

Presse-Information
15. Mai 2014

- Es gilt das gesprochene Wort -

**Bericht Dr. Norbert Reithofer
Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
München, Olympiahalle, 15. Mai 2014**

Meine Damen und Herren,

diese Bilder zeigen die Stärke und die Vielfalt der BMW Group. Seit 98 Jahren behauptet sich BMW am Markt. Eine einzigartige Geschichte. Sie hat uns geprägt. Sie hat uns zu dem gemacht, was wir heute sind. Ein anerkanntes, globales Unternehmen.

Seit 98 Jahren gestalten wir den Fortschritt. Wir begeistern unsere Kunden und gehen unseren eigenen Weg. Darauf sind wir stolz. Wir bauen auf Erfahrung. Aber unsere Perspektive ist die Zukunft.

98 Jahre BMW – das ist Ausdauer, Auseinandersetzung, Hartnäckigkeit. Wir haben uns immer wieder Herausforderungen gestellt, haben Umbrüche gemeistert. Wir tun, was wir sagen. Wir halten, was wir versprechen. Das macht uns glaubwürdig. Damit gewinnen wir Menschen: die Kunden, die Investoren, unsere Mitarbeiter.

Bewegung ist unser Leben. Der Schlüssel dafür liegt in unserer innovativen Kraft. Sie differenziert uns vom Wettbewerb. Wir schaffen Mehrwert. Mehrwert – für unsere Kunden, für die Gesellschaft und für Sie, verehrte Aktionäre.

Wir wollen Vorreiter sein – bei allem, was wir tun.



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 2

Das alles macht die BMW Group aus – Ihr Unternehmen. Darum glauben Sie an uns. Darum vertrauen Sie auf unsere Leistung. Darum denken Sie langfristig – genau wie wir. Und darum, verehrte Aktionäre, investieren Sie in uns.

Klar ist aber auch: Die Welt – unsere Welt – verändert sich. Alles wird komplexer und globaler. Unser Leben wird schneller, mobiler, vernetzter. Permanenter Wandel ist die neue Konstante. Wir alle leben – auch wir als Unternehmen – mit Risiken. Mit politischen und wirtschaftlichen Herausforderungen:

- Die Verschuldung der Staatshaushalte.
- Die Schwäche der Märkte im Süden Europas.
- Der drohende Abschwung in einigen Schwellenländern.
- Die aktuellen politischen Konflikte.

Meine Damen und Herren,

Frieden und Freiheit – das sind die Grundlagen für unseren Wohlstand. Das sind die Voraussetzungen für Wirtschaft und Handel in unserer globalisierten Welt. Wir als Unternehmen haben gelernt, uns auf Konjunkturbewegungen einzustellen. Auf Währungsturbulenzen und wirtschaftliche Krisen.

Wir stellen uns auch dem rasanten technologischen Fortschritt. Wir stellen uns den Konsequenzen der digitalen Revolution. Wir stellen uns ein auf Energiewende und Klimapolitik. Doch bei politischen Konflikten sind wir auf andere angewiesen. Auf das Geschick der politischen Führung. Auf die Fähigkeit der Diplomatie.



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 3

Meine Damen und Herren,

die Welt verändert sich. Permanenter Wandel ist die neue Konstante.

Uns Unternehmen muss klar sein: Wer gestern noch Trends setzte, kann schon morgen vom Markt verschwinden. Gerade darum setzen wir auf Glaubwürdigkeit. Darum halten wir, was wir versprechen.

Erfolgreiche Unternehmen verfügen über bestimmte Grundeigenschaften:

- Sie geben sich mit dem Erreichten nicht zufrieden.
- Sie erneuern sich aus eigenem Antrieb heraus.
- Sie haben den Mut, neue Ideen umzusetzen.

Dafür stehe ich persönlich – mit dem gesamten Vorstand. Dafür stehen aktuell 111.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Uns alle verbindet eine gemeinsame Motivation: die Leidenschaft für Freude am Fahren.

Gemeinsam gestalten wir die Mobilität von heute und morgen. Weil es unser Beruf ist – und eben auch unsere Berufung. In diesem Sinne, meine Damen und Herren, begrüße ich Sie alle hier in der Olympiahalle. Mein Gruß geht ebenso an alle Investoren und Zuschauer, die über das Internet zugeschaltet sind.

Ihnen allen:

Herzlich willkommen zur 94. ordentlichen Hauptversammlung der BMW AG!



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 4

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

überall auf der Welt kennt man unsere Marken. Mit ihrem BMW, MINI oder Rolls-Royce erfüllen sich viele Menschen einen Traum. Mit ihrem Traum machen sie uns zur Nummer Eins.

Kein anderer Premiumhersteller verkauft weltweit mehr Automobile als die BMW Group. Ihr Unternehmen steht an der Spitze des Premiumsegments – seit nunmehr zehn Jahren. Auf diese Leistung sind wir stolz. Und darauf können auch Sie, unsere Aktionäre, stolz sein.

Wer an der Spitze steht – für den gibt es nur eine Option: an der Spitze zu bleiben. Das ist unser Ziel. Unternehmerischer Erfolg ist für uns mehr als gute Kennzahlen. Mehr als Profit. Als führendes Unternehmen übernehmen wir Verantwortung: Für unser Handeln. Für unsere Mitarbeiter. Für die Gesellschaft.

Wir sind erfolgreich. Und wir wollen erfolgreich bleiben. Dafür tun wir etwas. Wir schauen mit Zuversicht in die Zukunft.

Das sind heute meine Themen:

- Der Rückblick auf 2013.
- Der Ausblick auf 2014.
- Die Perspektive für den langfristigen Erfolg der BMW Group.



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 5

Meine Damen und Herren,

in der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise haben wir schwarze Zahlen geschrieben. Wir haben Ihnen eine Dividende gezahlt. Danach folgten vier Rekordjahre für die BMW Group. 2013 war das bisher erfolgreichste Jahr in unserer Geschichte. Mehr Kunden als je zuvor haben sich für ein Automobil oder Motorrad aus unserem Hause entschieden.

Hier die Verkaufszahlen im Überblick:

- BMW Group: 1,96 Millionen Fahrzeuge.
- Marke BMW: 1,66 Millionen Fahrzeuge.
- Marke MINI: Über 305.000 Fahrzeuge.
- Marke Rolls-Royce: Exakt 3.630 Fahrzeuge.
- BMW Motorrad: Über 115.200 Motorräder.

Jeder einzelne dieser Werte ist ein neuer Bestwert.

Wir kämpfen um jeden Kunden. Wir stellen die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden in den Mittelpunkt. Dabei bieten wir ihnen das gesamte Spektrum der Premium-Mobilität – vom Kleinwagen bis zur absoluten Luxusklasse sowie besonders nachhaltige Fahrzeuge von BMW i.

Unsere Produkte begeistern. Sie bilden das Fundament für die Finanzkennzahlen des Konzerns im Jahr 2013. Auch hier die wichtigsten auf einen Blick:

- Umsatz: 76,1 Milliarden Euro.
- Ergebnis vor Steuern: 7,9 Milliarden Euro. Damit liegt es – so wie von uns angekündigt – auf dem Niveau des Jahres 2012.



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 6

- Jahresüberschuss: 5,3 Milliarden Euro. Das ist der höchste Überschuss in unserer Geschichte.
- EBIT-Marge im Segment Automobile: 9,4 Prozent. Sie befindet sich damit am oberen Rand des von uns angestrebten Profitabilitätskorridors von 8 bis 10 Prozent.
- Unser Segment Finanzdienstleistungen hat mit einem Ergebnis von über 1,6 Milliarden Euro signifikant zum Gesamterfolg beigetragen.
- Unser Segment Motorrad hat mit 76 Millionen Euro ebenfalls seinen Beitrag zum Ergebnis geleistet.

Diese Zahlen sprechen eine klare Sprache. Wir haben unsere Ziele im Jahr 2013 erreicht. Wir halten, was wir versprechen.

Erfolg entsteht durch Mut und harte Arbeit. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben 2013 viel geleistet. Sie haben das Unternehmen vorangebracht. Unsere Mitarbeiter verdienen ein Zeichen besonderer Wertschätzung. Darum rufe ich ihnen von hier aus der Olympiahalle – in Anwesenheit unserer Aktionäre – noch einmal zu: Danke für den engagierten Einsatz im Jahr 2013!

Erfolg zahlt sich aus bei der BMW Group. Unsere Mitarbeiter profitieren vom Erfolg des Unternehmens. Das ist und bleibt Teil unserer Kultur. Das gilt für alle Hierarchiestufen. Und das ist auch in Ihrem Sinne, verehrte Aktionäre.

Für 2013 erhalten alle festangestellten Mitarbeiter am Standort Deutschland eine Erfolgsbeteiligung. Es ist die höchste, die wir je gezahlt haben. Das haben sich unsere Mitarbeiter verdient. Fairness und soziale Gerechtigkeit gehören für mich zur Glaubwürdigkeit.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen unseren Erfolg erst möglich.



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 7

- Wir bilden junge Menschen aus.
- Wir investieren in unsere Mitarbeiter.
- Wir stellen neue Mitarbeiter ein.

Mit Beginn des Ausbildungsjahres 2013 sind 1.363 Jugendliche in ihr Berufsleben bei der BMW Group gestartet. Insgesamt bieten wir über 4.400 jungen Menschen einen qualifizierten Ausbildungsplatz. Wir sichern damit unsere eigene Zukunft. Zugleich nehmen wir unsere Verantwortung gegenüber künftigen Generationen wahr.

Junge Menschen sind unsere Zukunft – in der Gesellschaft und natürlich auch bei der BMW Group.

Die Welt ist im Wandel. Wir müssen das Wissen unserer Mitarbeiter immer auf dem neuesten Stand halten. Darum haben wir seit 2007 fast 1,5 Milliarden Euro in die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter investiert. Das ist genauso viel wie in unser Technologiepaket Efficient Dynamics. Mensch und Technik sind bei uns auf Augenhöhe. Eine gut ausgebildete Belegschaft sichert auf lange Sicht unsere Innovationskraft im globalen Wettbewerb. Wir qualifizieren unsere Mitarbeiter vor allem in Zukunftstechnologien: Leichtbau, Elektromobilität, Mobilitätsdienstleistungen. Damit zeigen wir unsere Verantwortung für die Gesellschaft.

Für die Zukunft brauchen wir die richtigen Qualifikationen im Unternehmen. Deshalb stellen wir gezielt neue Mitarbeiter ein. 7.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben wir im Jahr 2013 eingestellt. Allein 4.500 waren es hier in Deutschland. Darunter sind auch 1.700 bisherige Zeitarbeitskräfte, die wir fest und unbefristet eingestellt haben. Wir nehmen unsere Verantwortung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wahr – an all unseren Standorten weltweit.



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 8

Menschen mit über 90 Nationalitäten arbeiten für die BMW Group. Vielfalt macht uns stark. Wir halten zusammen. Wir handeln gemeinsam. Das macht die BMW Group aus. Das ist in Ihrem Sinne, meine Damen und Herren.

Sie, die Aktionäre, achten besonders auf zwei Dinge: die Dividende und den Aktienkurs. Im Mai 2007 stand ich das erste Mal hier vor Ihnen. Ich hatte Ihnen versprochen: Wir arbeiten intensiv an beiden Punkten – am Aktienkurs und der Dividende. Wir wollen Sie, die Aktionäre, angemessen an unserem Erfolg beteiligen. Das ist Ihr Recht als Eigentümer dieses Unternehmens. Zu dieser Aussage stehe ich. Damals und heute.

Für das Geschäftsjahr 2013 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen vor, den Bilanzgewinn der BMW AG zur Ausschüttung einer Dividende zu verwenden. Das sind 2,60 Euro je Stammaktie. 2,62 Euro je Vorzugsaktie. Das ist die höchste Dividende, die wir je gezahlt haben. Die Dividendensumme beträgt 1,71 Milliarden Euro. Insgesamt gehen 32 Prozent des Jahresüberschusses an Sie als Aktionäre. Ihre Dividenden-Rendite liegt bei etwa 3,1 Prozent. Aktionäre von Vorzugsaktien erzielen eine Rendite von rund 4,1 Prozent.

Nach dem starken Anstieg im Jahr 2012 haben die BMW Stämme im Jahr 2013 um weitere 16,9 Prozent zugelegt. Zudem erreichte die BMW Stammaktie am 23. April 2014 mit 94,39 Euro ein neues Allzeithoch. Im Zehn-Jahres-Rückblick hat die BMW Aktie 146 Prozent gewonnen. Im Zwanzig-Jahres-Rückblick ist sie um 554 Prozent gestiegen. Das entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate unseres Aktienkurses von 9,8 Prozent. Diese Entwicklung folgt unserem Grundsatz: Vorausschauend denken. Langfristig handeln. Profitabel wachsen.

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 9

Damit zum zweiten Schwerpunkt: Ausblick auf 2014.

Wir setzen unseren Erfolgskurs im Geschäftsjahr 2014 fort.

Im Herbst 2007 haben wir unsere Strategie auf den Weg gebracht: Number ONE. Damit ist klar definiert, was unser Anspruch ist. Als Etappenziel wollten wir im Jahr 2016 über zwei Millionen Fahrzeuge verkaufen. Das schaffen wir nun bereits in diesem Jahr.

Unsere Ziele für das Geschäftsjahr 2014 lauten:

1. Beim Absatz streben wir einen neuen Rekord von über zwei Millionen Automobilen an.
2. Auch beim Konzernergebnis vor Steuern streben wir einen neuen Bestwert an, der deutlich über dem Wert des Vorjahres liegt.
3. Bei der EBIT-Marge im Segment Automobile wollen wir uns weiterhin im Zielkorridor von 8 bis 10 Prozent bewegen. Das verstehen wir unter Premium.

Diese Ziele unterstreichen unser Selbstbewusstsein und unsere Zuversicht.

Das erste Quartal liegt hinter uns. Ein starkes Quartal – mit neuen Bestwerten bei Absatz und Ergebnis.

- Von Januar bis März haben wir über 487.000 Fahrzeuge verkauft. Das ist mehr als je zuvor in einem ersten Quartal.
- BMW, Rolls-Royce und BMW Motorrad erzielten jeweils neue Bestwerte in einem ersten Quartal. Die BMW 3er, 5er und 6er Reihe sowie der BMW X5 sind Marktführer in ihrem jeweiligen Segment.

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 10

- Das Konzernergebnis vor Steuern lag bei über 2,1 Milliarden Euro. Auch das ist ein neuer Höchstwert in einem ersten Quartal.
- Die EBIT-Marge im Segment Automobile befindet sich in der oberen Hälfte unseres angestrebten Profitabilitätskorridors von 8 bis 10 Prozent.

Die BMW Group wächst in neue Dimensionen.

Im vergangenen Jahr haben wir viel investiert. Unsere Investitionen lagen bei rund 6,7 Milliarden Euro. Die Investitionsquote betrug 8,8 Prozent vom Umsatz. Sie liegt damit über unserem Zielwert von unter 7 Prozent. 2014 werden wir weiter investieren. Gleichzeitig wachsen wir als Unternehmen. Entsprechend wird die Investitionsquote sinken. Wir bewegen uns wieder in Richtung unseres Zielwerts von unter 7 Prozent vom Umsatz. Bis 2016 bleibt das unsere Richtschnur.

Investitionen bedeuten Zukunft. Unser wirtschaftlicher Erfolg, unsere Innovationskraft und unsere finanzielle Stärke geben uns dazu den nötigen Handlungsspielraum.

Der Blick auf die weltweiten Märkte zeigt: 2014 wird ein Jahr der Wachstumschancen für die Automobilindustrie. Die Nachfrage steigt. Das gilt für wichtige Regionen wie Nordamerika und Asien. Das Nachfragetief in Europa scheint überwunden. Europa ist aktuell der größte Markt für unser Unternehmen. Es ist die Heimat unserer drei Marken. Hier verkaufen wir 44 Prozent unserer Fahrzeuge.

Unser Umfeld bleibt volatil und ungewiss. Darum setzen wir auf eine langfristige Strategie. Sie bleibt die Leitplanke für unser Handeln bis 2020. Aber natürlich denken wir bereits heute darüber hinaus:

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 11

- Wir wissen, was der Kunde von einem führenden Mobilitätsunternehmen erwartet.
- Wir setzen die technologischen Trends.
- Wir entwickeln unsere Marken zeitgemäß weiter.
- Wir beherrschen die Komplexität – unsere Wachstumspläne und die vielschichtigen Anforderungen unter einem Dach zusammenzuführen.
- Und nicht zuletzt: Wir wissen, wie unser Unternehmen in der Zukunft aussehen soll.

Herausforderungen sind immer Chancen. Efficient Dynamics: Mehr Dynamik und weniger CO₂. Was als Vision begann, ist längst Realität. Aktuell emittieren 39 Modelle der BMW Group weniger als 120 Gramm CO₂ pro km.

Wir setzen uns neue Ziele.

- Bei unseren Fahrzeugen wollen wir bis 2020 den CO₂-Ausstoß in der EU im Vergleich zu 1995 um mindestens 50 Prozent verringern.
- In der Produktion wollen wir bis 2020 den Ressourcenverbrauch pro Fahrzeug gegenüber 2006 um 45 Prozent senken. Eine CO₂-freie Fahrzeugproduktion – auch diese Vision wollen wir eines Tages verwirklichen.

Meine Damen und Herren,

im Mittelpunkt unseres Handelns steht der Kunde. Darauf können sich unsere Kunden 2014 freuen:

- Unsere BMW X Modelle sind begehrtter denn je. Alles begann 1999 mit einem einzigen Modell – dem BMW X5. Seitdem haben wir mehr als 3,3 Millionen X Fahrzeuge verkauft. Die Erfolgsgeschichte geht weiter:

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 12

Seit März 2014 ist die Modellüberarbeitung des BMW X1 verfügbar. Im Mai folgt die Modellüberarbeitung des BMW X3. Im Juli kommt ein neues Modell hinzu – der BMW X4. Für die Zukunft haben wir ein weiteres neues Modell angekündigt – den BMW X7. Die Kunden weltweit haben unterschiedliche Bedürfnisse. Vor allem in den USA haben mich Kunden immer wieder nach einem Fahrzeug oberhalb des X5 gefragt. Wir erfüllen die Wünsche der Kunden. Als Plug-in Hybride werden die X Modelle noch effizienter. Das BMW Concept X5 eDrive haben wir bereits vorgestellt. In den nächsten Jahren führen wir den Hybridantrieb in nahezu allen BMW Baureihen ein.

- Auch die neue BMW 4er Reihe kommt bei den Kunden gut an. Seit März ist das neue BMW 4er Cabrio verfügbar. Wer es noch sportlicher mag, dem steht ab September die M Variante des 4er Cabrios zur Verfügung. Im Juni folgt nach Coupé und Cabrio das dritte Modell der neuen 4er Reihe: das Gran Coupé.
- Zwei weitere neue M Modelle sind die BMW M3 Limousine und das BMW M4 Coupé. Beide sind ab Juni erhältlich.
- Das neue BMW 2er Coupé ist bereits seit März im Handel.
- Hier vorne steht der BMW 2er Active Tourer. Er ist das erste BMW Modell mit Frontantrieb. Der Active Tourer ist besonders praktisch und funktional. Er bietet Platz für die ganze Familie oder auch für große Sportgeräte. Dafür ist der Frontantrieb am besten. Übrigens: Den BMW 2er Active Tourer wird es auch als Dreizylinder geben. Wir zielen auf neue Kunden. Noch in diesem Jahr ist er verfügbar. Entscheidend ist: Der Active Tourer steht – so wie jedes BMW Modell – für Freude am Fahren.
- Bei MINI ist die neue Generation auf dem Markt. MINI ist und bleibt britisch. Auch wenn er ab der zweiten Jahreshälfte zusätzlich auch in den Niederlanden gefertigt wird – bei unserem Vertragspartner VDL Nedcar.

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 13

- Der Rolls-Royce Ghost Series II wird ab Herbst ausgeliefert. Rolls-Royce hat sein Erfolgsmodell behutsam erneuert. Das ist ganz im Sinne der anspruchsvollen Klientel der Marke.
- BMW Motorrad hat 2013 sein 90-jähriges Bestehen gefeiert. Nicht jeder weiß es: Das erste Fahrzeug von BMW im Jahr 1923 war kein Auto, sondern ein Motorrad. Bis heute haben wir mehr als 2,8 Millionen BMW Motorräder verkauft. BMW Motorrad wächst – in einem rückläufigen Markt. In diesem Jahr starten fünf neue Modelle. Die R nineT zum Beispiel ist erst seit März auf dem Markt. Schon jetzt ist dieses Modell im Retrostil der „Aufreger des Jahres“. Das Handelsblatt hat sie „Die schönste BMW seit 40 Jahren“ genannt. Darüber hinaus schlagen wir ein neues Motorradkapitel in der urbanen Mobilität auf. BMW Motorradkunden können jetzt auch rein elektrisch fahren – mit dem Maxi-Scooter C evolution.

Meine Damen und Herren,

das ist ein attraktives Programm. Zwölf neue Modelle und vier Modellüberarbeitungen in diesem Jahr. Dies zeigt die Dynamik unseres Unternehmens.

Damit zum dritten und für Sie wichtigsten Schwerpunkt:

Die langfristige Perspektive.

Meine Damen und Herren,

unser Ziel ist es, weiter profitabel zu wachsen. Drei Ansätze sind für uns dabei entscheidend: Innovationen. Ausgewogenes Wachstum. Begehrte Premiummarken.

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 14

Wir sind zukunftsfähig, weil wir innovativ sind. Innovativ ist der BMW i3.

- Auf der Hauptversammlung 2009 hatte ich Ihnen ein Elektrofahrzeug für große Metropolen angekündigt.
- Auf der Hauptversammlung 2013 stand das Konzeptfahrzeug des BMW i3 hier im Saal.
- Seit Herbst 2013 ist der i3 auf der Straße.

Er wurde bewusst außerhalb unserer herkömmlichen Strukturen entwickelt – quasi als Start-up Unternehmen im Unternehmen. Der Erfolg gibt uns Recht.

- Kein anderes Elektroauto besitzt seine revolutionäre Architektur aus nur zwei Modulen.
- Kein anderes Elektroauto verfügt über eine Fahrgastzelle aus Karbon.
- Kein anderes Elektroauto wird so nachhaltig gefertigt.

Die Nachfrage liegt über unseren Erwartungen. Etwa 6.000 BMW i3 Fahrzeuge haben wir seit Beginn dieses Jahres produziert.

Der BMW i3 ist ein Fahrzeug für Ballungszentren dieser Welt.

- Die USA sind schon heute der größte Markt für Elektrofahrzeuge. Amerikanische Kunden sind besonders offen für Innovationen. Die USA sind der wichtigste Markt für den BMW i3. Seit Ende April ist er dort erhältlich.
- China fördert aktiv Elektromobilität. Im Herbst können unsere chinesischen Kunden den i3 kaufen.

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 15

Elektromobilität hat Zukunft – auch hier in Europa.

- Norwegen ist zurzeit der Nummer Eins Markt für Elektrofahrzeuge. Die Norweger haben seit 2010 den Anteil der Elektrofahrzeuge verzehnfacht. Es gibt Gründe: E-Autos dürfen in den Städten gratis parken. Sie laden gratis ihren Strom. Sie zahlen keine Maut auf der Autobahn und nutzen eine eigene Spur. Elektromobilität wird also belohnt.
- Auch die Niederlande fördern Elektromobilität.
- Und Deutschland? Deutschland hat noch Potenzial. Aber das muss auch gehoben werden. Es gibt in der Politik erste Erkenntnisse und Vorschläge, die in die richtige Richtung zielen. Das ist gut, aber noch nicht genug.

Wir sind mit dem BMW i3 in Vorleistung gegangen. Die Freude am Fahren wird nachhaltig. Das ist BMW.

Das gilt übrigens auch für den BMW i8. Hier vorne steht er – das Serienmodell. Hätten Sie geglaubt, dass wir diesen innovativen Sportwagen tatsächlich bauen? Ich hatte das Privileg, den BMW i8 frühzeitig zu testen. Für mich ist der i8 der Sportwagen des 21. Jahrhunderts.

- Der weltweit einzige Sportwagen mit Life-Drive Architektur.
- Der erste Plug-in Hybrid Sportwagen mit einem Elektro- und einem Dreizylinder-Motor.
- Das erste Serienfahrzeug mit der neuen Laserlichttechnologie. So kann der Fahrer künftig 600 statt 300 Meter weit sehen. Wer häufig im Dunkeln unterwegs ist, wird das zu schätzen wissen.

Ab Juni liefern wir den BMW i8 aus. Hier in Deutschland, in den USA, China, Japan und weiteren Ländern.

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 16

BMW i ist die Speerspitze der Innovation im Unternehmen. Leichtbau spielt hier eine zentrale Rolle. Diese Kompetenz nutzen wir auch in anderen Serienmodellen. In unseren BMW M Modellen schätzen die Kunden die Dächer aus Karbon. Auch im nächsten BMW 7er – so viel darf ich verraten – werden wir Karbon verbauen. In Bezug auf sein geringes Gewicht wird er die Messlatte in seinem Segment sehr hoch legen.

Der zweite Schlüssel für unsere Zukunftsfähigkeit: Ausgewogenes Wachstum.

BMW will nicht von einzelnen Märkten abhängig sein. Wir wollen eine ausgewogene Absatzverteilung in den drei großen Weltregionen Europa, Asien, Amerika. Die Produktion folgt dem Markt. Der Kontinent Amerika ist und bleibt ein wichtiger Baustein unseres globalen Wachstums:

- Die USA sind heute unser zweitgrößter Einzelmarkt. Dort sehen wir auch künftig viel Potenzial. Deshalb erhöhen wir unsere Kapazitäten im Werk Spartanburg. Ab Ende 2016 können wir dort 450.000 Fahrzeuge im Jahr fertigen. Das sind 50 Prozent mehr als heute.
Damit entspricht diese Erweiterung dem Bau eines völlig neuen Werks. Wir investieren eine Milliarde Dollar im Zeitraum 2014 bis 2016. Dann wird Spartanburg das größte Werk in unserem internationalen Produktionsverbund sein. Die USA sind unsere zweite Heimat. Im März haben wir „20 Jahre Werk Spartanburg“ gefeiert – zusammen mit der US-Handelsministerin. In der Politik und den Behörden finden wir in den USA verlässliche Partner. Die Gouverneurin von South Carolina hat uns gesagt: Your business is our business. So funktioniert das Zusammenspiel von Politik und Wirtschaft in Amerika. Beide gehen Hand in Hand.
- Im Herbst dieses Jahres nimmt unser neues BMW Werk in Brasilien die Produktion auf. Brasilien ist ein Wachstumsmarkt der Zukunft. Die

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 17

jährliche Kapazität wird mittelfristig 30.000 Fahrzeuge betragen. Auch als Arbeitgeber ist BMW in Brasilien begehrt. 35.000 Bewerbungen haben wir erhalten. 1.300 Mitarbeiter werden wir einstellen.

Globalität à la BMW. Wir liefern unsere Fahrzeuge in über 140 Länder. Wir betreiben 28 Fertigungsstandorte in 13 Ländern. Unser weltweites Forschungs- und Innovationsnetzwerk umfasst zwölf Standorte in fünf Ländern.

Alles ist vernetzt. Unsere BMW X Modelle fertigen wir in den USA. Die Motoren kommen aus Bayern und Österreich. Nutzen wird das Auto am Ende ein Kunde in China. Dies zeigt: Automobilindustrie funktioniert ausschließlich global.

Handelsbarrieren verursachen hohe Kosten. Sie passen also nicht ins 21. Jahrhundert. Sie passen schon gar nicht zu der Realität in den beiden Automobilmärkten USA und Europa – mit ihrer engen Verflechtung von Produktion, Einkauf und Vertrieb. Europa ist ein relativ offener Automobilmarkt mit einem hohen Anteil an Importfahrzeugen. Der Importzoll in der EU für Fahrzeuge aus den USA – wie unsere BMW X Modelle – liegt aber immer noch bei zehn Prozent. Die USA sind im Vergleich mit der EU ein offenerer Markt. Hier liegt der Importzoll bei 2,5 Prozent.

Laut VDA zahlen allein die deutschen Automobilhersteller jährlich etwa eine Milliarde Euro an Zöllen in beide Richtungen. Wir wünschen uns eine stärkere Harmonisierung der Gesetzgebung und technischen Standards. Das würde die globale Wettbewerbsfähigkeit der Automobilindustrie deutlich verbessern – auf beiden Seiten des Atlantiks. Ein transatlantisches Freihandelsabkommen hat für unsere Branche ausschließlich positive Effekte. Wer in Europa eine starke industrielle Basis und Beschäftigung erhalten will, der braucht einen freien Warenverkehr. Der braucht offene Märkte. Bundeskanzlerin Merkel und Präsident Obama haben unsere volle Unterstützung.



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 18

Die anderen Weltregionen schlafen nicht. Beispiel China: Im Jahr 2000 war der Automobilmarkt dort so groß wie der der Niederlande. 2005 hatte er bereits die Größe des deutschen Marktes. Heute ist China der größte Automobilmarkt der Welt – vor den USA. Auch Japan hat sich geöffnet. Es hat sich eine dominante Rolle im Automobilmarkt Südostasiens gesichert – durch eine konsequente Außenhandelspolitik und entsprechende Abkommen.

Der dritte Schlüssel für unsere Zukunftsfähigkeit:
Unsere Premiummarken sind begehrt.

Das Fortune Magazine hat die 500 renommiertesten Unternehmen weltweit ausgewählt. Ihr Unternehmen gehört erneut zu den TOP 15 der Welt: Als einziges deutsches Unternehmen. Als einziges europäisches Unternehmen.

Unsere Marken sind eben kostbar und einzigartig. Jede Marke hat ihre eigene Identität. Mit BMW, MINI und Rolls-Royce geben wir dem Kunden ein Versprechen. Dieses Versprechen lösen wir ein – zu jeder Zeit. Wenn sich die Welt verändert, verändern sich auch unsere Marken. Wir entwickeln sie behutsam weiter.

Die Marke BMW verkörpert Premiummobilität in all ihrer Vielfalt. BMW steht für Dynamik und Effizienz. BMW i für besonders nachhaltige Fahrzeuge. BMW M für effiziente Hochleistungsmodelle.

Unsere Marken begeistern auch die junge Generation. Fast 17 Millionen Fans hat allein die Marke BMW bei Facebook. Keine andere Automobilmarke hat dort mehr Fans.

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 19

Meine Damen und Herren,

die BMW Group hat sich auf der IAA in Frankfurt im letzten Herbst eindrucksvoll präsentiert und sichtbar positioniert. Wir haben gezeigt, was das Unternehmen heute ausmacht – was unser Selbstverständnis ist.

- BMW konzentriert sich voll auf das Premiumsegment. Das ist einzigartig.
- BMW treibt den Fortschritt in seiner Branche voran. Das ist erfolgreich und beispielgebend.
- BMW ist ein Unternehmen, das seine Zukunft selbst gestaltet. Als eigenständiger Mehrmarkenkonzern.

„Die BMW Group bietet derzeit mit Abstand den besten Mix aus evolutionärer und revolutionärer Automobiltechnologie. BMW baut hochbegehrte, sportliche Premium-Autos. Und BMW weiß, wie man damit Geld verdient.“ Das – übrigens – sagen andere über uns. Aber das lasse ich gern so stehen.

BMW steht für Premium. Premium ist Vorreiter, ist Verantwortung, ist eine Lebenseinstellung. Wir wissen: Automobile sind emotionale Produkte. Sie bewegen die Herzen. Sie sind emotional und nützlich. Sie dienen dem Menschen in seinem Alltag.

Darum fahren immer mehr Menschen Auto. Laut Prognosen wächst der Automobilmarkt in diesem Jahr auf über 80 Millionen Neuzulassungen. Das Automobil hat Zukunft, weil es dem Menschen nützt. Das ist die Basis für die Existenz der Automobilindustrie. Wir bauen Autos für unsere Kunden. Wir bauen anspruchsvolle, innovative Autos. Damit sorgen wir für gesellschaftliche Akzeptanz. Wir bauen Autos und sorgen so für Wachstum und Arbeitsplätze. Die Automobilindustrie steht für Wachstum und Wohlstand. Das – meine Damen und Herren – darf man ruhig einmal laut buchstabieren.

Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 20

Deutschland braucht seine Automobilindustrie.

- Jeder siebte Arbeitsplatz hängt hierzulande direkt oder indirekt vom Auto ab.
- Keine andere Branche exportiert mehr als die Automobilindustrie. Die Exportquote beträgt knapp 75 Prozent.
- Kaum eine Branche investiert mehr in Forschung und Entwicklung. Über 18 Milliarden Euro waren es im vergangenen Jahr. Das sind rund ein Drittel der gesamten Ausgaben für Forschung und Entwicklung in Deutschland. Allein die BMW Group hat 2013 rund 4,8 Milliarden Euro für Forschung und Entwicklung aufgewendet.

Die deutschen Automobilhersteller sind mit ihren Innovationen die besten Botschafter für „Made in Germany“. Der Standort Deutschland profitiert davon. Wir alle profitieren davon. Kurz gesagt: Wo Mobilität entsteht, steigt der Wohlstand. Der Blick auf die Deutschlandkarte macht das deutlich.

Das Magazin FOCUS hat kürzlich ein Barometer für Regionen in Deutschland publiziert. Unter den Landkreisen mit dem größten Wohlstand liegt Dingolfing-Landau auf Platz 1. Die Stadt Landshut auf Platz 9. In Dingolfing befindet sich das größte Werk der BMW Group. Dort fertigen wir unsere großen Modelle. In Landshut steht unser Kompetenzzentrum für Leichtbau und Elektromobilität. Mein Fazit daraus: Deutschland braucht eine starke, zukunftsgerichtete und innovative Automobilindustrie. Die Menschen in Deutschland müssen sich darauf verlassen können. Die BMW Group steht dafür. Deutschland ist und bleibt unser Heimatmarkt.



Presse-Information

Datum 15. Mai 2014

Thema Bericht Dr. Norbert Reithofer, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG,
94. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

Seite 21

Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

zeigen durch Ihr Engagement, dass auch Sie an die Zukunft der deutschen Automobilindustrie glauben.

Vor allem glauben Sie an die BMW Group. Sie schenken uns Ihr Vertrauen. Dabei denken Sie langfristig – so wie wir. Dafür danke ich Ihnen – auch im Namen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wir werden Ihr Vertrauen weiterhin rechtfertigen. Das ist mein Versprechen.

Mit unserer ganzen Kraft, mit Mut und Leidenschaft führen wir Ihr Unternehmen in eine erfolgreiche Zukunft.

Vielen Dank.