozent per September. Dabei legen Großbritannien, Frankreich und Italien zweistellig zu.
- Asien: plus 9 Prozent. Hier sehen wir für uns eine robuste Entwicklung in China mit weiteren Chancen sowie auch einen Aufwärtstrend in Japan mit Zuwächsen bei den Neuzulassungen von jeweils 10 Prozent. Neue Modelle speziell für unsere chinesischen Kunden wie der X1 PHEV bringen zusätzliche Impulse.
- Amerika: minus 6,5 Prozent. In den USA sind unsere Zulassungen um 8,7 Prozent gesunken. Wir beobachten weiterhin, dass der U.S. Markt sehr wettbewerbsintensiv ist.

Insgesamt dürfte die weltweite Entwicklung auf den Automobilmärkten weiterhin positiv verlaufen. Klar ist allerdings auch: Alle Märkte bleiben hart umkämpft. Gleichzeitig müssen wir in unsere Zukunft investieren, was auch mit steigenden Personalkosten verbunden ist. Und nicht zuletzt sorgen politische und wirtschaftliche Krisenherde sowie die anhaltende Volatilität für Ungewissheit. Angesichts unserer positiven Absatzentwicklung und der guten finanziellen Kennzahlen bleiben wir zuversichtlich.



Presse-Information

Datum 4. November 2016

Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2016

Seite 5

Wir wollen unsere gesetzten Ziele 2016 erreichen.

- Wie Sie wissen streben wir in unserem Jubiläumsjahr neue Bestwerte bei Konzernabsatz und Ergebnis vor Steuern an. Diese sollen leicht über den Werten des Vorjahres liegen.
- Im Segment Automobile wollen wir uns im Korridor von 8 bis 10 Prozent EBIT-Marge bewegen.
- Der Konzern mit seinen drei Premiummarken steht weiter an der Spitze des Premiumsegments.

Wie immer setzen unsere Ziele voraus, dass sich die Rahmenbedingungen für unser weltweites Geschäft nicht wesentlich verändern. Fest steht: Unser Unternehmen wächst auf einem hohen Niveau und ist profitabel.

Vor diesem Hintergrund verstärken wir gezielt unser globales Team. Dabei kommt uns zugute, dass die BMW Group ein sehr attraktiver Arbeitgeber ist, wie viele Rankings belegen. Die Zahl unserer Mitarbeiter wird sich in diesem Jahr gegenüber 2015 leicht erhöhen. Ende September beschäftigte die BMW Group weltweit rund 126.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Für uns ist es selbstverständlich, dass wir weiterhin jungen Menschen eine qualifizierte Ausbildung bieten. Im September haben 1.600 Auszubildende ihr Berufsleben in unserem Unternehmen begonnen; 1.200 davon in Deutschland.

Um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern, brauchen wir Ingenieure, Software- und IT-Spezialisten sowie Experten für Mobilitätsdienstleistungen. Die Digitalisierung ist eine zentrale Stoßrichtung unserer Strategie Number ONE > NEXT. Wir verstehen sie als Chance, unser Wachstum fortzusetzen. Im Großraum München errichten wir ein neues Forschungs- und Entwicklungszentrum für Autonomes Fahren. Es wird eines der größten in Europa sein. Bereits ab dem nächsten Jahr bündeln wir unsere Kompetenzen auf diesem Campus.



Presse-Information  
Datum 4. November 2016  
Thema Rede Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2016  
Seite 6

Unsere Entwickler aus allen involvierten Disziplinen erhalten ein optimales, inspirierendes Arbeitsumfeld. Im engen Verbund mit unserem Forschungs- und Innovationszentrum FIZ und unseren Kooperationspartnern werden dort unsere vollautonom und hochautomatisierten Fahrzeuge entwickelt und erprobt.

Meine Damen und Herren,

ich möchte heute noch einmal wiederholen, was ich in L.A. gesagt habe: We have already arrived at a place others are still only dreaming about. Es ist unser Ziel und unser Anspruch zugleich, die individuelle Mobilität in das digitale Zeitalter zu überführen. Dabei wollen wir Technologie- und Innovationsführer sein.

Ein Beispiel dafür ist der neue BMW 5er, den wir Anfang 2017 einführen. Er wird nicht nur fahrdynamisch Best in Class sein, sondern gerade mit seiner Connectivity neue Maßstäbe setzen. Viele von Ihnen werden sich in den nächsten Wochen bei den Testfahrten in Portugal ein eigenes Urteil bilden können. Zum ersten Mal bringen wir beim neuen BMW 5er bereits kurz nach Markteinführung weitere Varianten auf den Markt: ein Plug-in-Hybrid Modell, eine Efficient Dynamics Edition und ein M Performance Modell. Damit entsprechen wir dem Wunsch vieler Kunden.

Wir wollen Vorreiter sein. Unser Geschäftsmodell entwickeln wir konsequent weiter. So vollziehen wir den Wandel vom führenden Anbieter von Premiummobilität und Dienstleistungen zur führenden Tech-Company im Mobilitätssektor. Dazu haben wir den Mut und die Ideen. Das beweisen unsere vier Visionsfahrzeuge.

Vielen Dank!