

Presse-Information  
4. November 2014

- Es gilt das gesprochene Wort -

## **Rede**

**Dr. Norbert Reithofer**

**Vorsitzender des Vorstands der BMW AG**

**Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2014**

**4. November 2014, 10:00 Uhr**

Guten Morgen, meine Damen und Herren!

Auf fünf Punkte gehe ich heute ein:

1. Volatilität und die Entwicklung der Automobilmärkte.
2. Unsere Investitionen in neue Werke.
3. Unsere Profitabilität.
4. Unsere Marken und neuen Produkte.
5. Unsere Prognose für das Gesamtjahr 2014.

Das Umfeld für unser Geschäft bleibt volatil.

- Die politische Regulierung fordert hohe Investitionen zur weiteren Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen.
- Die öffentlichen Haushalte in der EU und Japan sind hoch verschuldet. In China bleiben die Überkapazitäten in der Wirtschaft ein Risiko für die weitere Entwicklung.
- Und natürlich beeinflussen die politischen Konflikte die wirtschaftliche Lage in der Welt.

Die weltweiten allgemeinen Automobilmärkte haben sich von Januar bis September 2014 unterschiedlich entwickelt.

- In den USA ist die Konjunktur momentan robust. Entsprechend legen die Automobilverkäufe insgesamt zu.



Presse-Information

Datum 4. November 2014

Thema Rede Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2014

Seite 2

- In Europa sind die Zulassungen auf dem Gesamtmarkt gegenüber dem Vorjahr ebenfalls gestiegen. In Spanien und Portugal ziehen die Automobilmärkte wieder kräftig an. Aber sie sind längst noch nicht wieder auf dem Niveau von 2007. Auch in Großbritannien setzt sich das Wachstum auf hohem Niveau fort. Deutschland, Frankreich und Italien wachsen dagegen nur leicht.
- In Asien verzeichnen sowohl Japan als auch China per September ein Plus bei den Zulassungen. In Japan liegt der Zuwachs trotz der Erhöhung der Mehrwertsteuer bei fast 6 Prozent. In China wirkt sich die hohe Nachfrage der Privatkunden positiv aus. Dennoch befindet sich der weltgrößte Automobilmarkt aufgrund politischer Entscheidungen weiter auf dem Weg zur Normalisierung.
- In einigen Schwellenländern sind die Automobilmärkte von Zurückhaltung geprägt. Auch wir spüren das. So sind die Absatzzahlen der BMW Group von Januar bis September in Russland um rund 13 Prozent gesunken, in Indien um etwa 17 Prozent. In Brasilien haben wir im gleichen Zeitraum fast genauso viele BMW und MINI verkauft wie im Vorjahr. In Ländern wie Malaysia, Indonesien und Türkei entwickelt sich unser Absatz dagegen sehr positiv.

Es bleibt somit auch in Zukunft bei unserer Grundausrichtung:

Wir streben beim Absatz weiterhin eine Balance zwischen den großen Weltregionen an.

Damit zum zweiten Punkt:

Wir investieren in potenzielle Wachstumsmärkte und errichten gezielt neue Standorte.

In Mexiko eröffnen wir 2019 ein neues Werk. In Brasilien hat unser neues BMW Werk die Produktion bereits aufgenommen. Am 9. Oktober lief dort der erste BMW vom Band. Die Entscheidung für ein Werk ist stets eine langfristige Entscheidung.

Presse-Information

Datum 4. November 2014

Thema Rede Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2014

Seite 3

Sie zahlt sich aus. Das ist unsere Erfahrung:

- 1994 haben wir unser Werk in Spartanburg eröffnet. Seitdem haben sich unsere Absatzzahlen in den USA vervierfacht.
- 2003 startete die Produktion in China in Shenyang. Seitdem sind unsere Absatzzahlen in China um das 20-fache gestiegen.

Die Entscheidung für den weiteren Ausbau unserer Werksstandorte in den USA und China haben wir in der Wirtschafts- und Finanzkrise getroffen. Auch unsere neuen Werke in Brasilien und Mexiko werden unser globales Produktionsnetzwerk auf lange Sicht stärken.

Damit zum dritten Punkt: Profitabilität.

Wir haben klare Indikatoren für unsere Leistung. Der wichtigste Indikator ist unsere EBIT-Marge im Segment Automobile. Hier wollen wir uns weiterhin in einem Korridor von 8 bis 10 Prozent bewegen.

In den ersten neun Monaten des aktuellen Geschäftsjahres liegt die EBIT-Marge im Segment Automobile leicht oberhalb des von uns angestrebten Profitabilitätskorridors.

Das Konzernergebnis vor Steuern liegt bei über 6,8 Milliarden Euro. Das sind 13,5 Prozent mehr als im vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres. Der Konzernüberschuss erreicht einen Wert von über 4,5 Milliarden Euro.

Das Fundament für diese Kennzahlen bildet die weltweit hohe Nachfrage nach unseren Fahrzeugen.

Damit zum vierten Punkt:

Wir haben starke Premiummarken: BMW, MINI, Rolls-Royce.



Presse-Information

Datum 4. November 2014

Thema Rede Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2014

Seite 4

Das unterstreichen einmal mehr unsere Absatzzahlen von Januar bis September 2014. Mehr als anderthalb Millionen Kunden haben sich in dieser Zeit für ein Automobil der BMW Group entschieden – mehr als je zuvor.

Die Marke BMW behauptet unverändert ihren Spitzenplatz im Premiumsegment. Das Gleiche gilt für den BMW X5 sowie die BMW 3er, 4er und 5er Reihe im jeweiligen Segment.

Seit Juli sind der neue BMW X4 und die Modellüberarbeitung des BMW X3 auf dem Markt. Im September folgten der neue BMW 2er Active Tourer und die M Variante des BMW 4er Cabrio. Bei Rolls-Royce wird nun der Ghost Series II ausgeliefert.

Bei MINI sind seit Juli die Modellüberarbeitungen von Countryman und Paceman erhältlich. 55 Jahre nachdem der erste Mini vom Band rollte, ist der MINI nun auch als 5-Türer verfügbar. Seit knapp zwei Wochen ist der neue MINI Hatch 5-Türer im Handel. Damit erobert MINI nun auch das wachsende Segment der 5-Türer Fließhecks. Das Volumen dieses Segments ist doppelt so groß wie das der 3-türigen Kompakten.

All diese Modelle werden unseren Absatz in den nächsten Monaten positiv beeinflussen.

Zudem haben wir auf dem Automobilsalon in Paris gezeigt: Auch 2015 bieten wir ein junges, attraktives Portfolio. Mit seiner vielfältigen Ausprägung spiegelt es unterschiedliche Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden in aller Welt wider.

Dazu zählen der neue BMW X6 und das neue BMW 2er Cabrio. Im 2er Cabrio führen wir ein Over-the-Air Update für das Navigationssystem ein. Mit BMW ConnectedDrive wird das Kartenmaterial bis zu vier Mal jährlich automatisch aktualisiert.

Presse-Information

Datum 4. November 2014

Thema Rede Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2014

Seite 5

Mit unserer BMW i Familie sind wir bei der nachhaltigen Mobilität hoch innovativ voran gegangen.

- Vom rein elektrischen BMW i3 haben wir in den vergangenen neun Monaten dieses Jahres knapp 10.200 Fahrzeuge verkauft. Seit September ist der i3 nun auch in China erhältlich.
- Vom Plug-in-Hybrid BMW i8 gingen von Juni bis September 341 Fahrzeuge an Kunden. Dabei steigt die Zahl der Auslieferungen von Monat zu Monat.

Mit der schrittweisen Elektrifizierung unserer Flotte werden wir auch künftig die strengen CO<sub>2</sub>-Ziele in Europa und weltweit erfüllen. In diesem Jahr werden wir die CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Flotte in Europa gegenüber dem Vorjahr leicht senken.

Unsere Strategie hat Veränderungen der Märkte, Trends und regulatorische Anforderungen stets berücksichtigt. Herausforderungen und Wettbewerb spornen uns an.

Das gilt auch für neue Wettbewerber aus anderen Geschäftsfeldern, die das Automobil als Plattform für eigene Geschäftsmodelle betrachten.

Damit zum letzten und entscheidenden Punkt:  
Unsere Prognose für das aktuelle Geschäftsjahr.

Sie kennen unsere Ziele:

1. Wir wollen über zwei Millionen Fahrzeuge an unsere Kunden ausliefern.
2. Wir wollen ein Konzernergebnis vor Steuern erreichen, das deutlich über dem Wert des Vorjahres liegt.
3. Wir wollen eine EBIT-Marge im Segment Automobile im Korridor von 8 bis 10 Prozent erzielen.



Presse-Information

Datum 4. November 2014

Thema Rede Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 30. September 2014

Seite 6

Dabei gehen wir davon aus, dass sich die Weltwirtschaft und der globale Automobilmarkt positiv entwickeln und dass sich die konjunkturelle Situation in Europa weiter stabilisiert.

Fest steht: Wir werden weiter in unsere Zukunft investieren – in unser weltweites Produktionsnetzwerk, in unsere Mitarbeiter sowie in Zukunftstechnologien. Das betrifft das Auto selbst genauso wie dessen Industrialisierung.

All das ist Teil unserer Strategie Number ONE bis 2020. Wir wollen langfristig profitabel wachsen. Das ist unser Anspruch als führender Premiumhersteller der Branche.

Für das Gesamtjahr 2014 gilt unverändert: Wir halten an unseren Zielen fest.

Vielen Dank!