



Harald Krüger
Vorsitzender des Vorstands

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Fortschritt braucht Veränderung. Veränderung ist Teil unseres Lebens. Die BMW Group geht ihren eigenen Weg – mit Innovationen, Mut und Konsequenz. Unser Anspruch ist es, Lösungen für die Herausforderungen in Gegenwart und Zukunft zu bieten. Dafür gibt jeder Mitarbeiter sein Bestes. Unsere Unternehmenskultur fördert das, indem wir Werte wie Offenheit und Transparenz im Alltag leben.

Geschäftsjahr 2017: Wir haben unsere Ziele erreicht

Für die BMW Group gilt: Wir stehen zu unseren Versprechen. Wir liefern! Unsere Ziele im Geschäftsjahr 2017 haben wir erreicht: neue Bestwerte im Konzern bei den Auslieferungen Automobile und Motorräder sowie beim Ergebnis vor Steuern.

Die BMW Group führt 2017 das weltweite Premiumsegment an

Immer mehr Kunden entscheiden sich für ein Fahrzeug aus unserem Haus. Unseren Kunden verdanken wir es, dass die BMW Group seit nunmehr 14 Jahren an der Spitze des weltweiten Premiumsegments steht. Bereits das siebte Jahr in Folge konnte das Unternehmen im Jahr 2017 den Absatz auf einen neuen Bestwert steigern. Wie von uns prognostiziert legten die Auslieferungen Automobile leicht zu auf 2,46 Millionen Fahrzeuge. Ein Plus von 4,1 Prozent in einem wettbewerbsintensiven Umfeld.

Starke, emotionale Marken wecken Begehrlichkeit bei den Kunden. Im Ranking des Fortune Magazine der „World’s Most Admired Companies“ ist die BMW Group nun unter den Top 20 als bester Automobilhersteller sowie als bestes europäisches Unternehmen gelistet.

Bestwerte für BMW, BMW M, MINI und BMW Motorrad

Unsere Kernmarke BMW konnte 2017 erneut über zwei Millionen Fahrzeuge absetzen und damit über vier Prozent mehr als im Vorjahr. Auch die BMW M GmbH hat daran ihren Anteil mit erstmals über 80.000 verkauften M und M Performance Modellen – ein Allzeithoch.

Die Marke MINI legte um mehr als drei Prozent auf über 370.000 Fahrzeuge zu. Die Fans von BMW Motorrad sorgten für ein deutliches Absatzplus von über 13 Prozent. Insgesamt gingen mehr als 164.000 Motorräder und Scooter in Kundenhand. Rolls-Royce konnte im absoluten Luxussegment mit 3.362 Fahrzeugen sein starkes Vorjahresergebnis nicht halten. Durch den Modellwechsel beim Phantom und in einem schwierigen Umfeld sank der Absatz um rund 16 Prozent.

Meilenstein: über 100.000 verkaufte elektrifizierte Fahrzeuge

E-Mobilität ist unser wichtigster strategischer Schwerpunkt. Einen wichtigen Meilenstein auf dem Weg zur nachhaltigen Mobilität haben wir 2017 geschafft: Das 100.000. verkaufte elektrifizierte Fahrzeug der BMW Group im vergangenen Jahr habe ich persönlich in München in der BMW Welt übergeben. Es war ein BMW i3 für einen 80-jährigen Kunden. Mir zeigt dies: Für einen Umstieg vom Verbrenner auf ein Elektrofahrzeug ist es nie zu spät.

Genau 103.080 Automobile mit elektrifiziertem Antrieb gingen 2017 an Kunden. Damit ist der Absatz unsererer BMW i Modelle sowie der Plug-in-Hybride von BMW iPerformance und MINI Electric um zwei Drittel gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

Jeder Kunde zählt, jeder Markt zählt

Es ist Teil unserer Philosophie: Jeder Kunde zählt. Jeder Markt zählt. Möglichst ausgewogen soll sich unser Absatz auf die großen Marktregionen Europa, Asien und Amerika verteilen. So können wir regionale Marktschwankungen ausgleichen.

Hauptwachstumstreiber im Jahr 2017 war Asien mit China als wichtigstem Einzelmarkt. In Kontinentalchina stiegen unsere Auslieferungen auf über 590.000 Fahrzeuge. In Europa lagen sie auf dem Niveau des Vorjahres mit rund 1,1 Millionen trotz des Rückgangs in Großbritannien im Zuge der Brexit-Verhandlungen. In Amerika verzeichneten wir ein leichtes Minus auf rund 450.000 Fahrzeuge, so wie auch in den USA. Seit Ende 2017 dreht sich der Trend in den USA wieder.

Unsere Wertschöpfung ist ebenso global wie flexibel

Die hohe Netzwerkflexibilität unserer globalen Produktion bildet das Fundament für das weitere Wachstum des Konzerns. 2017 liefen doppelt so viele Fahrzeuge vom Band wie im Jahr 2009. Aktuell betreibt das Unternehmen 31 Standorte in 14 Ländern. Wir investieren in unsere deutschen Standorte und weltweit. Ein Beispiel ist die umfassende Erweiterung des Werks Dadong in Shenyang in China. Dort betreiben wir mit Brilliance China Automotive Holdings Ltd. ein Joint Venture. In San Luis Potosí in Mexiko verläuft der Werksaufbau planmäßig. Vor Ort bilden wir in unserem neuen Trainingszentrum bereits junge Fachkräfte aus.

In den nächsten Jahren werden mehrere Antriebsarten auf den Straßen präsent sein. Wir befähigen unsere Standorte für diese Vielfalt, indem wir flexible Architekturen und Werke schaffen. So können wir effiziente Verbrenner, E-Fahrzeuge und Plug-in-Hybride fertigen. Ab 2020 können wir dank skalierbarer E-Baukästen alle Modellreihen mit jeder Antriebsart ausstatten. Das macht uns extrem flexibel, je nachdem wie sich die Nachfrage entwickelt.

Finanzkennzahlen mit Bestmarken

Im Geschäftsjahr 2017 sind die Umsatzerlöse des Konzerns leicht gestiegen auf einen neuen Höchstwert von 98,7 Milliarden Euro. Das Ergebnis vor Steuern überschritt erstmals zehn Milliarden Euro. Es erhöhte sich deutlich um 10,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Jahresüberschuss übertrifft mit 8,7 Milliarden Euro den Wert des Vorjahres um 26 Prozent.

Im Konzernabschluss ist ein positiver Steuereffekt durch die Reform in den USA enthalten. Die EBIT-Marge im Segment Automobile liegt bei 8,9 Prozent und damit im angestrebten Zielkorridor. Das Segment Finanzdienstleistungen hat erneut signifikant zum Konzernergebnis beigetragen mit einem Ergebnis vor Steuern von über zwei Milliarden Euro.

Dividende steigt deutlich – auch die Mitarbeiter profitieren

Ihr Unternehmen, verehrte Aktionäre, bleibt auf der Erfolgsspur. Sie sollen daran teilhaben. Dazu schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung vor, den Bilanzgewinn der BMW AG für das Geschäftsjahr 2017 zur Ausschüttung einer Dividende zu verwenden. 4,00 Euro je Stammaktie und 4,02 Euro je Vorzugsaktie stellen die höchste Dividende dar, die das Unternehmen je gezahlt hat. Auch den Mitarbeitern der BMW AG am Standort Deutschland kommt die positive Entwicklung des Unternehmens mit der Erfolgsbeteiligung zugute.

So geht es im Geschäftsjahr 2018 weiter:

Phase II der größten Modelloffensive unserer Geschichte

2018 starten wir in das zweite Jahr der größten Modelloffensive unserer Geschichte. Mit hochemotionalen neuen Modellen wie dem BMW i8 Roadster und dem BMW Z4 bleiben wir im Angriffsmodus.

Zwei Segmente haben wir besonders im Blick: zum einen die renditestarke Luxusklasse. Hier bringen wir gezielt neue Luxusmodelle wie die BMW 8er Reihe, den BMW X7 und den Rolls-Royce Phantom auf den Markt. Damit kommen wir unserem Ziel einen großen Schritt näher, die führende Position im Luxussegment zu übernehmen.

Zum anderen wird 2018 unser „X Year“. Wir bauen die sehr erfolgreiche BMW X Familie aus. Neben dem X7 zählen dazu der neue X3 seit Ende 2017 sowie der neue, coole X2 und der neue X4. Ich bin sicher: Das wird viele Kunden begeistern.

Eine halbe Million elektrifizierter Fahrzeuge in Summe Ende 2019

Elektrifizierung bleibt eine Top-Priorität für unser Handeln in den nächsten Jahren. 2018 wollen wir mehr als 140.000 elektrifizierte Fahrzeuge verkaufen. Ende 2019 soll dann in Summe eine halbe Million elektrifizierter BMW und MINI Fahrzeuge auf der Straße sein.

Als der BMW i3 2013 auf den Markt kam, hätte nicht jeder der BMW Group zugetraut, dass sie heute den Markt für elektrifizierte Fahrzeuge in Europa klar anführt. In diesem wachsenden Segment verfügen wir bereits über einen deutlich höheren Marktanteil als bei traditionellen Antrieben.

All unsere Marken werden Schritt für Schritt elektrifiziert. Alle elektrifizierten BMW Modelle werden künftig unter BMW i geführt. Unsere Roadmap bis 2025 ist klar gesteckt: 2019 ein batterieelektrischer MINI. 2020 das erste vollelektrische Modell der Kernmarke BMW mit dem X3. 2021 der iNEXT als neuer Technologieträger, von dem das gesamte Unternehmen lernt.

Der BMW i Vision Dynamics macht neugierig

Dieses Konzeptfahrzeug war einer der Stars der IAA 2017. Mit dem BMW i Vision Dynamics peilen wir eine elektrische Reichweite von 600 km an. Die 5. Generation der Speicher- und Batterietechnik macht es möglich.

Elektrifizierung zahlt sich aus:

CO₂-Emissionen unserer Flotte in Europa sinken weiter

Weil wir konsequent das Tempo bei nachhaltigen Antrieben erhöhen, verringern sich die CO₂-Emissionen unserer Flotte. Das war 2017 der Fall, obwohl der Anteil von Dieselfahrzeugen gesunken ist, zum Beispiel durch die Diskussionen in Deutschland. Aktuell liegen die Emissionen unserer Neuwagenflotte in Europa bei 122 Gramm CO₂ pro Kilometer. Wir wollen auch die Emissionsvorgaben der EU ab 2021 erfüllen. Das ist eine klare Zielsetzung.

Wir fördern die Infrastruktur für E-Mobilität

Vor diesem Hintergrund fördern wir aktiv den Ausbau der Infrastruktur. Wir wollen Systemanbieter für E-Mobilität sein: mit ChargeNow und IONITY bei der Lade-Infrastruktur, mit dem neuen Geschäftsfeld BMW Energy Services und unserem Kompetenzzentrum für Batteriezellentechnologie in München.

Dem autonomen Fahren gehört die Zukunft

Im Frühjahr 2018 eröffnet offiziell unser Campus für autonomes Fahren bei München. Dort entwickeln wir mit unseren Partnern von Intel und Mobileye das autonome Fahren. Wir sehen darin einen der wichtigsten Treiber der Mobilität von morgen. An unserer gemeinsamen Plattform beteiligen sich immer mehr namhafte Unternehmen aus verschiedenen Branchen. Für uns ist das Thema Sicherheit beim autonomen Fahren essenziell. Das gilt für unsere Fahrzeuge genauso wie für die Daten unserer Kunden.

Schon heute sind zehn Millionen BMW Group Fahrzeuge über Connected Drive vernetzt. Ein serienreifes autonomes Fahrzeug erfordert etwa 25 Millionen Testkilometer. 2018 sammeln wir mit unserer autonomen BMW 7er Flotte Daten auf der Straße, vor allem in Deutschland, Israel und Kalifornien.

Die NOW Familie wird weltweit ausgebaut

Der konsequente Ausbau unserer Mobilitätsdienstleistungen ist in der Strategie NUMBER ONE > NEXT fest verankert. Anfang 2018 haben wir einen Vertrag unterzeichnet zur vollständigen Übernahme von DriveNow. Unser Premium-Carsharing-Angebot hat bereits die Grenze von einer Million Kunden in 13 Städten überschritten. Auch immer mehr ältere Menschen, Familien und Geschäftsreisende nutzen DriveNow. Unser Service ReachNow ist in den USA und seit Ende 2017 auch in China zusammen mit einem lokalen Partner am Start.

Einen freien Parkplatz zu finden, ist für viele Autofahrer oft ein Problem. Zu Beginn 2018 hat die BMW Group Parkmobile LLC übernommen. Damit sind wir der größte Anbieter mobiler Parkdienstleistungen in Nordamerika und Europa: 22 Millionen Kunden in 1.000 Städten.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

all diese Beispiele zeigen: Wir gestalten erfolgreich die Zukunft der Mobilität in all ihren Facetten. Sie begleiten uns im Wandel zu einem kunden- und servicezentrierten Mobilitätsunternehmen und zur Tech Company. Sie unterstützen unsere langfristige Perspektive mit der Strategie NUMBER ONE > NEXT. Dafür danke ich Ihnen persönlich sowie im Namen des gesamten Vorstands und unserer Mitarbeiter weltweit.

Mitarbeiter stehen hinter der Strategie NUMBER ONE > NEXT

Bei der aktuellen Mitarbeiterbefragung haben 90 Prozent aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesagt: Wir sind stolz, bei der BMW Group zu arbeiten. Über 80 Prozent haben angegeben: Wir kennen die Ziele und Inhalte der Strategie. Dieses gemeinsame Verständnis verleiht uns noch mehr Schubkraft. Wir alle wollen, dass die BMW Group die erste Adresse ist, wenn es um individuelle Erlebnisse unserer Kunden mit ihrer Premiummobilität geht. Wir wollen klar die Nummer 1 sein.

Ihr Unternehmen liefert konstant hohe Profitabilität

Selbstverständlich gehört für uns dazu, dass Ihr Unternehmen profitabel bleibt, verehrte Aktionäre. So kann die BMW Group die Vorleistungen für ihre Zukunft aus eigener Kraft finanzieren – ein klarer Vorteil im Wettbewerb. Unsere F&E-Quote wird 2018 auf 6,5 bis 7 Prozent steigen. Das sind rund sieben Milliarden Euro. Auch 2019 wird der Aufwand hoch bleiben. Bei der EBIT-Marge im Segment Automobile liegen wir seit acht Jahren von Quartal zu Quartal in unserem Zielkorridor von acht bis zehn Prozent oder darüber. Diese Konstanz auf hohem Niveau wollen wir auch künftig sicherstellen.

Bestes Rating der europäischen Automobilhersteller

Eine konsequente Zukunftsausrichtung in Verbindung mit soliden Finanzkennzahlen erleichtert uns den Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten. Moody's hat das Langfrustrating der BMW AG auf A1 angehoben. Bei Standard & Poor's erhält das Unternehmen das beste Rating aller europäischen Automobilhersteller.

Wir gehen weiter unseren Weg. Wir nutzen die Chancen. So bleibt die BMW AG auf lange Sicht ein attraktives Investment und ein Unternehmen mit Zukunft.

Ihr
H. Krüger

Harald Krüger

Vorsitzender des Vorstands