

Aktionärsbrief über das Geschäftsjahr 2000

BMW Group



Sehr geehrte Aktionäre,

für die BMW Group war das Jahr 2000 ein insgesamt sehr erfolgreiches Jahr. Neue Rekorde in Produktion und Absatz von BMW Automobilen und Motorrädern sowie im Bereich der Finanzdienstleistungen konnten verzeichnet werden.

Umsatz nach Segmenten

in Mio. Euro	1999	2000	Veränderung in %
BMW Group	34.402	35.356	2,8
Segmente			
BMW Automobile	24.610	29.644	20,5
BMW Motorräder	769	927	20,5
Rover Automobile	8.638	3.896	- 54,9
Financial Services	6.153	7.050	14,6
Sonstiges	- 5.768	- 6.161	- 6,8

Der Umsatz erreichte einen neuen Rekordwert von 35,36 Mrd. Euro, eine Steigerung um 2,8 % gegenüber 1999. Dieser Zuwachs ist auf den gestiegenen Absatz und seine regionale Verteilung, höherwertige Ausstattungen und neue Modellvarianten zurückzuführen. Damit konnten die nach den jeweiligen Verkaufszeitpunkten entfallenden Umsätze von Rover/Land Rover mehr als kompensiert werden.

Im ersten Halbjahr 2000 wurde die BMW Group erfolgreich neu ausgerichtet: Das britische Phoenix Consortium übernahm am 9. Mai 2000 mit sofortiger Wirkung die Verantwortung für die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Rover Cars. Die Ford Motor Company übernahm zum 30. Juni 2000 das Land Rover Geschäft. Für beide Transaktionen wurden Übertragungsbilanzen erstellt.

Bei Rover Cars aufgetretene Unterschiede in der Bewertung einzelner Bilanzpositionen durch die BMW Group einerseits und das Phoenix Consortium andererseits führten nach intensiven Verhandlungen vertragsgemäß in das hierfür vorgesehene Schlichtungsverfahren, das noch nicht abgeschlossen ist.

Die zur Neuausrichtung gebildeten Rückstellungen sind ausreichend, um alle Risiken abzudecken.

Nach der Neuausrichtung ist die BMW Group das einzige Mehrmarken-Automobilunternehmen weltweit, das eine reine Pre-

miummarkenstrategie verfolgt. Die BMW Group konzentriert sich ausschließlich auf die Premiumbereiche derjenigen Fahrzeugsegmente, die weiteres Wachstumspotenzial aufweisen, die zum Charakter der jeweiligen Marke passen und es ermöglichen, attraktive Erträge zu erwirtschaften. Die Marke BMW erstreckt sich in Zukunft vom Premiumbereich der unteren Mittelklasse bis hin zur Oberklasse. Dabei werden konsequent attraktive Nischen erschlossen und neue Konzepte eingeführt. Erste Schritte sind hierbei der Ausbau der X-Familie und die kleine Modellreihe. Die Marken MINI und ab dem Jahr 2003 Rolls-Royce werden als Premiummarken das Markenportfolio der BMW Group strategisch ergänzen und stärken.

Trotz der Ergebnisbelastung aus dem operativen Geschäft von Rover/Land Rover, das bis zu den jeweiligen Verkaufszeitpunkten der BMW Group zuzurechnen ist, hat die BMW Group im Jahr 2000 das bisherige Rekordergebnis aus dem Jahr 1997 übertroffen.

Dynamik der weltweiten Automobilmärkte in 2000 insgesamt intakt

Der nordamerikanische Automobilmarkt profitierte auch im Jahr 2000 von der anhaltenden konjunkturellen Dynamik. Sowohl für Pkw als auch für Light Trucks wurden die Vorjahreswerte nochmals übertroffen. Erst gegen Jahresende trat eine Marktberuhigung ein.

In Westeuropa zeigte sich eine uneinheitliche Nachfrage, wobei der schwache Markt in Deutschland mit einem Rückgang von über 10 % das Gesamtbild trübte. Außerhalb Deutschlands lagen in Westeuropa die Neuzulassungen knapp über dem Vorjahreswert.

In Japan stimulierten der aufgestaute Ersatzbedarf und die einsetzende konjunkturelle Erholung den Markt zu einer leichten Erhöhung des Verkaufsvolumens. Auch außerhalb der Triade überwog in der Mehrzahl der bedeutenden Automobilmärkte eine positive Marktentwicklung. Hier konnte das hohe Vorjahresniveau der Pkw-Verkäufe nochmals übertroffen werden.

BMW mit Produktionsrekord – Ausbau des Werksverbundes zur Sicherung des Wachstumspotenzials

Die Produktion von BMW Automobilen hat im Jahr 2000 erneut eine absolute Rekordhöhe

erreicht. Insgesamt rollten in den Werken München, Dingolfing, Regensburg, Spartanburg und Rosslyn 835.000 BMW Automobile vom Band, ein Zuwachs von 10,5 %. Dies war nur aufgrund der Bereitschaft der Mitarbeiter, durch Zusatzschichten die Produktionskapazität zu erhöhen, sowie einer weiteren Effizienzsteigerung der Produktionssysteme möglich.

Um den Erfolg der BMW Group auch in den kommenden Jahren sicherzustellen, hat der Vorstand im Jahr 2000 zusätzliche Investitionsprojekte zur Ausweitung der Produktionskapazität beschlossen. Mitte des Jahres hat die BMW Group angekündigt, in das Werk im nordamerikanischen Spartanburg (South Carolina) weitere 300 Mio. USD zu investieren, um der über den Erwartungen liegenden Nachfrage nach dem Sports Activity Vehicle BMW X5 gerecht werden zu können.

Mit dieser Investition, die mit der Schaffung von 500 zusätzlichen Arbeitsplätzen einhergeht, kann die Gesamtkapazität des Werkes von knapp über 50.000 (1999) auf bis zu 115.000 Einheiten im Jahr 2001 gesteigert werden.

Investitionen der BMW Group

in Mio. Euro	1999	2000	Veränderung in %
	2.155	2.139	- 0,7

Im Mai 2000 wurde auch das erste vollständig zur BMW Group gehörende Werk Asiens eröffnet. Die neue Anlage im thailändischen Amata hat eine Kapazität von bis zu 10.000 Einheiten pro Jahr und soll zunächst für den thailändischen Markt Modelle der BMW 3er Reihe fertigen. Das Werk ist auf einen Export von Fahrzeugen in andere ASEAN Staaten hin ausgelegt.

Auch im Bereich der Motorenfertigung tätigte die BMW Group im Jahr 2000 Investitionen. Um der wachsenden Nachfrage nach Dieselmotoren gerecht zu werden, wurde im Motorenwerk Steyr (Österreich) eine zusätzliche Anlage für Vierzylinder-Dieselmotoren gebaut, die am 8. Januar 2001 in Serie gegangen ist. Mit der damit möglichen Produktionssteigerung um 25% auf rund 300.000 Motoren hat sich seit 1998 die Produktion von Dieselmotoren in Steyr mehr als verdoppelt.

Am 1. März 2001 wird darüber hinaus in einem neuen Werk in Hams Hall (Großbritan-

nien) die Fertigung der neuen Generation der Vierzylinder-Benzinmotoren aufgenommen. Dieses neue Werk, das mit einer Investition von rund 1 Mrd. DM nach modernsten Standards errichtet wurde, wird ausschließlicher Lieferant von 4-Zylinder-Benzinmotoren für BMW Automobile sein.

Das Motorradwerk in Berlin weitete seine Produktion im Jahr 2000 aufgrund der Aufnahme der Serienfertigung der Einzylindermaschine F 650 GS, deren Vorgängermodell noch bei Aprilia gefertigt wurde, um über 26 % auf nunmehr über 74.000 Einheiten aus.

Weltweiter Erfolg der Marke BMW schafft und sichert Arbeitsplätze

Der weltweite Erfolg der Marke BMW schlägt sich auch in der positiven Entwicklung der Arbeitsplätze nieder. Entgegen dem allgemeinen Trend in der Automobilbranche erhöhte die BMW Group die Zahl der Arbeitsplätze in den Segmenten BMW Automobile und Motorräder, Finanzdienstleistungen und Sonstige um über 3.800 auf 93.600. Vor allem in den Bereichen Entwicklung, Produktion und Vertrieb entstanden allein am Standort Deutschland 2.200 neue Arbeitsplätze. Dank des Erfolgs des im Jahr 2000 erfolgreich im Markt eingeführten BMW X5 wurden in den USA im Werk Spartanburg 1.000 neue Mitarbeiter eingestellt. Die glänzende Auftragslage, insbesondere für die BMW 3er Reihe sowie die BMW Motorräder, führte zu Zusatzschichten in allen BMW Werken.

Mitarbeiter der BMW Group zum Jahresende

	1999	2000	Veränderung in %
	114.952	93.625	- 18,6
bereinigt um Ausgliederungen	89.794	93.625	4,3

Auch im Jahr 2000 setzte die BMW Group ihre Ausbildungsoffensive fort. Über 1.100 Auszubildende wurden allein in Deutschland eingestellt.

Aufgrund der Umstrukturierungen und des anschließenden Verkaufs von Rover Cars und Land Rover sowie der Veräußerung des Triebwerkgeschäftes an Rolls-Royce plc ging die Anzahl der Mitarbeiter in der BMW Group insgesamt um 18,6 % auf 93.600 zurück. Bei der Beendigung des Engagements Rover/

Land Rover hatte der Erhalt einer möglichst großen Zahl von Arbeitsplätzen in den englischen Werken höchste Priorität. Das Phoenix Consortium und die Ford Motor Company übernahmen ca. 19.000 Mitarbeiter.

Absatzrekord bei BMW Automobilen – Sports Activity Vehicle X5 übertrifft alle Erwartungen

Die Marke BMW verzeichnete im Jahr 2000 einen neuen Höchstwert bei den Auslieferungen. 822.000 Fahrzeuge wurden an Kunden ausgeliefert, ein Plus von 9,4 % gegenüber 1999.

Produktion und Auslieferung der Marke BMW

	1999	2000	Veränderung in %
Automobile			
Produktion	755.547	834.519	10,5
Auslieferung	751.272	822.181	9,4
Motorräder			
Produktion*	69.157	74.397	7,6
Auslieferung	65.168	74.614	14,5

* 1999 einschließlich BMW F 650-Montage bei Aprilia S.p.A.

Der Zuwachs wurde getragen durch die starke Nachfrage nach Modellen der BMW 3er Reihe, deren Absatz um 12,6 % zunahm. Erstmals wurden über eine halbe Million Fahrzeuge in den Karosserievarianten Limousine, Coupé, Cabrio, touring und compact verkauft. Z3 roadster und Z3 coupé wiesen einen Gesamtabsatz von knapp 40.000 Einheiten auf (Vorjahr: 51.000).

Die Auslieferungen der BMW 5er Baureihe, die seit Dezember 1995 auf dem Markt ist, entwickelten sich trotz eines leichten Rückgangs von 4,3 % auf 193.000 Einheiten insgesamt erfreulich. Vor allem die Einführung der neuen Generation von 6-Zylinder Benzinmotoren im Sommer 2000 und das Facelift mit den markanten Corona-Scheinwerfern zum Herbst 2000 waren hierfür ausschlaggebend.

Im letzten vollen Jahr seines Lebenszyklus wurden erwartungsgemäß weniger 7er Modelle ausgeliefert als noch im Jahr 1999. Weltweit gingen die Auslieferungen um 9,6 % auf knapp 39.000 Einheiten zurück.

Der Ende 1999 in den amerikanischen Markt eingeführte BMW X5 hat im Jahr 2000 die Erwartungen weit übertroffen. Weltweit wurden 38.000 Einheiten des Sports Activity Vehicle ausgeliefert, fast drei Viertel davon im amerikanischen Markt. Die Nachfrage auf den europäischen Märkten, in denen der BMW X5 ab Ende Mai 2000 eingeführt wurde, überstieg die Zahl der nach Europa lieferbaren Fahrzeuge um ein Vielfaches, sodass sich lange Lieferzeiten ergaben. Der Markterfolg des BMW X5 ist das Ergebnis der konsequenten Umsetzung der klassischen BMW Werte Dynamik und Sportlichkeit, vereint mit ausdrucksvollem Design.

Der in Handarbeit im Werk München hergestellte Supersportwagen BMW Z8 wurde im Jahr 2000 1.400 Mal ausgeliefert.

In Deutschland konnte die BMW Group im Jahr 2000 insgesamt über 240.000 BMW Fahrzeuge ausliefern, ein Plus von 0,2 % gegenüber 1999. Dieser Erfolg vor dem Hintergrund des schwachen Gesamtmarktes beruht vor allem auf der BMW 3er Baureihe, deren Absatz um 4,7 % auf 151.000 Einheiten stieg. Der BMW X5 wurde Ende Mai im deutschen Markt eingeführt und erreichte einen Absatz von 3.700 Einheiten. Die begrenzte Verfügbarkeit beschränkte auch hier einen höheren Absatz.

Im zweitwichtigsten Absatzmarkt der BMW Group, den USA, wurde im Jahr 2000 ein neuer absoluter Auslieferungsrekord für die Marke BMW verzeichnet. Mit 189.000 Fahrzeugen konnten insgesamt 21,4 % mehr BMW ausgeliefert werden als noch 1999. Damit hat sich das Volumen der in den USA abgesetzten Fahrzeuge in den letzten 10 Jahren mehr als verdreifacht. Auch in den anderen beiden NAFTA-Staaten wurden Auslieferungserfolge erzielt. In Kanada wurde mit 11.000 Einheiten ein Zuwachs von 22 % erzielt, Mexiko wies mit einem Zuwachs von über 60 % auf nun 3.600 Einheiten ebenfalls einen neuen Rekord aus.

Die asiatischen Märkte setzten den bereits 1999 begonnenen Aufwärtstrend fort. Die BMW Group konnte Auslieferungen von über 68.000 BMW Fahrzeugen verzeichnen, ein Plus von 13,7 %. Besonders erfreulich entwickelten sich die Auslieferungen in China (Verdoppelung der Auslieferungen auf 3.800, davon allein fast 1.400 Einheiten der 7er Reihe),

Südkorea (Verdoppelung der Auslieferungen auf 1.600) sowie Thailand (+31 % auf 2.400). Japan war auch im Jahr 2000 der wichtigste asiatische Absatzmarkt der BMW Group. Dort wurden 36.000 Fahrzeuge abgesetzt (+2 %). Besonders nachgefragt waren die Modelle der 3er Baureihe mit mehr als 23.000 verkauften Einheiten.

Dieselmotoren weiterhin auf Erfolgskurs

Die ungebrochene Nachfrage nach Dieselantrieben sowie die Einführung neuer, nochmals verbesserter Dieselmotoren führten im Jahr 2000 zu einem weiteren Anstieg des Absatzes an Dieselmotoren aller BMW Baureihen. Die angebotenen Modelle – vom 320d bis zum Topmodell 740d mit 8-Zylinder Dieselmotortechnologie – zeigen die BMW typische Fahrdynamik und Fahrfreude. Mit 189.700 Dieselfahrzeugen wurde ein Zuwachs von 40 % gegenüber 1999 erzielt, der Anteil am Gesamtabsatz stieg von 18 % im Jahre 1999 auf nunmehr 23 %.

CleanEnergy – Wasserstoff als Energieträger der Zukunft

Mit dem 750hL präsentierte die BMW Group am 11. Mai 2000 in Berlin das erste in Serie gebaute Wasserstoffauto der Welt. Die luxuriösen Limousinen haben im Shuttle-Einsatz während der gesamten Dauer der EXPO 2000 ihren Passagieren demonstriert, dass sie höchste Ansprüche an Komfort, Dynamik und Alltags-tauglichkeit erfüllen. Mittlerweile haben diese „Null-Liter-Fahrzeuge“ bereits die 100.000 km-Marke übertroffen.

Die BMW 750hL werden durch einen Wasserstoff-Verbrennungsmotor angetrieben, der im Vergleich zur Kombination Brennstoffzellenbatterie/Elektromotor erhebliche Vorteile bei Kosten, Gewicht und Leistung bietet. Die unbestrittenen Vorzüge der Brennstoffzelle als Aggregat zur Stromerzeugung werden von BMW ebenfalls genutzt: Einige der BMW 750hL haben als erste Serienfahrzeuge weltweit eine Brennstoffzelle an Bord, die die Stromerzeugung für das 42 Volt-Bordnetz sicherstellt. Damit lassen sich Komfortfunktionen wie etwa eine Standklimatisierung realisieren.

Voraussetzung für den verbreiteten Einsatz der Wasserstofffahrzeuge ist eine ausreichende Infrastruktur von Wasserstofftankstellen, wie sie als Pilotprojekt am Münchener Flughafen bereits existiert. Mittelfristig ist die Herstellung von Wasserstoff aus regenerativen Energien notwendig, um zu einer Reduzierung der CO₂-Emissionen auf Null zu kommen. Die BMW Group arbeitet mit weiteren Fahrzeugherstellern und der Mineralölindustrie im Rahmen der Verkehrswirtschaftlichen Energiestrategie (VES) an der Umsetzung dieser Technologie. Die Bundesregierung unterstützt die Initiative. Die BMW Group plant die Markteinführung von Wasserstoffautos noch während der Laufzeit der neuen 7er Reihe, die in diesem Jahr präsentiert werden wird.

Mit der Serieneinführung von zwei erdgasbetriebenen Modellen (316g compact und 518g touring) hatte BMW bereits 1995 Maßstäbe bei der Entwicklung umweltfreundlicher Automobile gesetzt.

BMW Motorrad erneut auf Rekordkurs

BMW Motorrad konnte im Jahr 2000 einen neuen Rekord im Absatz verzeichnen, den nunmehr achten in Folge. Weltweit wurden 74.600 Einheiten an Kunden ausgeliefert, ein Zuwachs von 14,5 % gegenüber 1999. Diese Entwicklung trugen vor allem der kräftige Anstieg in den USA (+19 % auf 12.000 Einheiten) sowie die europäischen Märkte Spanien (+35 % auf 3.600), Italien (+16,5 % auf 9.100) und Deutschland (+5,5 % auf 23.400).

Besonders erfreulich entwickelte sich der Verkauf der im März eingeführten F 650 GS, des weltweit ersten Einzylinder-Motorrads mit serienmäßigem Drei-Wege Katalysator und optionalem ABS. Insgesamt wurden mehr als 13.000 Einheiten verkauft. Meistverkauftes Modell war auch im Jahr 2000 das Modell R 1150 GS mit 15.000 Einheiten.

Vom C1, dem neuen innovativen Fahrzeugkonzept von BMW, konnten nach der Markteinführung in Deutschland seit April 3.300 Einheiten und im Zuge der darauf folgenden Markteinführung in den europäischen Ländern weitere 3.400 Einheiten an Kunden ausgeliefert werden.

Financial Services mit hohen Zuwachsraten

Das Geschäftsvolumen der BMW Group Financial Services stieg im Jahr 2000 weltweit um rund 10 % auf 20,6 Mrd. Euro. Das Finanzdienstleistungsgeschäft ist damit weiterhin ein wichtiger Faktor für die Marktpositionierung und den wirtschaftlichen Erfolg der BMW Group.

Neben der geografischen Expansion wird das Wachstum der BMW Group Financial Services durch den Auf- bzw. Ausbau der strategischen Geschäftsfelder Flottenmanagement, Fremdmarkenfinanzierung und Direct Banking vorangetrieben.

Es wurden insgesamt rund 1,23 Mio. (Vorjahr 1,21 Mio.) Finanzierungsverträge abgeschlossen. Dabei entfielen 583.000 (im Vorjahr 574.000) Verträge auf das Kundengeschäft und 642.000 (Vorjahr 638.000) Verträge auf die Händlerfinanzierung.

Die im Branchenvergleich überdurchschnittliche Durchdringungsrate im BMW Neuwagenabsatz von über 30 % weltweit konnte auch im Jahr 2000 wieder erreicht werden.

Dritter Platz in der Formel 1-Konstrukteursweltmeisterschaft im Premierenjahr

Mit dem dritten Platz in der Konstrukteursweltmeisterschaft ist der BMW Group im Jahr 2000 eine Rückkehr in die Formel 1 gelungen, die alle Erwartungen übertroffen hat.

Der beste Neueinstieg eines Motorenkonstrukteurs seit 33 Jahren ist das Ergebnis einer hervorragenden Zusammenarbeit des BMW WilliamsF1 Teams, der Leistungen der beiden Fahrer Ralf Schumacher und Jenson Button und nicht zuletzt der Anstrengungen der Ingenieure der Formel-1-Motorenentwicklung in enger Zusammenarbeit mit dem benachbarten Forschungs- und Ingenieurzentrum in München.

Ziel in der neuen Saison, die am 4. März 2001 mit dem Grand Prix von Australien beginnt, ist es, den dritten WM-Rang zu verteidigen und den Rückstand zu den beiden Spitzenteams zu verringern.

MINI – zweite starke Premiummarke der BMW Group

Auf dem „Salon Mondial de l'Automobile“ in Paris hat die BMW Group im September 2000 den MINI COOPER erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Mit MINI als charakterstarker und emotionaler Marke wird die BMW Group weltweit ein starkes Premiumangebot im Segment kleiner Fahrzeuge aufbauen. Die Auslieferung der ersten Fahrzeuge der Marke MINI (das MINI Einstiegsmodell und der MINI COOPER) erfolgt ab Sommer 2001.

Mit dem Einstieg in dieses Segment verfolgt die BMW Group mehrere strategische Ziele: Das Wachstum des Weltautomobilmarktes wird in den kommenden Jahren verstärkt im Kleinwagensegment erfolgen. Mit der Marke MINI nimmt die BMW Group an diesem Wachstum teil.

Mit MINI wird die BMW Group noch stärker als bisher junge und moderne Kundengruppen ansprechen. Als emotional geprägte Marke ist MINI auf diese Zielgruppen zugeschnitten und wird dem verstärkten Wunsch nach Premiumangeboten auch bei kleineren Fahrzeugen gerecht.

Mit der Marke MINI verfügt die BMW Group künftig über ein überzeugendes Angebot im Kleinwagensegment. Ein MINI ist damit der ideale Zweit- oder Drittwagen für BMW Fahrer und andere Kunden aus BMW Segmenten.

Schließlich werden die Fahrzeuge der Marke MINI auch einen zusätzlichen Beitrag zur Reduzierung der CO₂-Emissionen innerhalb der BMW Group leisten und dazu beitragen, die Selbstverpflichtung der europäischen Automobilindustrie zur Reduzierung der CO₂-Emissionen zu erfüllen.

Die BMW Aktie – überdurchschnittliche Performance im Jahr 2000

Der Deutsche Aktienindex DAX 30 erreichte im März mit 8.136 Punkten einen neuen Rekordstand. Im zweiten Quartal setzte an den deutschen Aktienmärkten insbesondere aufgrund der unsicheren Geschäftsentwicklung vieler Unternehmen des Neuen Marktes, der vom Jahreshöchstkurs bis zum Jahresende zwei Drittel an Wert verlor, eine Konsolidierung ein. Der DAX bewegte sich bei relativ geringer Volatilität in einem Band von 7.000 bis 7.500 Punkten.

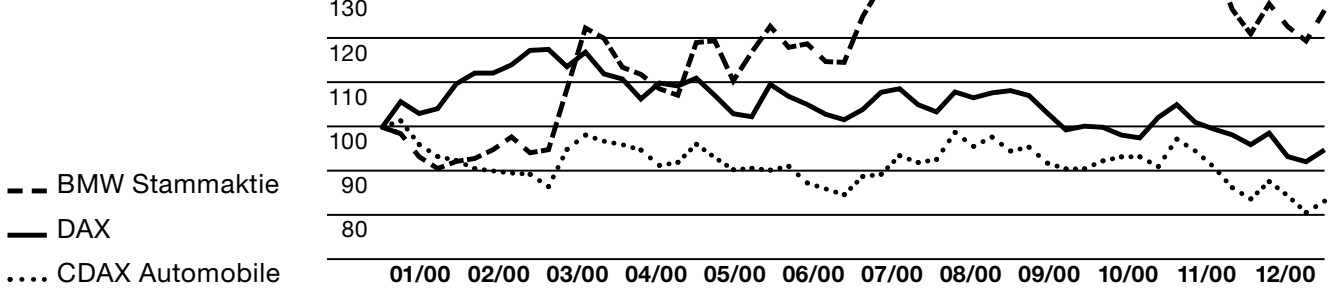
Wertsteigerung der Aktien der BMW AG im Vergleich zu Börsenindizes

Basis: Wochen-

durchschnittswerte

Index:

1. Woche 2000 = 100



Unterbrochen von einem Zwischenhoch im November pendelte sich der DAX ab September unterhalb der Marke von 7.000 Punkten ein. Zum Jahresende notierte der DAX mit einem Indexstand von 6.433 um 7,5 % unter dem Jahresendwert von 6.958 Punkten zum 30. Dezember 1999.

Der Branchenindex CDAX Automobile entwickelte sich zunächst deutlich schlechter als der DAX. Bis Mitte März fiel der Index um nahezu 20%. Danach verlief die Entwicklung weitgehend parallel mit dem DAX. Der CDAX Automobile schloss mit 339,56 Punkten um 21 % unter dem Jahresendstand 1999 von 431,14 Punkten.

Der Kursverlauf der BMW Aktie war stark geprägt durch die Neuausrichtung der BMW Group. Nach einem Start in das Börsenjahr mit einem Kurs von 28,75 Euro fiel die Aktie im Verlauf des Januar auf den Jahrestiefststand von 23,10 Euro. Nach Bekanntgabe der Beendigung des Engagements bei Rover/Land Rover stieg der Aktienkurs im Jahresverlauf überproportional zum deutschen Aktienmarkt an.

Im Oktober erreichte die BMW Stammaktie mit 41,77 Euro ein neues Rekordhoch, bevor sich die Aktie in den letzten beiden Monaten aufgrund des schwierigeren Börsenumfeldes sowie eingetrübter Konjunkturaussichten in den USA verbilligte. Mit einem Jahresschlusskurs von 34,90 Euro lag die BMW Stammaktie rund 15 % höher als im Vorjahr; von Jahresanfang bis Jahresende 2000 stieg die Aktie im Wochendurchschnitt sogar um über 25 %.

Die BMW Vorzugsaktie entwickelte sich deutlich besser als die Stammaktie. Nach einem Jahreshöchstkurs von 22,50 Euro im

November notierte sie zum Jahresende mit 20 Euro um 43 % über dem Schlusskurs des Vorjahres.

Die BMW Group gilt im Automobilsektor als weltweit führendes Unternehmen im Nachhaltigen Wirtschaften: so notiert der 1999 ins Leben gerufene Sustainability Group Index von Dow Jones die BMW Group im Jahr 2000 zum zweiten Mal in Folge als Branchenführer. Der Index berücksichtigt ausschließlich die führenden zehn Prozent aller Unternehmen weltweit, die neben ökonomischen auch soziale und ökologische Kriterien in ihre Geschäftsstrategie integrieren. Alle Unternehmen werden im jährlichen Turnus einem ausführlichen Rating unterzogen.

Weltweite Automobilkonjunktur in 2001 auf Konsolidierungskurs

Im Prognosezeitraum dürfte die Weltwirtschaft den dynamischen konjunkturellen Wachstumspfad mit einer nur geringfügigen Abflachung fortsetzen. Vor diesem Hintergrund ist eine Konsolidierung der weltweiten Automobilverkäufe auf dem hohen Vorjahresniveau zu erwarten.

In Nordamerika dürfte in 2001 die einsetzende konjunkturelle Abkühlung im PKW-Markt Bremsspuren hinterlassen. Für den Gesamtmarkt muss mit einem Rückgang gerechnet werden.

Dagegen werden in Deutschland die günstigen ökonomischen Rahmenbedingungen die Automobilnachfrage wieder deutlich stimulieren und somit zur Stabilisierung des wiederum hohen Zulassungsniveaus in Westeuropa beitragen. In Osteuropa ist der Wachstumspfad der Automobilmärkte auch weiterhin

intakt. In Japan gehen von der Fortsetzung der moderaten Konjunkturdynamik Impulse auf den Pkw-Markt aus, die Zulassungskurve bleibt aufwärtsgerichtet. Die Automobilmärkte der Emerging Markets in Südamerika und Ostasien werden in größerem Umfang von der Stabilisierung des gesamtwirtschaftlichen Umfeldes profitieren und in 2001 kräftige Wachstumsraten beim Pkw-Absatz aufweisen.

Im Jahre 2001 wird der neue BMW 3er compact in den Markt eingeführt. Der Nachfolger der 1994 erstmals vorgestellten fünften Karosserievariante der 3er Baureihe, die insgesamt über 400.000 Kunden fand, wird im Juni 2001 zunächst als 316ti und 325ti in den Verkaufsräumen stehen. Weitere Motorvarianten werden folgen.

Als Abrundung der Modellfamilie der BMW 3er Reihe kommt im Frühjahr das M3 Cabrio auf den Markt. Mit seinem 343 PS starken Reihensechszylinder mit Hochdrehzahlkonzept nimmt es eine absolute Ausnahmestellung unter den viersitzigen Cabrios ein.

Auf der IAA in Frankfurt im September wird die neue BMW 7er Reihe vorgestellt. Das neue Flaggschiff der BMW Produktpalette stellt durch seine technischen Neuerungen und sein markantes Design einen zukunftsweisenden Schritt für die Marke BMW dar.

Im Sommer 2001 werden auch der MINI und der MINI COOPER erstmals an Kunden ausgeliefert werden. Dieses Premiumprodukt in der Kleinwagenklasse wird zunächst in Europa und ab 2002 auch in den USA und Asien verfügbar sein.

Mit den neuen Modellen, die alle in Premiumsegmenten positioniert sind, und den hochmotivierten Mitarbeitern wird die BMW Group ihre erfolgreiche Entwicklung fortsetzen.

Mit freundlichen Grüßen



Joachim Milberg
Vorsitzender des Vorstands
Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft

München, im Januar 2001

Hauptversammlung

Die 81. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG findet am Dienstag, den 15. Mai 2001 um 10 Uhr in der Olympiahalle im Olympiapark in München statt.

Anschrift

Bayerische Motoren Werke
Aktiengesellschaft
D-80788 München
Telefon +49 (0) 89-3 82-0
Telefax +49 (0) 89-3 82-2 58 58

Kontakte

Wirtschaftskommunikation
Telefon +49 (0) 89-3 82-2 41 18
Telefax +49 (0) 89-3 82-2 44 18
E-Mail presse@bmwgroup.com

Investor Relations

Telefon +49 (0) 89-3 82-2 42 72
+49 (0) 89-3 82-2 53 87
Telefax +49 (0) 89-3 82-2 44 18
E-Mail ir@bmwgroup.com

Die BMW Group im Internet

Weitere Informationen über die BMW Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse www.bmwgroup.com. Informationen zur Marke BMW können Sie jederzeit unter www.bmw.com, Informationen zur Marke MINI unter www.mini.com abrufen.