

Presse-Information
18. März 2015

- Es gilt das gesprochene Wort -

Dr. Friedrich Eichiner
Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen
Bilanzpressekonferenz Geschäftsjahr 2014
18. März 2015

Guten Morgen, meine Damen und Herren!

Herzlich willkommen auch von meiner Seite.

Innovation, Flexibilität und Kontinuität – das sind die Faktoren unseres Erfolgs.

Wir treiben Innovationen voran. Wir stellen uns flexibel auf volatile Rahmenbedingungen ein. Unsere langfristigen Strategieziele halten uns auf Kurs.

Die BMW Group hat im vergangenen Jahr ihre Ergebnis- und Profitabilitätsziele erreicht.

Im Automobilsegment beträgt die EBIT-Marge 9,6% und liegt damit am oberen Rand des Zielkorridors von 8-10%.

Die EBT-Marge des Konzerns hat sich auf 10,8% erhöht.

Trotz wirtschaftlicher und politischer Herausforderungen insbesondere im zweiten Halbjahr ist das Unternehmen auf Kurs geblieben.

Die Umsatzerlöse der BMW Group haben im Berichtsjahr einen neuen Höchststand erreicht und sind erstmals auf über 80 Milliarden € gestiegen.

Dieses Wachstum von 5,7% gegenüber dem Vorjahr hat das Unternehmen in allen operativen Segmenten generiert. Der Umsatz ist im Wesentlichen

absatzgetrieben. Ohne die Umrechnungseffekte aus Wechselkursveränderungen wären die Umsatzerlöse um 6,8% gewachsen.

Das Konzernergebnis vor Steuern beträgt 8,71 Mrd. €. Es hat sich wie geplant gegenüber dem Vorjahr deutlich erhöht und liegt um 10,3% über dem Vorjahreswert.

Im vierten Quartal hat die BMW Group den höchsten vierteljährlichen Absatz in der Konzerngeschichte erzielt, mit deutlichen Zuwächsen gegenüber dem Vorjahr. Das Zusatzvolumen und positive Währungseffekte haben zu einer deutlichen Umsatzsteigerung auf 22,66 Mrd. € geführt.

Wie erwartet sind im vierten Quartal aufgrund von diversen Produkt- und Technologieprojekten höhere Kosten angefallen. Zudem haben sich die Aufwendungen für Vertriebs- und Marketingaktivitäten sowie für den Ausbau der IT-Infrastruktur erhöht. Das Vorsteuerergebnis des Konzerns liegt mit 1,87 Mrd. € auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

Im Automobilsegment beträgt die EBIT-Marge im Schlussquartal 8,2% und liegt trotz der hohen Aufwendungen im Zielkorridor von 8-10%.

Die Zukunftssicherung des Unternehmens ist für uns von hoher Bedeutung – damit komme ich jetzt zur Forschungs- und Entwicklungs- sowie Investitionstätigkeit im vergangenen Jahr.

Die BMW Group hat Investitionen in Höhe von 6,10 Mrd. € in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte getätigt. Die Investitionen sind vor allem im Automobilsegment erfolgt.

Im Wesentlichen sind Produktinvestitionen für neue Modelle angefallen sowie Strukturinvestitionen in den Werken. Beispielsweise hat die BMW Group in die

kommende 7er Limousine, in den 2er Active Tourer sowie den neuen 2er Gran Tourer investiert. Das Kernmodell des MINI Portfolios kam als 3- und 5-Türer neu auf den Markt. Mit dem Ausbau des Portfolios und der weltweiten Kapazitäten stellt der Konzern die Weichen für weiteres Absatzwachstum.

Zielgerichtet erfolgt die Erweiterung des globalen Produktionsnetzwerks – mit Investitionen in Amerika, Asien und Europa. 2014 haben wir das US-amerikanische Werk in Spartanburg/ South Carolina weiter ausgebaut. Bis 2016 wollen wir dort die Kapazität auf 450.000 Einheiten erhöhen.

Unsere Fertigungskapazitäten bauen wir mit Werken in Brasilien und Mexiko weiter aus.

Auch in China schreitet der Ausbau unserer Produktionsstrukturen voran. Im vergangenen Jahr sind die meisten Strukturinvestitionen in das neue Motorenwerk geflossen, das unser Joint Venture BMW Brilliance Automotive errichtet. Es soll ab 2016 wie angekündigt für die erweiterte Modellpalette startbereit sein.

Im vergangenen Jahr hatten wir die vorzeitige Vertragsverlängerung für unser erfolgreiches Joint-Venture in China bekannt gegeben. Dabei ist auch die Entscheidung für drei zusätzliche, lokal produzierte Fahrzeuge gefallen.

In Deutschland haben wir vor allem in die Werksstandorte Dingolfing und Leipzig investiert.

Die Investitionsquote beträgt im Berichtsjahr 7,6% und liegt unter dem hohen Niveau des Vorjahrs, als sie 8,8% betrug. In diesem Jahr planen wir eine erneute Absenkung in Richtung des Zielwerts von unter 7% vom Umsatz.

2014 hat die BMW Group ihr Portfolio weiter erneuert. Insgesamt 16 neue Modelle und Modellüberarbeitungen sind im vergangenen Jahr angelaufen. Als größter Premiumhersteller hat das Unternehmen technologische Innovationen konsequent weiter vorangetrieben. Wie bisher lagen die Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkte auf innovativen Antriebskonzepten, auf Leichtbau und auf der Vernetzung des Fahrzeugs mit seinem Umfeld.

2014 hat die BMW Group die neue Efficient Dynamics Motorengeneration weiter ausgerollt und die Emissionen der Neuwagenflotte noch mehr verringert. Der Motorenbakasten umfasst hocheffiziente 3-, 4- und 6-Zylinder-Antriebe mit verringertem Gewicht. Die Turbo-Technologie sorgt für Fahrfreude und dynamische Fahrleistungen. Die Kommunalität innerhalb der besonders effizienten Motorenfamilie ermöglicht gute Skaleneffekte und eine hohe Flexibilität.

Auch die Plug-in-Hybrid-Technologie, die Verbrennungs- und Elektromotor kombiniert, ging 2014 im BMW i8 erstmals in Serie. Mit den innovativen eDrive Antriebssystemen statten wir in diesem Jahr weitere Modelle aus.

Unser Modellportfolio ist entscheidend erweitert worden:

Mit dem 2er Active Tourer haben wir 2014 die Frontantriebsarchitektur bei BMW in der Serie eingeführt. Wie die X-Modelle richten sich die neuen kompakten Modelle an eigene Kundenzielgruppen. Darunter viele, für die die Marke BMW bislang noch nicht das richtige Fahrzeug im Angebot hatte.

Weitgehend zur Serienreife gebracht wurde die neue Heckantriebsarchitektur, die wir sukzessive in den künftigen Modellen nutzen werden.

Entwicklungen im Bereich Konnektivität und Fahrerassistenzsysteme bis hin zu hoch automatisiertem Fahren haben unser Innovationsportfolio 2014 erweitert.

Technologischer Vorreiter war die BMW Group beispielsweise mit dem ersten Prototypen, der hoch automatisiertes Fahren unter Hochleistungsbedingungen erprobte. Der Versuchsträger bewies auf der Rennstrecke, dass er auch ohne Fahrer den Grenzbereich beherrscht.

Im Berichtsjahr betragen die gesamten Forschungs- und Entwicklungsleistungen des Unternehmens nahezu 4,57 Mrd. €. Wie geplant sind sie gegenüber dem Vorjahr um 4,7% rückläufig, bewegen sich aber noch immer auf hohem Niveau.

Darin enthalten sind Investitionen in aktivierte Entwicklungskosten in Höhe von nahezu 1,50 Mrd. €. Auch der Anteil der aktivierten Entwicklungskosten war im Vergleich zum Vorjahr rückläufig. Die Aktivierungsquote beträgt 32,8%.

Die F&E-Quote liegt mit 5,7% unter dem Vorjahreswert von 6,3% und nur noch geringfügig oberhalb des Zielkorridors von 5-5,5%. Auch in diesem Jahr plant das Unternehmen eine F&E-Quote auf diesem Niveau.

Unsere Aktionäre wollen wir am unternehmerischen Erfolg der BMW AG angemessen beteiligen. Für 2014 schlagen der Vorstand und der Aufsichtsrat der Hauptversammlung eine Dividende von 2,90 € je Stammaktie und 2,92 € je Vorzugsaktie vor – dies ist eine Erhöhung um jeweils 30 Cent gegenüber dem Vorjahr. Es ist die höchste jemals gezahlte Dividende des Unternehmens.

Die entsprechende Dividendensumme beträgt 1,90 Mrd. €. Insgesamt gehen nahezu 33% des Jahresüberschusses an unsere Aktionäre. Damit liegt die Ausschüttungsquote im Rahmen des Zielkorridors von 30-40%.

Ich komme jetzt zu der Ertragslage in den Segmenten – zunächst im Automobilsegment.

Mit fast 2,12 Mio. ausgelieferten Fahrzeugen hat die BMW Group erstmals die 2-Millionen-Marke übersprungen. Sie hat damit auch das für 2016 angepeilte Absatzziel der Unternehmensstrategie vorzeitig erfüllt. Mit seinem attraktiven Portfolio hat das Unternehmen am globalen Wachstum des Automobilmarkts teilgehabt.

Das Automobilsegment hat von soliden Absatzzuwächsen von nahezu 8% profitiert. Der Mehrabsatz an BMW und Rolls-Royce Fahrzeugen hat den Fahrzeugmix im vergangenen Jahr verbessert und zu höherer Profitabilität beigetragen. Aufgrund des Modellwechsels lag der Absatz der Marke MINI nahezu auf Vorjahresniveau.

Die Umsatzerlöse im Segment Automobile betragen im Berichtsjahr 75,17 Mrd. €. Gegenüber dem Vorjahr ist dies ein solider Anstieg um 6,4%.

Das EBIT des Segments Automobile beträgt 7,24 Mrd. € und liegt um 8,9% über dem Vorjahr. Die EBIT-Marge befindet sich mit 9,6% am oberen Rand des Zielkorridors von 8-10% und liegt über dem Vorjahreswert.

Die Überleitung des EBIT 2014 auf der Basis des Vorjahrs zeigt einen zusätzlichen Ergebnisbeitrag von 1,67 Mrd. € durch Mehrvolumen und positive Mix- und Markteffekte. Der Saldo aus Währungseffekten und Rohstoffpreis-Veränderungen belastet geringfügig das Ergebnis. Hier wirkte sich beispielsweise die Abwertung des Rubel und anderer Nebenwährungen aus.

Höhere Abschreibungen gegenüber dem Vorjahr belasteten das EBIT mit 423 Mio. €. Die gestiegenen Investitionen haben nach dem Betriebsstart neuer Anlagen und den Produktionsanläufen die Abschreibungen gegenüber dem Vorjahr nochmals erhöht.

In der Position 'Sonstige Veränderungen' mit einem Saldo von -663 Mio. € laufen positive Effizienzgewinne in mittlerer dreistelliger Millionenhöhe sowie zusätzliche Aufwendungen, darunter insbesondere Personal- und Marketingkosten, gegeneinander.

Die Ausrichtung auf Zukunftsthemen und der weltweite Kapazitätsausbau haben den Personalaufwand erhöht. Unter anderem sind im Berichtsjahr in den Werken Spartanburg und Leipzig sowie für das neue Werk in Brasilien neue Mitarbeiter eingestellt worden. Auch für den Ausbau neuer Technologiebereiche hat das Unternehmen Experten an Bord genommen. Ende 2014 hat die BMW Group 116.324 Mitarbeiter beschäftigt.

Jetzt zur Kapitalflussrechnung: Der Free Cashflow im Automobilsegment beläuft sich im Berichtsjahr auf 3,48 Mrd. €. 2014 liegt der Free Cashflow damit um 478 Mio. € über dem Wert von 2013.

Wir werden auch in diesem Jahr die Dividendenausschüttung aus dem Free Cashflow vornehmen. Das ist ein Ausweis unserer finanziellen und operativen Leistungsfähigkeit.

Auch 2015 wollen wir einen starken Free Cashflow generieren. Die weiter rückläufige Investitionsquote und das weitere Absatzwachstum sollten dieses Ziel unterstützen. Wir halten am Zielwert von über 3 Mrd. € fest.

Die BMW Group hatte auch 2014 eine sehr solide Liquiditätsposition inne. Zum Jahresende betrug die Konzernliquidität des Unternehmens 11,66 Mrd. €. Das Unternehmen besitzt ausgezeichnete Kreditratings und einen sehr guten Kapitalmarktzugang. Die BMW Group verfügt damit über die notwendige finanzielle Flexibilität für ihr operatives Geschäft und ihr Wachstum – auch bei schwankenden Rahmenbedingungen.

Jetzt zum Segment Finanzdienstleistungen. Gegen den wachsenden Wettbewerb hat sich BMW Group Financial Services erfolgreich durchgesetzt. Das Segment hat im Berichtsjahr neue Bestwerte erzielt. Das Neugeschäft mit Endkunden hat sich um 2,6% auf nahezu 1,51 Mio. Vertragsabschlüsse erhöht.

Das Neugeschäftsvolumen, also das Gesamtvolumen aller neu abgeschlossenen Finanzierungs- und Leasingverträge, stieg um 5,3% auf knapp 41,32 Mrd. €. Der gesamte Vertragsbestand von BMW Group Financial Services lag Ende 2014 bei 4,36 Mio. Verträgen mit Endkunden und Händlern.

Gegenüber dem Vorjahr ist der Anteil der durch Financial Services verleaste oder finanzierten Neufahrzeuge um 2,3 Prozentpunkte gesunken. Die Penetrationsrate lag zum Jahresende bei 41,7%. Hier zeigt sich die bewusste Steuerung des Geschäftsfelds im wettbewerbsintensiven Umfeld.

Wachstumstreibend war wie im Vorjahr vor allem die Region Asien/ Pazifik. Dort wuchs der Vertragsbestand mit Endkunden um 20,1%. In der Region Europa/ Mittlerer Osten/ Afrika erzielte das Segment ein Wachstum von 6,5%. Die Region Amerika wuchs um 4,0%. Mittlerweile ist Financial Services in über 50 Ländern weltweit aktiv.

Im Berichtsjahr haben sich die Geschäftsbereiche des Segments positiv entwickelt. Der Fuhrparkdienstleister Alphabet konnte seinen Bestand an Flottenverträgen auf über 555.000 Einheiten erhöhen. In der Mehrmarkenfinanzierung stieg der Vertragsbestand um 3,0% auf nahezu 466.000 Einheiten an. Das Versicherungsgeschäft wuchs deutlich – die Gesamtzahl der Versicherungen lag zum Jahresende bei über 2,87 Mio. Verträgen.

Das Segment hat 2014 ein Ergebnis vor Steuern von 1,72 Mrd. € erzielt. Es liegt um 6,4% über dem Vorjahreswert.

Die Eigenkapitalrendite beträgt im Berichtsjahr 19,4%. Damit ist der Anspruch einer Eigenkapitalrendite von mindestens 18% erfüllt.

Die Quote des bilanziellen Eigenkapitals beträgt zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahrs 8,8%.

Financial Services besitzt damit eine solide Eigenkapitalausstattung und kann unerwartete Risiken angemessen abdecken.

Die Risikosituation des Segments hat sich im Berichtsjahr weiter stabil und positiv entwickelt.

Parallel zur konjunkturellen Entwicklung haben sich die Gebrauchtwagenpreise für die Leasing-Rückläufer robust entwickelt. In den drei Leasing-Hauptmärkten USA, Großbritannien und Deutschland blieben die durchschnittlichen Restwertverluste weitgehend auf Vorjahresniveau und fielen damit geringer aus als erwartet.

Auch die Ausfallrisiken für das Kreditportfolio bewegten sich auf vergleichbar niedrigem Niveau wie 2013.

Financial Services trifft umfassend Vorsorge, um die geschäftsbedingten Risiken abzusichern. Die weltweite Risikosteuerung auf der Basis einheitlicher und erprobter Methoden ist ein zentrales Element unserer Risikovorsorge. Das Risikomanagement wird weiter global ausgebaut.

Auch 2015 ist die BMW Group aus heutiger Sicht angemessen auf die Risiken des Geschäfts vorbereitet. Wir erwarten eine weitgehend stabile Risikosituation. Grundsätzlich lässt sich aber nicht ausschließen, dass konjunkturelle Schwankungen unser Financial Services Geschäft beeinflussen.

Ich komme zum Segment Motorräder. Für BMW Motorrad ist das Geschäftsjahr 2014 sehr erfolgreich verlaufen. Die Marke konnte erneut stärker wachsen als der Gesamtmarkt und hat vom positiven Marktumfeld profitiert.

Mit nahezu 123.500 Einheiten hat BMW Motorrad ein solides Absatzplus von 7,2% erzielt und hat in seinen wichtigsten Märkten zugelegt. Die Marke ist auch in Europa gewachsen, das mit einem Absatzanteil von 60 Prozent die größte Marktregion ist.

Stärkster Einzelmarkt ist wie bisher Deutschland geblieben, wo etwa ein Fünftel der Auslieferungen erfolgte. Hier war BMW Motorrad erneut Segmentführer.

Deutlich gewachsen ist BMW Motorrad auch im zweitgrößten Einzelmarkt USA. Die Motorradfertigungen in Brasilien und in Thailand trugen erfolgreich zur Globalisierung des Absatzes bei.

Das meistverkaufte Motorrad war erneut die große Reiseenduro R 1200 GS, die gemeinsam mit dem Schwestermodell R 1200 GS Adventure mehr als 40.600 Mal ausgeliefert wurde.

Erfolgreich gestartet ist der Jubiläumsroadster R nineT, mit dem wir das Segment New Heritage betreten haben. Die R nineT ist das erste BMW Motorrad, das durch viele Komponenten individualisierbar und in unterschiedlichen Ausführungen erhältlich ist. Wir erschließen uns damit neue Kundengruppen, für die BMW Motorrad bislang nicht in Betracht kam. Die R nineT wurde im ersten Jahr auf Anhieb zum drittstärksten Modell der Marke. Im Jahrbuch 2014 können Sie einen Customizer bei der Arbeit an der R nineT erleben.

Auch bei Umsatz und EBIT hat das Segment Motorräder die Höchstwerte des Vorjahrs übertroffen. Die Umsatzerlöse betragen im Berichtsjahr nahezu

1,68 Mrd. €, ein deutlicher Anstieg zum Vorjahr um 11,6%. Währungsbereinigt ist der Segmentumsatz um 14,0% gestiegen.

2014 hat BMW Motorrad ein EBIT von 112 Mio. € erzielt, ein Plus von 41,8% gegenüber dem Vorjahr. Der Zuwachs resultiert im Wesentlichen aus dem Mehrabsatz.

2015 erscheinen fünf neue Modelle von BMW Motorrad. Die neue BMW S 1000 RR geht deutlich überarbeitet in das Modelljahr 2015. Sie überzeugt mit 4 kg weniger Gewicht, mehr Motorleistung und einer noch höheren Anwenderfreundlichkeit. Mit der BMW R 1200 R sowie der R 1200 RS bringt BMW Motorrad gleich zwei neue Boxer-Modelle an den Start. Ebenso setzt die zweite Generation der BMW F 800 R im Mittelklasse-Segment ein deutliches Statement. Innerhalb der Familie leistungsstarker, sportlich orientierter Motorräder mit Vierzylinder-Reihenmotor zeigt BMW Motorrad die neue S 1000 XR. Unter dem Begriff „Adventure Sport“ verbindet dieses Modell die Qualitäten der BMW Motorrad GS, Touring- und Sport-Modelle zu einem vollkommen neuen Fahrerlebnis.

Der Eintritt in ein neues Segment ist Teil der strategischen Neuausrichtung von BMW Motorrad. Wir werden die Marke in den kommenden Jahren weiter ausbauen.

BMW Motorrad ist sehr erfolgreich in das Jahr 2015 gestartet. Per Februar hat die Marke nahezu 14.500 Motorräder ausgeliefert, ein Plus von 14,2% gegenüber dem Vorjahr. Im Gesamtjahr erwarten wir eine leichte Erholung der globalen Motorradmärkte. Europa und die Vereinigten Staaten sollten sich weiter positiv entwickeln. Für BMW Motorrad rechnen wir mit einem weiterhin erfolgreichen Geschäftsverlauf.

Wie erläutert, hat sich das Vorsteuerergebnis aller operativen Segmente gegenüber dem Vorjahr erhöht. Abschließend noch ein Blick auf die Konsolidierungen: Darin verbessert sich das Vorsteuerergebnis gegenüber dem Vorjahr auf -163 Mio. €. In den Konsolidierungen sind segmentübergreifende Geschäftsumfänge, im Wesentlichen zwischen den Segmenten Automobile und Finanzdienstleistungen, eliminiert. Die Verbesserung beruht auf positiven Auflösungseffekten und Mix-Veränderungen im Leasing-Portfolio.

Die BMW Group geht auch in diesem Jahr von einer positiven Geschäftsentwicklung aus. Sie wird von ihrer global ausgewogenen Positionierung profitieren und voraussichtlich der absatzstärkste Premiumhersteller weltweit bleiben. Mit dem attraktiven und jungen Portfolio kann das Unternehmen vom Wachstum in den Märkten profitieren. Wir streben Absatzzuwächse in den drei großen Weltregionen an.

Wirtschaftsexperten rechnen in diesem Jahr mit einem moderaten Wachstum der Weltkonjunktur. Die Tendenz des globalen Aufschwungs dürfte weiter anhalten. Dabei ist in der Eurozone eher mit einem leichten Wachstum zu rechnen. Der Aufschwung in den USA sollte sich wie bisher dynamisch fortsetzen. In China ist mit einem Wirtschaftswachstum von rund 7% zu rechnen. Sollte der Aufschwung verhaltener ausfallen, könnte dies unsere Geschäftsentwicklung beeinflussen.

Im Jahresverlauf sind zudem Schwankungen bei den wichtigen Währungen zu erwarten. Die BMW Group sichert konsequent ihre Hauptwährungen ab, um Planungssicherheit und Risikominimierung zu erzielen und dabei von attraktiven Kursen zu profitieren.

Sollten sich die Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändern, erwartet der Konzern ein Vorsteuerergebnis, das solide gegenüber dem Vorjahr ansteigt.

Dieses anspruchsvolle Ziel wollen wir trotz steigender Personalkosten, die durch das Wachstum des Unternehmens notwendig werden, und trotz der notwendigen Ausgaben für Antriebstechnologien und Innovationen erreichen. Risiken für die Ergebnisentwicklung bestehen durch den intensiven Wettbewerb auf den Automobilmärkten sowie der global steigenden Volatilität.

Stabile Rahmenbedingungen vorausgesetzt erwarten wir bei den Automobilauslieferungen eine solide Zunahme gegenüber dem Vorjahr. In Nordamerika rechnen wir aus heutiger Sicht mit einer positiven Entwicklung im Premiumsegment. Für China sehen wir mittel- und langfristig Wachstumspotenzial. Die Normalisierung des Marktes wird auch in diesem Jahr weitergehen, gefördert von politischer Regulierung und begleitet von erhöhtem Wettbewerbsdruck. Auf den europäischen Märkten dürfte sich der leichte Erholungstrend fortsetzen.

Sollte diese Entwicklung nicht wie prognostiziert eintreten, stellt dies ein Risiko für unsere Guidance dar.

Für die Umsatzerlöse des Segments Automobile ist ein solider Anstieg gegenüber Vorjahr zu erwarten.

Wie bisher halten wir an einer EBIT-Marge im Zielkorridor von 8-10% für das Segment Automobile fest. Dieser Maßstab unserer Profitabilität ist trotz steigender Abschreibungen und eines höheren Anteils an kleineren Fahrzeugen gesetzt. Wir können aber nicht ausschließen, dass wir diesen Wert je nach den politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen über- oder unterschreiten. Im Segment Finanzdienstleistungen gilt auch für 2015 eine Eigenkapitalrendite von mindestens 18% als Zielwert. Sie soll auf dem Niveau des Vorjahrs liegen, und das trotz fortschreitender Investitionen in globales Wachstum und IT-Strukturen.

Für die mit dem Finanzdienstleistungsgeschäft verbundenen Risiken hat das Segment aus heutiger Sicht adäquate Vorsorge getroffen.

Für BMW Motorrad ist von einem weiterhin positiven Geschäftsverlauf auszugehen. Die neuen Modelle bieten Absatzimpulse für einen soliden Absatzanstieg. BMW Motorrad sollte von dem positiven Marktumfeld profitieren.

Die Jahresprognose setzt voraus, dass die politischen und gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen weitgehend stabil bleiben.

Trotz der globalen Unwägbarkeiten und Risiken erwartet die BMW Group auch in diesem Jahr ein profitables Wachstum. Unsere attraktiven Modelle und Mobilitätsdienstleistungen werden dazu beitragen.

Die BMW Group hält konsequent an ihrer langfristigen Wachstumsstrategie fest. Sie nutzt ihre finanzielle Stärke, um ihre Aktivitäten auszubauen und mit Innovationen ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Wir bleiben auf Kurs und richten das Unternehmen auf zukünftigen Erfolg aus.

Vielen Dank.