

BMW Group blickt vorsichtig optimistisch auf 2013

BMW Group blickt vorsichtig optimistisch auf 2013
 Anspruchsvolle Ziele in herausforderndem Umfeld gesetzt
 Auslieferungen sollen 2013 auf neue Bestmarke steigen
 Ergebnis vor Steuern in Größenordnung des Vorjahres erwartet
 Hohe Aufwendungen für neue Technologien und Modelle
 EBIT-Marge von 8 bis 10% im Automobilsegment angestrebt
 Alle Zwischenziele der Strategie Number ONE voll erreicht
 Reithofer: Bereits einige hundert Vorbestellungen für BMW i3
 München. Die BMW Group blickt nach dem Rekordjahr 2012 vorsichtig optimistisch auf das laufende Geschäftsjahr und setzt sich in einem weiterhin volatilen und schwierigen wirtschaftlichen Umfeld anspruchsvolle Ziele. "Wir wollen unseren Absatz im laufenden Jahr erneut steigern und damit eine neue Bestmarke bei den Auslieferungen erreichen", sagte der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Norbert Reithofer, am Dienstag auf der Bilanzpressekonferenz in München.
 Um seinen Erfolgskurs zukünftig fortsetzen zu können, wird die BMW Group 2013 angesichts der hohen Nachfrage nach Fahrzeugen des Unternehmens weiter in den Aus- und Aufbau von Kapazitäten investieren. Auch die Entwicklungskosten für neue Technologien und Fahrzeugkonzepte werden weiter steigen. Die BMW Group wird 2013 allein elf neue Modelle an den Start bringen. Bis Ende 2014 wird die Modellpalette um insgesamt 25 neue Modelle erweitert, zehn davon ohne Vorgänger.
 Angesichts hoher Aufwendungen für neue Technologien und Modelle sowie Investitionen in das Produktionsnetzwerk erwarten wir ein Konzernergebnis vor Steuern in der Größenordnung des Jahres 2012", erklärte Reithofer weiter.
 Im Segment Automobile geht die BMW Group im Gesamtjahr 2013 trotz der genannten Belastungen unverändert von einer EBIT-Marge im Korridor von 8% bis 10% aus. Das Unternehmen beabsichtigt, über das Jahr 2013 hinaus und damit nachhaltig eine EBIT-Marge von 8% bis 10% zu erreichen. Die Bandbreite kann dabei in Abhängigkeit von politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zukünftig auch über- oder unterschritten werden.
 Im Segment Motorräder rechnet das Unternehmen im laufenden Jahr bei der Marke BMW dank attraktiver neuer Modelle wie der R 1200 GS erneut mit einem Absatzzuwachs. Dies dürfte zu einem steigenden Umsatz und Ergebnis im Segment führen.
 Auch im Segment Finanzdienstleistungen wird weiterhin mit einer positiven Geschäftsentwicklung gerechnet und unverändert eine Eigenkapitalrendite (Return on Equity) von mindestens 18% angestrebt.
 Die Prognosen für das laufende Geschäftsjahr setzen voraus, dass sich die weltweiten wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändern werden.
 Strategie Number ONE: Erstes Drittel erfolgreich abgeschlossen
 Die BMW Group setzt ihre erfolgreiche Strategie Number ONE seit 2007 konsequent um und ist seitdem wie geplant deutlich profitabler und wettbewerbsfähiger geworden. Darüber hinaus ist das Unternehmen für die Herausforderungen der Zukunft gut gerüstet: "Das erste Drittel unserer Strategie haben wir erfolgreich abgeschlossen. Alle Zwischenziele wurden erreicht", betonte Reithofer.
 Das Konzernergebnis vor Steuern hat sich im Zeitraum 2007 bis 2012 verdoppelt. Die EBIT-Marge im Segment Automobile liegt mit 10,9% im abgelaufenen Geschäftsjahr über dem definierten Korridor von 8% bis 10%. Zum Vergleich: Im Jahr 2006 belief sich die EBIT-Marge im Segment Automobile noch auf 6,4%. Die Eigenkapitalrendite von Financial Services lag 2012 bei 21,2% (Number ONE Ziel: >18%). Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung spiegelt sich auch im Aktienkurs wider: So ist der Kurs der BMW Stammaktie von Ende 2007 bis Ende 2012 um mehr als 70 Prozent gestiegen.
 Im Rahmen der Strategie wurden zudem zahlreiche innovative Fahrzeugkonzepte - darunter der BMW i3 - sowie die Technologie zur Verbrauchsreduzierung EfficientDynamics vorangetrieben. Seit Ende des Jahres 2012 bietet die BMW Group 73 Modelle mit Emissionen von maximal 140 Gramm pro Kilometer an, vor fünf Jahren waren es lediglich 27 Modelle. Im Durchschnitt weist die Fahrzeugflotte des Unternehmens heute einen Kraftstoffverbrauch von 5 Litern Diesel bzw. 6,3 Litern Benzin pro 100 km aus.
 Die BMW Group wird ihre Strategie - die bis in das Jahr 2020 reicht - auch in Zukunft konsequent umsetzen und ihr profitables Wachstum fortsetzen. 2016 strebt das Unternehmen weiter einen Absatz von über zwei Mio. Fahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce an.
 Bereits einige hundert Vorbestellungen für BMW i3
 Das laufende Jahr steht bei der BMW Group ganz im Zeichen der Elektromobilität. "Die Zukunft gehört denen, die etwas wagen", erklärte Reithofer. Bereits im Januar 2013 ist das erste Vorserienfahrzeug des BMW i3 vom Band gelaufen. Ende des Jahres wird das innovative Fahrzeug, das für emissionsfreies Fahren in urbanen Ballungsräumen konzipiert ist, auf den Markt kommen. "Für den BMW i3 sind bereits einige hundert Vorbestellungen eingegangen", sagte Reithofer.
 Der BMW i3 verfügt über eine Fahrgastzelle aus kohlefaserverstärktem Kunststoff (CFK) und ein Chassis aus Aluminium und setzt beim Thema Leichtbau neue Maßstäbe. So wird das Fahrzeug 250 bis 350 Kilogramm leichter sein als ein herkömmliches Fahrzeug mit Elektromotor.
 Die Reichweite des BMW i3 liegt bei rund 150 Kilometern und ist nach den Erfahrungen der BMW Group mit den Testflotten von MINI E und BMW Active E völlig ausreichend. Sie kann auf Wunsch des Kunden durch einen sogenannten Range Extender weiter erhöht werden. Durch sein einzigartiges Produktionsverfahren und den Einsatz deutlich weniger Bauteile konnte die Fertigungszeit deutlich verkürzt werden und dauert beim BMW i3 nur noch halb so lange wie bei einem herkömmlichen Fahrzeug.
 Um die zunehmenden ökologischen Herausforderungen in den großen Metropolen der Welt zu meistern, führt an emissionsfreien Antrieben zukünftig kein Weg vorbei. "Echte Megacities haben mittelfristig gar keine Wahl, als alternative Antriebe zu fördern", unterstrich Reithofer. In Peking sind Elektrofahrzeuge beispielsweise bereits von dem Vergabeverfahren für Nummernschilder und den Gebühren ausgenommen.
 Reithofer: 2012 bestes Jahr in der Unternehmensgeschichte
 Die BMW Group blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2012 zurück: "Mit neuen Bestmarken bei Absatz, Umsatz und Konzernergebnis war das abgelaufene Geschäftsjahr das bislang beste in der Geschichte des Unternehmens", sagte Reithofer.
 Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 11,7% auf die neue Bestmarke von 76.848 (Vj.: 68.821) Mio. €. Trotz hoher Aufwendungen für Zukunftstechnologien und gesteigener Personalkosten erreichte auch das Ergebnis neue Spitzenwerte. Das Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT) erhöhte sich um 3,5% auf 8.300 (Vj.: 8.018) Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) lag bei 7.819 (Vj.: 7.383) Mio. €, ein Plus von 5,9%. Der Konzernüberschuss stieg um 4,4% auf 5.122 (Vj.: 4.907) Mio. €. Die weltweiten Auslieferungen stiegen 2012 um 10,6% auf einen neuen Höchstwert von 1.845.186 (Vj.: 1.668.982) Fahrzeugen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce. Damit hat die BMW Group ihre Position als weltweit führender Hersteller von Premiumautomobilen behauptet.
 Investitions- und F&E-Quote liegen im angestrebten Korridor
 Die Investitionen stiegen angesichts zahlreicher neuer Modelle, der Erweiterung von Fertigungsanlagen in den Werken sowie insbesondere dem Aufbau der BMW i-Produktion im abgelaufenen Geschäftsjahr um 41,9% auf 5.240 (3.692) Mio. Euro deutlich an. Die Investitionsquote stieg auf 6,8 (Vj.: 5,4)%. Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung legten insbesondere für Projekte zur Zukunftssicherung um 17,2% auf 3.952 (Vj.: 3.373) Mio. Euro zu. Die F&E-Quote beläuft sich damit auf 5,1 (Vj.: 4,9)%.
 Dividende soll auf 2,50 € je Stammaktie steigen
 Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 14. Mai 2013 vor, die Dividende auf die neue Bestmarke von 2,50 (Vj.: 2,30) € je Stammaktie und 2,52 (Vj.: 2,32) € je Vorzugsaktie anzuheben. Damit steigt die Ausschüttungssumme auf 1.640 (Vj.: 1.508) Mio. Euro. Die Ausschüttungsquote beläuft sich auf 32,0 (Vj.: 30,7)%.
 Segment Automobile: EBIT steigt auf 7,62 Mrd. Euro
 Auch die Marken BMW, MINI und Rolls-Royce konnten im abgelaufenen Geschäftsjahr jeweils neue Höchstwerte erzielen. Angesichts des deutlichen Anstiegs der Fertigungsauslieferungen stieg der Umsatz im Segment Automobile um 11,0% auf 20.208 (Vj.: 63.229) Mio. €. Das EBIT erhöhte sich auf 7.624 (Vj.: 7.477/+2,0%) Mio. €. Die EBIT-Marge beläuft sich damit auf 10,9%. Das Ergebnis vor Steuern betrug 7.195 (Vj.: 6.823/+5,5%) Mio. €. Der Free Cashflow im Segment Automobile liegt bei 3.809 Mio. Euro und damit 643 Mio. Euro über dem Wert des Vorjahres. Damit hat das Unternehmen sein Ziel für das Gesamtjahr erreicht, einen Free Cashflow von über drei Mrd. Euro zu erzielen.
 Der Absatz der Marke BMW stieg um 11,6% auf 1.540.085 (Vj.: 1.380.384) Fahrzeuge und lag damit erstmals in einem Geschäftsjahr über 1,5 Mio. Einheiten. MINI konnte 2012 beim Absatz erstmals die Marke von 300.000 Automobilen übertreffen. Die Verkäufe stiegen um 5,8% auf 301.526 (Vj.: 285.060) Fahrzeuge. Rolls-Royce war 2012 der klare Marktführer im absoluten Luxusklasse-Segment. Insgesamt konnten im vergangenen Jahr 3.575 (Vj.: 3.538/+1,0%) Automobile abgesetzt werden.
 Segment Motorrad erzielt ebenfalls neue Bestwerte beim Absatz
 Weltweit wurden im vergangenen Jahr in einem herausfordernden Marktumfeld 117.109 (Vj.: 113.572/+3,1%) Motorräder der Marken BMW und Husqvarna ausgeliefert. Dies ist ein neuer Höchstwert.
 Die Marke BMW konnte ihren Absatz um 2,0% auf 106.358 (Vj.: 104.286) Einheiten steigern. Husqvarna lieferte 10.751 Motorräder aus (Vj.: 9.286/+15,8%). Die BMW Group wird sich zukünftig im Motorradgeschäft ausschließlich auf die Marke BMW konzentrieren und hat deshalb Ende Januar 2013 einen Vertrag über den Verkauf von Husqvarna an die österreichische Pierer Industrie AG unterzeichnet.
 Der Segmentumsatz erhöhte sich um 3,8% auf 1.490 (Vj.: 1.436) Mio. €. Das EBIT lag angesichts der Neuausrichtung des Motorradgeschäfts mit 9 (Vj.: 45/-80,0%) Mio. Euro unter dem Niveau des Vorjahres. Das Ergebnis vor Steuern ging entsprechend auf 6 (Vj.:

41/-85,4%) Mio. ? zurück.
Segment Finanzdienstleistungen weiterhin auf Wachstumskurs
Das Segment Finanzdienstleistungen hat seine positive Geschäftsentwicklung im vergangenen Geschäftsjahr fortgesetzt. Der Umsatz legte um 11,7% auf 19.550 (Vj.: 17.510) Mio. ? zu. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 1.561 (Vj.: 1.790/-12,8%) Mio. ?. Der Rückgang des Segmentergebnisses ist auf die hohe Vergleichsbasis des Vorjahres zurückzuführen. Damals fiel ein positiver Sondereffekt von 439 Mio. Euro aus der Verringerung von Restwert- und Kreditausfallrisiken an. Im Geschäftsjahr 2012 ist ein Sondereffekt in Höhe von 124 Mio. Euro aus dem Beendigungsgeschäft mit Leasingfahrzeugen enthalten.
Die Zahl der Neuverträge im Finanzierungs- und Leasinggeschäft stieg weltweit um 12,1% auf 1.341.296. Die Anzahl der betreuten Leasing- und Finanzierungsverträge mit Händlern und Endkunden erhöhte sich um 7,1% auf insgesamt 3.846.364.
Zahl der Mitarbeiter um 5,6% gestiegen
Die Zahl der Mitarbeiter ist zum 31. Dezember 2012 gestiegen. Insgesamt waren weltweit 105.876 (Vj.: 100.306) Mitarbeiter bei der BMW Group beschäftigt, was einem Plus von 5,6% entspricht. Das Unternehmen braucht Ingenieure und Fachkräfte, um die anhaltend hohe Fahrzeugnachfrage bedienen und Innovationen und Zukunftstechnologien vorantreiben zu können.
Mit Beginn des Ausbildungsjahres 2012 starteten 1.376 junge Menschen ihr Berufsleben bei der BMW Group, davon 1.200 in Deutschland. Damit wurde die Anzahl der Ausbildungsplätze deutschlandweit um über 10% erhöht. Insgesamt lag die Zahl der Auszubildenden Ende 2012 bei 4.266.

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Die Aktivitäten der BMW Group umfassen neben dem Automobilgeschäft die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Motorrädern sowie umfassende Finanzdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden: Automobile. Mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars ist die BMW Group der einzige Automobilhersteller weltweit, der mit allen Marken und über alle relevanten Segmente hinweg eine reine Premiummarken-Strategie verfolgt, vom exklusiven Kleinwagen bis zur absoluten Top-Limousine. Motorräder. Auch bei den Motorrädern verfolgt die BMW Group eine Premiummarken-Strategie. Unser Anspruch: In den Bereichen Technologie, Umweltschutz und Sicherheit führende Produkte im oberen Segment der motorisierten Zweiräder zu entwickeln, zu produzieren und mit einem umfassenden Service im Markt zu betreuen. Finanzdienstleistungen. Wir verstehen Finanzdienstleistungen als Schlüsselfaktor in einer mobilen Welt. Hierbei setzen wir auf ein konzentriertes Produktportfolio, in dem wir jede Detailfrage mit Expertenwissen beantworten können. Unsere Tätigkeitsfelder im Einzelnen: Finanzierung und Leasing, Vermögensmanagement, Händlerfinanzierung, Flottengeschäft. Unsere weiteren Geschäftsbereiche: IT-Beratung und Systemintegration (Softlab GmbH) und Versicherungen (Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH). Die Unternehmenszentrale in München steuert die Aktivitäten der BMW Group weltweit. Im Vierzylinder am Olympiapark laufen die Fäden aus mehr als 150 Ländern zusammen.