

Presse-Information
14. Mai 2013

- Es gilt das gesprochene Wort -

**Bericht Dr. Norbert Reithofer
Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
München, Olympiahalle, 14. Mai 2013**

Die Zukunft gehört denen, die etwas wagen.

Mut und Pioniergeist haben die Menschheit vorangebracht. Sie haben die Geschichte verändert, Entwicklungen angestoßen und unser Leben bereichert. Am Ende entsteht das, was wir Fortschritt nennen. Er ist die Quelle für Wachstum, Beschäftigung und Wohlstand.

Mut, meine Damen und Herren, ist für uns Handeln.

Das bedeutet:

- die Initiative ergreifen;
- kalkulierbare Risiken eingehen;
- Widerstände überwinden;
- Architekt des eigenen Erfolgs sein;
- und nicht zuletzt: Verantwortung übernehmen.

Jede Branche braucht einen, der voran geht. Auf dem Weg zum Erfolg ist der erste Schritt der wichtigste. Unsere Passion bei der BMW Group ist die Mobilität. Wir bewegen Menschen, die Märkte und uns selbst. Mit dem Erreichten geben wir uns nie zufrieden. Unsere Kreativität und die Lust am Neuen treiben uns an. So behauptet sich die BMW Group am Markt – seit nunmehr 97 Jahren.

Unser Anspruch ist: Vorreiter sein – bei allem, was wir tun. Dabei konzentrieren wir uns voll und ganz auf Premium.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 2

Premium ist das Gegenteil von Mainstream. Premium ist Vorreiter.

Premium braucht richtige Ideen, braucht Mut und Entschlossenheit.

Wir können das, weil Sie als Aktionäre zu uns halten.

- Ihr Vertrauen gibt uns Sicherheit.
- Ihr Vertrauen gibt uns Handlungsspielraum.
- Ihr Vertrauen gibt uns die Freiheit, selbst zu entscheiden, wie wir unsere Zukunft gestalten und mit wem wir zusammenarbeiten.

Das ist die Straße, auf der wir weiter vorausfahren.

Sie, verehrte Aktionäre, denken langfristig. Darum investieren Sie in die BMW Group.

Langfristig denken und handeln ist unser Erfolgsrezept – in sicheren wie in unsicheren Zeiten.

- Wir achten immer auf Kosten und Effizienz. So können wir unsere Entwicklung selbst bestimmen.
- Wir versuchen, die Veränderungen in unserem Umfeld vorauszudenken und rechtzeitig Schlüsse zu ziehen.
- Wir kennen unsere Stärken und wissen, woher wir kommen. So stellen wir uns dem Wandel, ohne unsere Identität zu verlieren.
- Wir sind aufgeschlossen gegenüber Neuem und gehen unseren eigenen Weg, den BMW Weg.

Das, meine Damen und Herren, zeichnet Ihr Unternehmen aus.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 3

Ich stehe heute das siebte Mal vor Ihnen. Auf meiner ersten Hauptversammlung als Vorstandsvorsitzender im Mai 2007 hatte ich Ihnen versprochen:

Wir sorgen auch künftig dafür, dass sich Ihr Engagement lohnt.

Wo wir nach dem Geschäftsjahr 2012 stehen und was wir in Zukunft wagen wollen – das ist heute mein Thema.

In diesem Sinne begrüße ich Sie alle hier in der Olympiahalle – auch im Namen meiner Vorstandskollegen. Ich begrüße ebenso alle Investoren und Zuschauer, die über das Internet zugeschaltet sind. Ihnen allen:

Herzlich willkommen zur 93. ordentlichen Hauptversammlung der BMW AG!

Sehr geehrte Aktionäre und Aktionärsvertreter,
liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
verehrte Ehrengäste und Gäste,

auf drei Schwerpunkte gehe ich ein:

1. Was haben wir im Geschäftsjahr 2012 erreicht?
2. Wie haben sich fünf Jahre Strategie Number ONE ausgezahlt?
3. Wie gestalten wir die Mobilität der Zukunft und sichern so den langfristigen Erfolg der BMW Group?

Zum ersten Schwerpunkt:

Rund um den Globus kennen und schätzen die Menschen BMW, MINI und Rolls-Royce. Ob in Japan, den USA oder Südafrika – überall sorgen die Buchstaben BMW für Begeisterung. BMW sorgt für leuchtende Augen – global.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 4

Und zuhause in München: Rund zweieinhalb Millionen Menschen besuchen jedes Jahr die BMW Welt, unser Auslieferungs- und Erlebniszentrum. Die BMW Welt ist die meistbesuchte Sehenswürdigkeit in Bayern. Die Menschen fotografieren sich vor unseren BMWs – daheim in München.

Die Menschen fühlen und wissen:

Mit unseren Premiummarken geben wir ein Versprechen:

- auf besondere Produktsubstanz;
- auf innovative Technologien;
- auf zukunftsweisendes Design.

All das macht unsere Produkte attraktiv und unsere Marken so wertvoll.

Meine Damen und Herren,

Mut schafft Begehrlichkeit.

Das Fortune Magazine hat die 500 renommiertesten Unternehmen der Welt verglichen. Ihr Unternehmen ist ganz vorn mit dabei.

Unter den Top 15 der Welt ist BMW:

- der einzige Automobilhersteller,
- das einzige deutsche Unternehmen,
- das einzige europäische Unternehmen.

Auch das erklärt, warum sich im Jahr 2012 mehr Kunden als je zuvor für ein Fahrzeug aus unserem Haus entschieden haben.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 5

Über 1,84 Millionen Automobile haben wir ausgeliefert. Das sind über 10 Prozent mehr als im Jahr 2011. Noch nie hat ein Premiumhersteller in unserer Branche in einem Jahr mehr Fahrzeuge produziert und verkauft.

Im Detail sieht das so aus:

- BMW: 1,54 Millionen Fahrzeuge.
- MINI: über 301.000 Fahrzeuge.
- Rolls-Royce: exakt 3.575 Fahrzeuge.
- Hinzu kommen über 117.000 Motorräder der Marken BMW und Husqvarna.

All das sind neue Bestwerte. Wir sind der absatzstärkste Premiumhersteller in unserer Branche – und das seit vielen Jahren.

Aber: Solche Rekorde sind nicht selbstverständlich. Jeder einzelne Verkaufserfolg muss hart erarbeitet werden:

- bei anspruchsvollen Kunden;
- in einem harten Wettbewerb;
- in einem ungewissen Umfeld.

Die positive Entwicklung unserer Verkaufszahlen spiegelt sich im Finanzergebnis des Konzerns wider. Das sind die Zahlen für 2012:

- Umsatz: 76,8 Milliarden Euro.
- Ergebnis vor Steuern: 7,8 Milliarden Euro.
- Jahresüberschuss: 5,1 Milliarden Euro.
- EBIT-Marge im Segment Automobile: 10,9 Prozent.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 6

- Unser Finanzdienstleistungsgeschäft hat mit über 1,5 Milliarden Euro zum Group-Ergebnis beigetragen.

Auch bei Umsatz, Ergebnis vor Steuern und Jahresüberschuss haben wir neue Höchstwerte erzielt.

Wir alle bei der BMW Group und Sie als unsere Aktionäre können auf diese Leistung stolz sein. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rund um den Globus haben dazu beigetragen. Ich spreche sicher auch in Ihrem Namen, verehrte Aktionäre, wenn ich den Mitarbeitern der BMW Group von hier aus zurufe:

Herzlichen Dank für Ihren Einsatz im Jahr 2012!

Die Kennzahlen des Geschäftsjahres 2012 geben uns noch mehr Selbstvertrauen. Sie ermöglichen es uns, die richtigen Weichen zu stellen.

Investitionen bedeuten Zukunft.

Wer die Mobilität von morgen bestimmen will, der muss heute in Vorleistung gehen. Auch das hat für mich mit Mut und langfristigem Denken zu tun. Wir nehmen Geld in die Hand, um es frühzeitig an den richtigen Stellen einzusetzen. So erarbeiten wir uns langfristig einen Wettbewerbsvorteil.

Im Geschäftsjahr 2012 haben wir mehr investiert als je zuvor.

- 3,9 Milliarden Euro haben wir für Forschung und Entwicklung aufgewendet. Das entspricht einer Quote von 5,1 Prozent. Wir liegen damit innerhalb unseres Ziel-Korridors von 5 bis 5,5 Prozent.
- 5,2 Milliarden Euro betrug unsere Investitionen. Die Investitionsquote lag 2012 bei 6,8 Prozent vom Umsatz. Hier ist unser angestrebter Ziel-Bereich kleiner 7 Prozent.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 7

- In diesem Jahr werden wir noch stärker investieren als 2012. Unsere Ziel-Werte werden wir in beiden Bereichen überschreiten.

Dafür stehe ich.

- Wir bereiten damit den nächsten Wachstumsschritt des Unternehmens vor.
- Wir stärken die Zukunftsfähigkeit der BMW Group.

Die Automobilindustrie befindet sich in einem tiefgreifenden strukturellen Wandel. Wir treiben und gestalten diesen technologischen Umbruch.

Deshalb investieren wir:

- in bewährte und neue Technologien;
- in bestehende und neue Standorte;
- in unsere Marken und Submarken;
- in etablierte und aufstrebende Märkte;
- in neue Dienstleistungen, Vertriebsstrukturen und Services;
- und nicht zuletzt in die Qualifikation unserer Führungskräfte und Mitarbeiter.

Entscheidend ist: Wir stemmen diese Investitionen aus eigener Kraft. Unsere Kraft speist sich aus dem Know-how und den Ideen unserer Mitarbeiter.

Zukunft wird von Menschen gemacht.

Darum verstärken wir uns gezielt in den Bereichen Elektromobilität und Leichtbau. 2012 haben wir rund 5.500 neue Mitarbeiter eingestellt. Darunter sind auch viele Zeitarbeiter, die wir übernommen haben.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 8

Mit Beginn des Ausbildungsjahres 2012 haben 1.376 Jugendliche ihr Berufsleben bei der BMW Group gestartet. Die Zahl der Auszubildenden in Deutschland haben wir im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent erhöht. Insgesamt lag die Zahl unserer Azubis Ende 2012 bei 4.266.

Wir übernehmen Verantwortung für junge Generationen. Das gehört zu unserem Verständnis von Premium. Ich denke: Das ist auch in Ihrem Sinn, verehrte Aktionäre.

Unser Erfolg im Geschäftsjahr 2012 ist die Gemeinschaftsleistung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Darum profitieren die Mitarbeiter vom Erfolg des Unternehmens. Seit mehr als drei Jahrzehnten ist das so bei der BMW AG.

Für 2012 erhalten alle festangestellten Mitarbeiter am Standort Deutschland eine Erfolgsbeteiligung. Sie ist eine der höchsten im Branchen- und Industrievergleich in Deutschland.

- Das ist Teil unserer Kultur.
- Das motiviert die Mitarbeiter zusätzlich.
- Das ist auch ein Gebot der Fairness und der sozialen Gerechtigkeit. Dazu bekennen wir uns.

Dass Sie als unsere Aktionäre von unserer positiven Geschäftsentwicklung profitieren, gehört zu meinem Grundverständnis.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Ihnen vor, den Bilanzgewinn der BMW AG für das Geschäftsjahr 2012 zur Ausschüttung einer Dividende zu verwenden. Die Dividenden-Summe beträgt 1,64 Milliarden Euro.

Das sind 2,50 Euro je Stammaktie und 2,52 Euro je Vorzugsaktie.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 9

Nie zuvor haben wir eine höhere Dividende gezahlt. Die Dividenden-Rendite liegt bei rund 3,3 Prozent. Aktionäre von Vorzugsaktien erzielen eine Rendite von rund 4,6 Prozent.

Insgesamt schütten wir 32 Prozent des Jahresüberschusses an Sie, die Aktionäre, aus. Damit liegen wir über dem Wert von 2011.

Unser Erfolg spiegelt sich auch in der Entwicklung der BMW Stammaktie wider. 2012 sind die BMW Stämme im Vergleich zum Schlusskurs des Vorjahres um über 40 Prozent gestiegen. Der DAX hat im selben Zeitraum rund 29 Prozent zugelegt. Zudem erreichte die BMW Aktie 2012 einen neuen, absoluten Höchstwert von 74 Euro. Dieser Höchstwert wurde in diesem Jahr bereits überboten.

Meine Damen und Herren,

der Erfolg im Geschäftsjahr 2012 hat eine Vorgeschichte. Sie hat zu tun mit Mut, Entschlossenheit und langfristigem Denken – die Basis für unsere Strategie Number ONE.

Und damit zum zweiten Schwerpunkt:

Fünf Jahre Strategie Number ONE haben sich ausgezahlt.

Bei der BMW Group schauen wir voraus. Die Zukunft ist unser Antrieb.

Darum haben wir im Herbst 2007 unsere Strategie Number ONE verabschiedet. Die Welt hatte sich verändert. Aber uns fehlte eine klare Vision für die veränderte Zukunft.

Wir mussten das Unternehmen neu ausrichten. Und wir haben es neu ausgerichtet.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 10

Der Horizont unserer Strategie reicht bis ins Jahr 2020. Für das Jahr 2012 hatten wir uns konkrete Zwischenziele gesetzt:

- Einen Absatz von 1,8 Millionen Fahrzeugen.
- Eine EBIT-Marge in einem Korridor von 8 bis 10 Prozent im Segment Automobile.

Sie, verehrte Aktionäre, sind den Weg der Erneuerung mit uns gegangen. Sie haben uns und unseren Entscheidungen vertraut.

Heute können wir gemeinsam ein erstes Fazit ziehen: die Bilanz von Number ONE von 2007 bis 2012.

1. Wir sind profitabler geworden.

Bei der EBIT-Marge im Segment Automobile liegen wir Ende 2012 sogar über dem von uns definierten Korridor von 8 bis 10 Prozent. Unser Ergebnis vor Steuern haben wir von 2007 bis 2012 fast verdoppelt. Unsere Dividende haben wir mehr als verdoppelt.

2. Der Kurs der BMW Stammaktie ist um mehr als 70 Prozent gestiegen.

Der Deutsche Aktienindex DAX hat im gleichen Zeitraum 5,6 Prozent an Wert verloren. Wer Ende 2007 für rund 10.000 Euro BMW Aktien gekauft hat, der hatte Ende 2012 über 17.200 Euro in seinem Portfolio. Das entspricht einer jährlichen Rendite von fast 11,5 Prozent. Wer zudem die Dividenden reinvestiert hat, hat eine jährliche Rendite von fast 14 Prozent erzielt.

3. Mit Efficient Dynamics haben wir Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen unserer Flotte drastisch verringert.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 11

2007 umfasste unsere Flotte 27 Modelle mit einem CO₂-Ausstoß von maximal 140 Gramm pro km. Ende 2012 waren es 73 Modelle. Aktuell liegen 35 Modelle sogar unter 120 Gramm CO₂ pro km. Im Durchschnitt weist unsere Flotte in Europa heute einen CO₂-Wert von 138 Gramm pro Kilometer auf. Das entspricht einem durchschnittlichen Verbrauch von 5 Litern Diesel und 6,3 Litern Benzin pro 100 km.

Unsere BMW Kernbaureihen 3er, 5er und 7er sind auch als Vollhybrid-Version erhältlich. Und wir setzen uns neue Ziele: Von 2008 bis 2020 wollen wir die CO₂-Emissionen unserer Fahrzeugflotte um mindestens weitere 25 Prozent senken.

Uns muss keiner treiben. Wir gehen voran.

4. Wir haben unser globales Produktionsnetzwerk ausgebaut.

2007 umfasste es 23 Produktionsstätten in 12 Ländern. Ende 2012 gehörten 29 Standorte in 14 Ländern dazu. Wir wollen auf den Märkten dieser Welt weiter wachsen. Dafür müssen wir rechtzeitig die Kapazitäten bereitstellen.

Das jüngste Beispiel ist unser neues Werk Tiexi. Es ist unser zweites Werk am Standort Shenyang. Seit Mai 2012 produzieren wir dort gemeinsam mit unserem Joint Venture Partner Brilliance BMW 3er Limousinen und den BMW X1 für chinesische Kunden. Bis zu 300.000 Fahrzeuge können wir nun in China pro Jahr produzieren.

Wenn wir einen Standort planen, dann setzen wir neue Maßstäbe. Tiexi ist das modernste Automobilwerk in China und eines der nachhaltigsten der Welt. Darüber hinaus werden wir mit unserem Partner auch ein Motorenwerk errichten.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 12

China ist und bleibt ein wichtiger Wachstumsmarkt. Aber der dortige Automobilmarkt wird bald vergleichbar sein mit den USA – ein starker, aber normaler Markt.

Für die BMW Group gilt:

Wir setzen auf eine ausgewogene Absatzverteilung in den drei großen Weltregionen Europa, Amerika und Asien. So federn wir die Schwankungen einzelner Märkte ab. Das gilt derzeit für die schwache Automobilnachfrage in Südeuropa.

Und: Wir werden weiter in Zukunftsmärkte investieren.

Im letzten Jahr haben wir Brasilien ins Visier genommen. Nun haben wir uns für einen Werksstandort Brasilien entschieden. Wir planen dort eine Kapazität von rund 30.000 Fahrzeugen pro Jahr und schaffen über 1.000 Arbeitsplätze.

5. Fünfter und letzter Punkt der Bilanz 2007 bis 2012:

Wir haben in unsere Mitarbeiter investiert.

Rund 1,2 Milliarden Euro haben wir seit 2007 in die Aus- und Weiterbildung gesteckt. Das ist genauso viel wie wir in unser Technologiepaket Efficient Dynamics investiert haben. Investitionen in Technologien und in Menschen – das eine funktioniert nicht ohne das andere. Wir haben unsere Mitarbeiter fit gemacht für die Mobilität von morgen. Das war auch in den Jahren der Wirtschaftskrise der Fall. Nach wie vor gilt die BMW Group in vielen Umfragen als einer der attraktivsten Arbeitgeber.

Das Fazit:



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 13

Wir haben alle Zwischenziele unserer Strategie für das Jahr 2012 erreicht. Unsere Strategie zahlt sich aus. Sie war der richtige Schritt zur richtigen Zeit.

Ihr Unternehmen, verehrte Aktionäre, ist heute stärker, globaler und zukunftsfähiger als je zuvor.

Dabei haben sich die äußeren Bedingungen in den vergangenen fünf Jahren erheblich verändert. Unsere Strategie hat sich als robuste Leitplanke erwiesen:

- In der Zeit der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 und 2009 hat die BMW Group weiter schwarze Zahlen geschrieben und eine Dividende gezahlt.
- In den Jahren 2010 und 2011 haben wir das Unternehmen auf den Erfolgspfad zurückgeführt – mit dem Rückenwind einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung.
- 2012 haben wir unsere Erfolgsgeschichte in einem anspruchsvollen volatilen Umfeld fortgeschrieben.

Unsere Strategie demonstriert:

- Wir gehen selbstbewusst unseren eigenen Weg.
- Wir sind fähig, Entscheidungen zu treffen – auch gegen den Trend und gegen die Logik des Zeitgeistes.

Unsere Geschichte ist reich an Beispielen:

1. Wir haben gegen den Zeitgeist neue Werke gebaut.

Denken Sie an unser Werk Dingolfing, das wir mitten in der Ölkrise Anfang der 70er Jahre eröffnet haben. Oder denken Sie an Leipzig im Jahr 2005.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 14

Damals zweifelten viele daran, dass man in Deutschland noch wettbewerbsfähig produzieren kann. Heute sind diese Werke wichtige Pfeiler in unserem globalen Produktionsnetzwerk.

2. Wir haben uns sehr früh auf eine ressourcenschonende Produktion konzentriert.

Bereits Anfang der 70er Jahre haben wir den ersten Umweltbeauftragten in der Automobilindustrie etabliert. Seitdem ist nachhaltiges Handeln im Unternehmen fest verankert. 2012 wurde die BMW Group zum achten Mal in Folge als Branchenführer im Dow Jones Sustainability Index gelistet. Warum das so ist, können Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht nachlesen, der heute zur Hauptversammlung erscheint. Er bietet alle Daten und Fakten. Nachhaltigkeit rechnet sich – auch für Sie als Aktionäre.

3. Wir haben das Segment der Sports Activity Vehicles begründet.

Davor gab es keine funktionalen Allradwagen, die so sportlich auf der Straße unterwegs waren. 1999 kam der BMW X5 – eine Premiere. Bis heute haben wir weit über 2,7 Millionen BMW X-Modelle verkauft. Inzwischen machen BMW X-Fahrzeuge knapp ein Drittel unseres Absatzes bei der Marke BMW aus. 2014 erweitern wir unser Angebot in diesem Segment mit dem BMW X4.

All diese Entscheidungen haben uns vorangebracht. Wir gestalten die Zukunft mit unseren eigenen Ideen – aus einer Position der Stärke.

Der nächste große Meilenstein der Strategie: das Jahr 2016. Dann wird BMW 100 Jahre alt. Ein großes Jubiläum. Eine besondere Verpflichtung.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 15

Damit zum dritten und für Sie sicher spannendsten Punkt:

Wie gestalten wir die Mobilität der Zukunft?

Wie sichern wir den langfristigen Erfolg der BMW Group?

Im Geschäftsjahr 2013 wollen wir unseren Erfolgskurs fortsetzen.

- Beim Absatz auf Group-Ebene streben wir einen neuen Bestwert an.
- Das Konzernergebnis vor Steuern soll in der Größenordnung des Vorjahres liegen.

Das wollen wir schaffen, obwohl unser Umfeld immer ungewisser und volatil wird. Dazu zählen

- die hohe Verschuldung der öffentlichen Haushalte;
- die anhaltende Rezession in der EU;
- der Abschwung des Wachstums in China;
- die heterogene Entwicklung der Automobilmärkte;
- die politischen und wirtschaftlichen Instabilitäten in einigen Regionen der Welt.

All das trifft uns in unserem täglichen Geschäft.

Wir halten dagegen – mit einer jungen, attraktiven Produktpalette.

In diesem Jahr bieten wir unseren Kunden neue Modelle bei allen drei Automobilmarken sowie bei BMW Motorrad.

- Völlig neu bei BMW sind der 3er Gran Turismo und das M6 Gran Coupé, das hier vor der Bühne steht.
- Erneuert werden der BMW Z4 und die erfolgreiche BMW 5er Reihe.
- Bei MINI führen wir den Paceman ein.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 16

- Bei Rolls-Royce kommt mit dem Wraith der dynamischste und kraftvollste Rolls-Royce, den es je gegeben hat.
- Erstmals wird es bei BMW einen BMW 4er geben. Das BMW 4er Concept Coupé haben wir auf der Messe in Detroit gezeigt. Die Resonanz der Medien war ausgesprochen positiv.

Unser Motorrad-Geschäft richten wir neu aus. Das Portfolio der Marke BMW Motorrad wird gezielt erweitert. Wir steigen ein in neue Geschäftsfelder mit Wachstumspotenzial.

- Im Kerngeschäft wird BMW Motorrad das Angebot mit einem Hubraum von 650 bis 1600 Kubikzentimetern erweitern.
- Die neuen Maxiscooter C 650 GT und C 600 SPORT sind speziell für urbane Mobilitätsbedürfnisse konzipiert.
- Ab 2014 bieten wir auch elektrisch betriebene Premium-Zweiräder wie den Elektro-Scooter C evolution an.

Mit diesen Automobilen und Motorrädern bringen wir unsere Innovationskraft auf die Straße. All das ist für uns Evolution – die innovative Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells.

Aber 2013 ist für uns vor allem auch Revolution. Wir starten die Serienproduktion von Elektrofahrzeugen.

Auf der Hauptversammlung im vergangenen Jahr haben wir Ihnen hier das Konzeptfahrzeug des BMW i8 gezeigt. Ein Plug-In-Hybrid. Ein echter Sportwagen mit dem Verbrauch eines Kleinwagens. Heute zeigen wir Ihnen das Konzeptfahrzeug des rein elektrischen BMW i3.

Wir glauben an die Elektromobilität. Und wir bringen sie auf die Straße.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 17

Ingenieurskunst und Innovationskraft – dafür wird Deutschland in der ganzen Welt geachtet und bewundert.

Aber: „German Angst“ ist dem Ausland auch vertraut. „German Angst“: Wenn es darum geht, grundlegende Veränderungen einzuleiten – dann wird hierzulande erst einmal lang und ängstlich diskutiert. Dann sehen wir Deutsche mehr Probleme als Chancen. Bei der Elektromobilität ist das nicht anders.

Wer sich an die Spitze von Veränderungen setzt, geht ein Risiko ein.

Fortschritt muss erdacht, erarbeitet und bezahlt werden. Eine Erfolgsgarantie gibt es nicht – auch nicht auf dem Weg zur nachhaltigen Mobilität.

Meine Damen und Herren,

die Zukunft gehört denen, die zupacken und etwas wagen.

Die Notwendigkeit, neue Wege zu gehen, lässt sich nicht aussitzen – gerade, wenn das Umfeld sich ändert. Wer zu spät kommt, den bestraft der Markt.

Veränderung gestalten bedeutet auch: Widerstände überwinden.

Machiavelli wusste schon vor 500 Jahren: „Wer Neues schaffen will, hat alle zu Feinden, die aus dem Alten Nutzen ziehen. Und er hat nur lasche Verteidiger an all denen, die von der neuen Ordnung Vorteile hätten.“ So Machiavelli. Anders und deutlich gesagt: Man steht allein auf weiter Flur.

Die Kunden warten auf ein überzeugendes Angebot. Wir bieten es Ihnen.
Wir werden erfolgreich sein. Dafür stehen sieben Gründe.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 18

Erster Grund:

Unsere BMW i Modelle sind hoch emotional. Die Kunden entscheiden sich dann für ein Elektroauto, wenn es sie genauso begeistert wie ein herkömmliches Fahrzeug. Ich selbst habe den BMW i3 und i8 mehrfach getestet. Stufenlos zur Höchstgeschwindigkeit beschleunigen – das ist „Freude am Fahren“ pur. Der i3 und der i8 passen perfekt zur Marke. Sie sind echte BMWs.

Zweiter Grund:

Wir gehen die Mobilität der Zukunft ganzheitlich an. Mehr noch: Als Ingenieur verspreche ich Ihnen: Wir revolutionieren den Automobilbau.

- Die Fahrzeug-Architektur des BMW i3 ist einzigartig: mit einem Life-Modul und einem Drive-Modul.
- Die Materialien sind einzigartig: mit einer Fahrgastzelle aus Karbonfaser und einem Drive-Modul aus Aluminium.
- Die Fertigungsverfahren sind einzigartig: Wo früher vor allem geschweißt, geschraubt und gelötet wurde, kommen jetzt High-Tech-Kleber zur Anwendung.
- Die Produktionszeiten sind einzigartig: Es kommen weniger Bauteile zum Einsatz. Die Module werden parallel gefertigt. So dauert die Produktion des BMW i3 nur halb so lange wie die eines ähnlich großen Fahrzeugs aus unserem Portfolio.

Auch die Mitarbeiter profitieren. Ihre Arbeit wird deutlich erleichtert.

- Die Arbeitsplätze sind ergonomischer.
- Die Montage ist leiser.
- Die Produktionshallen werden mit natürlichem Licht gespeist.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 19

All das hat es in dieser Form noch nicht gegeben.

Dritter Grund:

Wir haben die Bedürfnisse der Kunden global im Blick. Den Autofahrern in Shanghai oder Kalifornien ist es weitgehend egal, was uns zwischen Flensburg und Garmisch bewegt. Sie haben andere Mobilitätsbedürfnisse im Alltag. Sie brauchen andere Lösungen.

Wer allein den deutschen Markt zum Gradmesser für den Erfolg von Elektromobilität macht, der springt zu kurz. Warum begrenzen Megacities schon heute den konventionellen Individualverkehr?

In Peking und Shanghai zum Beispiel werden Nummernschilder im Losverfahren vergeben. Es gibt deutlich mehr Bewerber als Kennzeichen. Elektrofahrzeuge jedoch sind vom Vergabe-Verfahren und der Gebühr ausgenommen. Diese lokalen oder auch nationalen Entscheidungen werden die Nachfrage nach Elektrofahrzeugen und anderen Antrieben beschleunigen.

Kunden aus aller Welt haben unseren elektrischen MINI E und BMW ActiveE getestet. Sie haben mehr als 20 Millionen Kilometer zurückgelegt.

Ihre Erfahrung zeigt:

- 150 km Reichweite sind für die überwiegende Mehrheit der Fahrer völlig ausreichend. Außerdem kann ein Range-Extender die Reichweite auf bis zu 300 km erhöhen.
- Die tägliche Fahrstrecke beträgt im weltweiten Durchschnitt 64 km. Über 22 Stunden am Tag wird das Auto nicht genutzt. Zeit genug, um die Batterie zu laden.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 20

Vierter Grund:

Zahlreiche Kunden haben bei uns bereits ihr Kaufinteresse am BMW i3 bekundet. Dabei kennen sie weder das Serienmodell noch die Technik. Die Kunden vertrauen unserer Kompetenz und unserer Innovationskraft. Sie vertrauen darauf, dass wir „Freude am Fahren“ auch beim elektrischen Fahren verwirklichen.

Fünfter Grund:

Wir erhalten viel Zuspruch von Medien und Analysten.

2013 hatte noch nicht begonnen, da stand für den SPIEGEL bereits fest: „Das Auto des Jahres ist der BMW i3.“ Und die Auto-BILD hat geschrieben – ich zitiere: „Dieses Auto ist eine Revolution. Der i3 macht alles anders und vieles besser.“ Zitat Ende. Probieren Sie es selbst einmal aus: Googlen Sie BMW i, meine Damen und Herren. Und Sie werden sehen, welchem Unternehmen man zutraut, die Mobilität von morgen zu gestalten.

Sechster Grund:

Unsere Mobilitätsdienstleistungen treffen den Nerv der Zeit.

In Deutschland und den USA nutzen rund 110.000 Kunden unser Car Sharing Angebot Drive Now. Und jeden Tag kommen neue dazu. Immer mehr Menschen nutzen auch unsere praktischen Apps wie „ParkNow“, „Park at my House“ oder „My City Way“. Sie erleichtern eben die Mobilität in Großstädten. Damit erreichen wir vor allem jüngere Zielgruppen.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 21

Siebter Grund:

Wenn es um die Zukunft der Mobilität geht, hat BMW meist das richtige Gespür.
Wir legen vor, andere ziehen nach.

- Wir setzen auf Nachhaltigkeit. Andere folgen.
- Wir setzen auf Karbon. Andere folgen.
- Wir setzen auf den Drei-Zylinder im Premiumsegment. Andere folgen.

Wagemut und Pioniergeist haben die BMW Group zu dem gemacht, was sie heute ist: Der weltweit führende Hersteller von Premium-Automobilen.

BMW i entscheidet nicht allein über den Erfolg von morgen. Fakt ist:
Wir brauchen beides: Evolution und Revolution. Weiterentwicklung und Umbruch.

In Leipzig laufen zurzeit die Vorserien-Fahrzeuge des BMW i3 vom Band.
Falls jetzt noch jemand zweifelt – dies ist ein klares Signal: Der i3 kommt definitiv auf den Markt. Und wir werden damit Geld verdienen.

655 Millionen Euro haben wir in die Standorte der CFK Produktionskette und unser Kompetenznetzwerk E-Mobilität in Leipzig, Dingolfing und Landshut investiert. Die Vorleistungen für Entwicklung und Produktion des BMW i3 haben wir bereits verkraftet.

BMW i wird dazu beitragen, unser Versprechen einzulösen: Mittelfristig eine EBIT-Marge im Segment Automobile im Korridor von 8 bis 10 Prozent zu erreichen.

Elektromobilität ist für uns eine langfristige unternehmerische Entscheidung.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 22

Für uns ist das Automobil eben kein Auslaufmodell, sondern ein Produkt mit Zukunft.

Aber – und das ist kein Geheimnis: Elektrofahrzeuge leisten einen Beitrag, um die gesetzlichen CO₂-Vorgaben weltweit zu erfüllen.

In Europa fordert die Politik für 2020 einen Flottenwert von 95 Gramm CO₂ pro Kilometer. Dieses Ziel erfordert Milliarden Investitionen, vor allem von den deutschen Automobilherstellern. Dieses Ziel ist ohne alternative Antriebe nicht erreichbar.

Wir brauchen von der Politik verlässliche Rahmenbedingungen. Bisher war 2020 anvisiert. Jetzt kommt das Europaparlament schon wieder mit neuen Forderungen: 68 bis 78 Gramm CO₂ pro Kilometer für das Jahr 2025.

Meine Damen und Herren,

das ist politisches Wunschkonzert. Das hat mit technischer Analyse oder Machbarkeit nichts – aber auch gar nichts – zu tun. Nochmals: Unternehmen brauchen verlässliche Rahmenbedingungen und Planungssicherheit. Das fordern wir von der Politik ein. Auch das ist politische Verantwortung.

Irgendwann, meine Damen und Herren, überdreht die Politik die Schraube.

Die EU muss wissen, was sie will: Sie fordert alternative Antriebe. Im Gegenzug rechnet sie diese den Herstellern aber nur mit einem Faktor von 1,5 an. In China gilt Faktor 5. In den USA Faktor 2. Verkehrte Welt.

Für den Industriestandort Deutschland und Europa ist das nicht nachvollziehbar. Es ist übrigens kontraproduktiv.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 23

Europa befindet sich derzeit nicht in einer Position der Stärke, um sich eine solche Abkopplung von unseren Wettbewerbern leisten zu können.

Damit wir uns nicht falsch verstehen: Zur europäischen Idee und zur wirtschaftlichen Zusammenarbeit in Europa mit dem Euro als Gemeinschaftswährung gibt es aus meiner Sicht und aus Sicht der BMW Group keine Alternative.

- Wir stehen zu Europa. Denn es stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.
- Wir brauchen Europa. Denn es ist unser größter Absatzmarkt.
- Wir tun etwas für Europa. Denn wir produzieren hier an 15 Standorten in drei Ländern. Rund 70 Prozent unserer Automobile laufen in der EU vom Band.

Europa steht für einen offenen Markt. Und auch die BMW Group steht als global agierendes Unternehmen für offene Märkte und einen weltweiten fairen Wettbewerb der Technologien.

Bundeskanzlerin Merkel fordert schon lange einen Wirtschafts- und Handelspakt zwischen der EU und den USA. US-Präsident Obama hat den Ball aufgenommen. Die BMW Group unterstützt Bemühungen zu einem solchen Pakt. Wir müssen Zölle abbauen und Handelshemmnisse beseitigen. Jedes Jahr zahlen wir einen dreistelligen Millionenbetrag an Zöllen in beide Richtungen.

Ein freier Handel zwischen den USA und der EU bringt Vorteile für alle Konsumenten, Unternehmen und die beiden Weltregionen.

Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 24

Meine Damen und Herren,

die BMW Group will den Kunden auch weiterhin das gesamte Spektrum der Mobilität bieten – von kleinen, besonders effizienten bis hin zu großen, leistungsstarken Fahrzeugen.

Dafür stehen unsere Marken:

- MINI im Premiumkleinwagen-Segment;
- BMW als unsere Kernmarke;
- Rolls-Royce in der absoluten Luxusklasse.

Allein bei BMW umfasst die Spanne:

- besonders nachhaltige Fahrzeuge der BMW i Familie;
- verbrauchoptimierte und innovative BMW Modelle;
- sowie effiziente Hochleistungs-Automobile von BMW M.

Und die Vielfalt wird weiter steigen – mit der neuen BMW EfficientDynamics Motorenfamilie inklusive Dreizylinder-Motor sowie einigen BMW Modellen, die wir künftig mit Frontantrieb anbieten.

Bei den alternativen Antrieben lautet unser Ansatz: Der richtige Antrieb für die richtige Distanz.

- Für das urbane Umfeld gibt es ab Ende des Jahres den elektrischen BMW i3.
- Für etwas längere Distanzen setzen wir auf Plug-In-Hybride wie den BMW i8.
- Bei langen Strecken denken wir auch an die Brennstoffzelle. Sie bietet langfristig die Chance auf große emissionsfreie Reichweiten.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 25

Dabei arbeiten wir – wie Sie wissen – mit der Toyota Motor Corporation zusammen. Eine Kooperation auf Augenhöhe. Beide Unternehmen sind weltweit erfolgreich. Beide sind Innovationsführer. Beide sind die nachhaltigsten Hersteller in ihrem Segment.

Jetzt bündeln wir unsere Kompetenzen, um Zukunftstechnologien schneller und günstiger zur Serienreife zu bringen. BMW und Toyota – wir teilen die gleiche strategische Vision, wie nachhaltige Mobilität von morgen aussehen kann.

Meine Damen und Herren,

BMW bleibt immer auch eine sportliche Marke. Dafür steht in besonderer Weise der Buchstabe M. Die BMW M GmbH hat zu ihrem 40-jährigen Bestehen 2012 einen neuen Absatzrekord erreicht. Über 26.000 verkaufte M Modelle – damit liegen wir klar vor unseren Wettbewerbern.

Doch damit nicht genug: Ein BMW M3 hat 2012 die Deutsche Tourenwagen Masters gewonnen. 20 Jahre waren wir nicht dabei. Und dann gewinnen wir auf Anhieb alle drei Wertungen – die Fahrer-, die Team- und die Hersteller-Wertung.

Es liegt auf der Hand, meine Damen und Herren:

- Wettbewerb spornt an.
- Fokussierung zahlt sich aus.
- Wer mutig ist, wird belohnt.

Doch wir wären nicht BMW, wenn wir es dabei belassen würden. Am 5. Mai ist die DTM in die neue Saison gestartet. Erneut standen zwei BMW ganz oben auf dem Podest. Doppelsieg im ersten Rennen – das nenne ich einen Auftakt nach Maß.



Presse-Information

Datum 14. Mai 2013

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, 93. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 26

Meine Damen und Herren,
verehrte Aktionäre,

was für die DTM gilt, das gilt auch für unser Unternehmen. Die BMW Group steht für Erfolg. Das haben wir uns gemeinsam erarbeitet. Für uns ist das Ansporn und Verpflichtung. Wir wollen die Besten sein, egal was wir anpacken.

Sich auf höchstem Niveau weiter verbessern – das ist Premium.

- Darum setzen wir weiter auf unsere Strategie Number ONE.
- Darum entwickeln wir innovative und emotionale Produkte.
- Darum treffen wir mutige, antizyklische Entscheidungen.

Die Zukunft gehört denen, die etwas wagen. Die Revolution in unserer Branche – wir starten sie in diesem Jahr. BMW i gibt der Mobilität von morgen ein Gesicht.

- Seien Sie dabei.
- Halten Sie zu uns.
- Begleiten Sie uns auf unserem Weg – dem BMW Weg!

Aus Ihrem Vertrauen schöpfen wir Mut und Stärke.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.