

BMW Group
Aktionärsbrief
über das
Geschäftsjahr 1999



Sehr geehrte Aktionäre,

die BMW Group blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 1999 zurück. Absatzrekorde erzielten BMW Automobile und Motorräder ebenso wie Land Rover, die derzeit am stärksten wachsende Marke der BMW Group. Empfindliche Absatzrückgänge gab es allerdings aus verschiedenen markt- und modellpolitischen Gründen bei Rover. Die Finanzdienstleistungen bleiben auf klarem Wachstumskurs. Das Flugtriebwerksgeschäft wurde zu Beginn des Jahres 2000 strategisch neu ausgerichtet.

Durch die erfreuliche Absatzentwicklung der Marke BMW konnte das Geschäftsfeld BMW Automobile das Segmentergebnis gegenüber dem herausragenden Wert des Jahres 1998 erneut steigern.

Nochmals verstärkte Restrukturierungsmaßnahmen und der gegenüber der ursprünglichen Planung höhere Personalabbau bei Rover sowie der im Jahresverlauf weiter gestiegene Kurs des Britischen Pfundes belasten das Segment Rover Automobile erheblich stärker als im Vorjahr. Die anderen Geschäftsfelder verbesserten sich planmäßig.

Die zusätzlichen Ergebnisbelastungen bei Rover wurden durch die hervorragende Entwicklung bei BMW Automobile und die positive Entwicklung der übrigen Geschäftsfelder ausgeglichen, so dass in Summe der Geschäftsfelder wieder das hohe Ergebnisniveau des Vorjahres erreicht wurde.

Automobilweltmarkt erholt

Im Zuge der globalen wirtschaftlichen Aufwärtsentwicklung hat sich 1999 auch die Nachfrage nach Automobilen erholt. Der weltweite Pkw-Absatz stieg auf rund 38 Mio. Einheiten (Vorjahr: 36,4 Mio.).

Dieses Wachstum ist vor allem der Kaufreude in Westeuropa und dem stabilen Markt in den USA zu verdanken. In Ostasien hat sich die Nachfrage nach Überwindung der Finanzkrise erholt. Rückläufig waren dagegen die Automobilmärkte in Südamerika aufgrund der dortigen Rezession.

BMW Group mit steigenden Umsätzen

Die Automobilproduktion der BMW Group sank im Vergleich zum Vorjahr um knapp 5 % auf 1.147.400 Einheiten. Dies ist im Wesentlichen auf die Vorbereitung neuer Rover Modelle und den forcierten Lagerabbau zurückzuführen. Die Produktion von Fahrzeugen der Marke BMW stieg hingegen weiter an.

| Produktion BMW Group | | | |
|----------------------|-----------|-----------|-----------------|
| | 1999 | 1998 | Veränderung in% |
| Automobile | 1.147.420 | 1.204.000 | - 4,7 |
| BMW | 755.547 | 706.426 | + 7,0 |
| Rover | 203.755 | 299.839 | - 32,0 |
| Land Rover | 166.101 | 168.498 | - 1,4 |
| MG | 10.388 | 14.832 | - 30,0 |
| MINI | 11.629 | 14.405 | - 19,3 |
| Motorräder | 69.157 | 60.152 | + 15,0 |

Die Anläufe der BMW Modelle 3er coupé, 3er touring, X5 und Z8, des Rover 75 sowie des Land Rover Discovery II wurden erfolgreich bewältigt.

Nachdem die BMW Werke in Spartanburg, USA, und Rosslyn, Südafrika, bereits in vollem Umfang in die weltweiten Fertigungsstrukturen eingebunden sind, wird die Eingliederung der britischen Werke in den internationalen Fertigungsverbund der BMW Group fortgeführt.

Die Auslieferungen der BMW Group knüpften erneut an das hohe Niveau des Vorjahres an. Insgesamt wurden 1.180.400 Fahrzeuge der Marken BMW, Rover, Land Rover, MG und MINI ausgeliefert. Zu den größten Absatzmärkten des Konzerns gehören Deutschland, Großbritannien und die Vereinigten Staaten.

| Auslieferungen BMW Group | | | |
|--------------------------|-----------|-----------|-----------------|
| | 1999 | 1998 | Veränderung in% |
| Automobile | 1.180.429 | 1.187.115 | - 0,6 |
| BMW | 751.272 | 699.378 | + 7,4 |
| Rover | 227.743 | 303.805 | - 25,0 |
| Land Rover | 178.000 | 153.495 | + 16,0 |
| MG | 11.719 | 14.415 | - 18,7 |
| MINI | 11.695 | 16.022 | - 27,0 |
| Motorräder | 65.168 | 60.308 | + 8,1 |

Die am stärksten wachsende Marke der BMW Group war weiterhin Land Rover, gefolgt von der Marke BMW. Die Auslieferung der Marke Rover war dagegen 1999 rückläufig. Dennoch wurden die Lagerbestände erheblich reduziert.

Im Geschäftsjahr 1999 erzielte die BMW Group einen Umsatz von 34.400 Mio. Euro. Dies entspricht einer Steigerung um 6,6% gegenüber dem Vorjahr. Dies ist im Wesentlichen auf den gestiegenen Absatz der BMW Fahrzeuge sowie den anhaltenden Trend zu höherwertiger Ausstattung der Fahrzeuge zurückzuführen.

| Umsatz BMW Group | | | |
|------------------|--------|--------|-----------------|
| | 1999 | 1998 | Veränderung in% |
| in Mio. Euro | 34.400 | 32.280 | + 6,6 |

Der Erfolg der Marke BMW ermöglichte es im vergangenen Jahr, rund 1.200 neue Arbeitsplätze in Deutschland zu schaffen, vor allem in den Bereichen Vertrieb und Entwicklung.

Zum 31.12.1999 beschäftigte die BMW AG 63.785 Mitarbeiter, knapp 2% mehr als im Vorjahr. Auch die Zahl der Auszubildenden stieg erneut: Zum Jahresende befanden sich über 3.200 Mitarbeiter (+6,6%) in einem Ausbildungsverhältnis mit der BMW AG. Damit setzt die BMW AG eindrucksvoll ihre bereits 1997 begonnene Ausbildungs-offensive fort.

Bei der Rover Group Ltd. sank die Zahl der Beschäftigten im Zuge der intensiven Rationalisierungs- und Restrukturierungsmaßnahmen und der notwendigen Anpassung an die Absatzentwicklung der Marke Rover auf 29.884 (-18,8%).

Insgesamt ging deshalb die Zahl der Mitarbeiter der BMW Group zum Jahresende um 3% auf 114.952 Mitarbeiter zurück. Hiervon beschäftigte der Konzern 68.848 Mitarbeiter in Deutschland und 46.104 im Ausland.

| Mitarbeiter BMW Group zum Jahresende | | | |
|--------------------------------------|---------|---------|-----------------|
| zum 31.12. | 1999 | 1998 | Veränderung in% |
| | 114.952 | 118.489 | - 3,0 |

Änderung der Berechnungsmethode – Entfall von ruhenden Arbeitsverhältnissen

Die Investitionen der BMW Group lagen im vergangenen Jahr mit 2.156 Mio. Euro nahezu auf Vorjahresniveau. Die BMW Group sichert mit den Investitionen für die Vorbereitung neuer Modelle, Modernisierung und Ausbau der Fertigung sowie die Stärkung des internationalen Vertriebs ihre eigenständige Zukunft. Mit dem Umfang der Investitionen steht sie weiterhin mit an führender Stelle in der Automobilbranche.

| Investitionen BMW Group | | | |
|-------------------------|-------|-------|-----------------|
| | 1999 | 1998 | Veränderung in% |
| in Mio. Euro | 2.156 | 2.179 | - 1,1 |

BMW Rekordabsatz durch 3er Reihe

Mit über 7% Zuwachs auf 751.300 ausgelieferte Fahrzeuge erreichte die Marke BMW auch 1999 einen neuen Rekord – die BMW Produkt-offensive zeigt klare Erfolge.

In den USA behauptete BMW seine führende Position im dortigen „Luxury-Performance“-Segment für Pkw. BMW lieferte hier 155.000 Fahrzeuge (+18%) aus und verdreifachte damit innerhalb des letzten Jahrzehnts seine Auslieferungen in diesem wichtigen Markt.

Auch in nahezu allen westeuropäischen sowie skandinavischen Ländern waren deutliche Zuwächse zu verzeichnen. In Japan und anderen ostasiatischen Staaten stieg der Absatz ebenfalls.

Die ungünstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Osteuropa und Südamerika führten auch bei BMW zu einem Rückgang der Auslieferungen. Im Inland wuchs BMW 1999 entsprechend der ruhigen Automobilkonjunktur moderat.

Maßgeblichen Anteil am großen Erfolg der Marke BMW hat die 3er Reihe. Erstmals wurden mehr als eine halbe Million Fahrzeuge der kleinen Baureihe (inkl. Z3) ausgeliefert. Damit wuchs der Absatz dieser Baureihe um über 17 %. Das ist zu einem erheblichen Teil der 3er Limousine zu verdanken. Aber auch die Nachfrage nach den neuen Modellen 3er coupé und 3er touring ist sehr viel versprechend.

Trotz eines Rückgangs um 9 % übertraf die mittlere Baureihe, der BMW 5er, mit rund 201.600 ausgelieferten Fahrzeugen erneut die Erwartungen. In den USA, Spanien, Schweden und einigen asiatischen Märkten nahm die Nachfrage nach dem 5er sogar zu.

Die touring-Variante des 5er stößt auf weiterhin wachsendes Interesse: Die Zahl der ausgelieferten Fahrzeuge stieg um 8 %. Der touring-Anteil an den Auslieferungen der mittleren Baureihe ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen und beträgt inzwischen mehr als 20 %.

Vom BMW 7er konnten 43.000 Fahrzeuge verkauft werden, 9 % weniger als im Vorjahreszeitraum. Damit findet der 7er – im sechsten Jahr seines Lebenszyklusses – nach wie vor eine hohe Akzeptanz im Markt. Die Vereinigten Staaten bleiben mit über 18.200 Einheiten der führende Markt für die große Baureihe.

Neue Dieseltechnologie stark gefragt

Seit der Premiere der neuen Dieseltechnologie im 320d entschieden sich bereits rund 100.000 Kunden für die sportlich-sparsamen Selbstzünder der Marke BMW. Mittlerweile hat der Diesel in der BMW 3er Reihe in Deutschland einen Anteil von über 15 % an den BMW Verkäufen, in Europa sogar rund 23 %. Bei der mittleren und großen Baureihe liegt der Dieselanteil noch höher: 30 % aller in Deutschland und 39 % aller in Europa verkauften 5er verfügen über einen BMW Dieselantrieb, beim 7er sind es 24 % (bzw. 27 %). Seit August wird der 740d, der weltweit erste V8-Premiumdiesel, an Kunden ausgeliefert. Insgesamt wurden 1999 über 135.500 BMW Dieselfahrzeuge abgesetzt, ein Plus von 48 %. BMW markiert mit der Leistungsstärke, der Laufruhe, der Sparsamkeit und der Umweltfreundlichkeit die Zeitenwende im Dieselsegment.

BMW Motorrad im siebten Rekordjahr

Der Wachstumstrend auf dem Weltmarkt für Motorräder setzte sich 1999 fort. Um nahezu 14 % stieg die Zahl der verkauften Motorräder auf rund 1,16 Mio.

BMW partizipierte an dieser Entwicklung: Die Nachfrage nach BMW Motorrädern erreichte damit im siebten Jahr in Folge einen neuen Höchststand. Auf rund 65.200 wuchs die Zahl der weltweit ausgelieferten Motorräder – das ist ein Plus von 8 %. Die große Reise-Enduro R1100 GS und das Nachfolgemodell R1150 GS avancierte 1999 mit 9.650 Einheiten zum meistverkauften BMW Modell. Der BMW Tourer R1100 RT übertraf mit über 9.300 ausgelieferten Einheiten erneut die Erwartungen. Die beiden neuen Modelle, der Sport-Tourer R1100 S und der Luxus-Tourer K1200 LT, fanden mit 7.200 bzw. knapp 6.650 ausgelieferten Motorrädern eine ausgezeichnete Aufnahme im Markt.

In Deutschland, dem für BMW mit Abstand wichtigsten Markt, stabilisierte sich der Absatz von BMW Motorrädern auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Über 22.800 Einheiten wurden dort verkauft.

Sehr erfreuliche Zuwächse gab es für BMW im größten Motorradmarkt der Welt, in den USA. Hier erzielte BMW Motorrad ein Wachstum von 28 % auf den neuen Höchststand von über 10.000 Einheiten. Der im Frühjahr eingeführte Luxus-Tourer K1200 LT ist dort bereits das meistverkaufte BMW Modell und wurde zum „Motorrad des Jahres“ gewählt. Im dritten Jahr in Folge erwirbt die California Highway Patrol als größter Behördenkunde in den USA die R1100 RT als Polizei-Motorrad. Rund 60 andere Behörden sind diesem Beispiel zwischenzeitlich gefolgt. Auch in Italien und Frankreich, den für BMW Motorrad nach den USA bedeutendsten Auslandsmärkten, erreichten die Auslieferungen neue Höchststände.

Rover Absatz steigt im 4. Quartal 1999

Die Zahl der ausgelieferten Rover Fahrzeuge sank im Vergleich zum Vorjahr um 25 % auf über 227.700 Einheiten. Dieses unbefriedigende Ergebnis hat mehrere Ursachen: Die Rover Baureihen 600 und 800 liefen 1999 wie vorgesehen aus. Die Auslieferung des neuen Rover 75 begann im Sommer und konnte das Volumen der ausgelaufenen Modelle noch nicht kompensieren. Eine umfassende Modellüberarbeitung gab es bei der kleinen und mittleren Baureihe: Die Rover Modelle 25 und 45 lösen die Modelle

200 und 400 ab. Besonders gravierend bleiben weiterhin die Auswirkungen des noch weiter gestiegenen, sehr hohen Pfundkurses: Die hieraus entstehenden Wettbewerbsvorteile für die Importeure belasten die Rover Verkäufe auf dem britischen Markt erheblich. Obwohl sich die Auslieferungen in Großbritannien um rund 32 % auf 102.100 Einheiten verringerten, ist es in den vergangenen Monaten gelungen, den Rover Marktanteil im Heimatmarkt wieder zu steigern.

Einen zum Teil beachtlichen Nachfrageanstieg verzeichnete Rover in Japan (+34 %), Österreich (+17 %), in Skandinavien und den Importeuremärkten des Mittleren Osten. In Deutschland erreichten die Auslieferungen nach den starken Zuwächsen der vergangenen Jahre nahezu das hohe Vorjahresniveau.

Deutliche Rückgänge ergaben sich für Rover in Italien, Frankreich, Spanien und den von einer Rezession betroffenen Märkten in Südamerika, in denen Rover durch Importeure vertreten ist.

Die rückläufige Absatzentwicklung der Marke Rover wurde im Jahresverlauf 1999 gestoppt. Im vierten Quartal stieg der Absatz von Rover Automobilen erstmalig gegenüber der Vorjahresperiode, im Dezember 1999 sogar um knapp 11 %.

Vom neuen Rover 75 wurden bis Jahresende weltweit rund 25.000 Einheiten abgesetzt. Dies entspricht mit Blick auf die fortlaufende Ausstattung der Händlerbetriebe den Erwartungen des Unternehmens, zumal beim Anlauf des Rover 75 der Produktionsqualität klar der Vorrang vor Produktionsquantität gegeben wurde. Die Aufnahme des Rover 75 in der automobilen Fachwelt ist beeindruckend: Das Modell gewann 1999 mehr als ein Dutzend bedeutende internationale Auszeichnungen, darunter beispielsweise „Car of the Year 1999“, „World Car 1999“, „Goldenes Lenkrad“ und in Japan „Importfahrzeug des Jahres“. Die BMW Group ist daher zuversichtlich, dass der Rover 75 im laufenden Geschäftsjahr eine steigende Anzahl von Kunden finden wird. Weitere Impulse wird auch das im Heimatmarkt Großbritannien seit November 1999 verfügbare Einstiegsmodell des Rover 75, der 1.8i Classic, geben. Neben Großbritannien sind derzeit Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien die größten Absatzmärkte des Rover 75.

Der Wechsel vom Rover 200 und 400 zum neuen Rover 25 und 45 vervollständigt das „neue Gesicht“ von Rover. Zusätzlich zum neuen Design bieten beide Modelle gegenüber

ihren Vorgängern eine verbesserte Sicherheit, ansprechendere Innenausstattung und neue Motorvarianten zu attraktiven Preisen.

Freelander führt Land Rover in neues Rekordjahr

Die Marke Land Rover erzielte im vergangenen Jahr erneut einen Verkaufsrekord – den siebten in Folge. Weltweit wurden 178.000 Land Rover an die Kunden ausgeliefert (+16 %). Die BMW Group verdoppelte somit die Auslieferungen von Land Rover Fahrzeugen seit dem Erwerb der Marke im Jahre 1994.

In nahezu allen wichtigen Märkten verzeichnete Land Rover beachtliche Zuwachsraten, so z. B. in den USA (+37 %), in Deutschland (+28 %), in Osteuropa (+39 %), Westeuropa (+15 %) und einzelnen asiatischen Märkten. In Großbritannien blieb Land Rover der führende Anbieter im Allrad-Segment, obwohl die Zahl der Auslieferungen um 12 % zurückging.

Der meistverkaufte Land Rover war erstmals der Freelander. Von diesem Modell wurden 68.700 Einheiten ausgeliefert, ein Wachstum von 48 %. Der Freelander ist damit nun das mit Abstand meistverkaufte Allrad-Fahrzeug in seinem Segment auf dem europäischen Markt. Auch der neue Land Rover Discovery II übertraf die Erwartungen: Mit rund 24 % Zuwachs und einer anhaltend hohen Nachfrage gelang ihm ein erfolgreicher Start in das erste Modelljahr. Neben zahlreichen anderen Auszeichnungen wurde ihm in Großbritannien vom Fachmagazin „Auto Express“ die Auszeichnung „Best 4x4“ verliehen.

Rückläufig waren dagegen die Auslieferungen des Range Rover (–14 %) und des Land Rover Defender (–16 %).

75 Jahre MG

Der Absatz des MGF roadster hielt sich nicht auf dem hohen Niveau der Vorjahre, er ging um knapp 19 % auf 11.700 Einheiten zurück. Während die Auslieferungen vor allem in Ostasien sowie im britischen Heimatmarkt überproportional rückläufig waren, konnte der MGF in einzelnen westeuropäischen Märkten zum Teil kräftige Zugewinne erzielen.

1999 war das Jahr des 75. Jubiläums dieser traditionsreichen Sportwagen-Marke, mehr als 30.000 Anhänger feierten MG im Juni auf der britischen Rennstrecke Silverstone.

MINI Classic „Europäisches Auto des Jahrhunderts“

In seinem letzten vollen Produktionsjahr gingen die Verkäufe des MINI Classic erwartungsgemäß um 27% auf 11.700 Einheiten zurück. Bis dato wurden mehr als 5,3 Mio. MINI in über 130 verschiedenen Modellversionen verkauft. Zu den Hauptmärkten des MINI Classic gehörten in den vergangenen Jahren Japan, hier wurde 1999 jeder zweite MINI verkauft, Deutschland sowie Großbritannien.

130 führende Motorjournalisten kürten im Dezember in Las Vegas den MINI Classic zum „Europäischen Auto des Jahrhunderts“ – ein würdiger Abschluss für ein herausragendes Fahrzeugkonzept.

BMW Group Financial Services mit unverändert dynamischem Wachstum

Die BMW Group Financial Services setzten ihr starkes Wachstum fort. Die Zahl neuer Leasing- und Kreditverträge für Fahrzeuge der Marken BMW, Rover, Land Rover, MG und MINI ist um 196.650 auf nunmehr 1.211.956 Verträge gestiegen, ein Wachstum von über 19%. Am dynamischsten waren dabei erneut die Zuwächse bei der Kundenfinanzierung mit fast 95.600 Verträgen, ein Plus von 20%. Das Geschäftsvolumen der BMW Group Financial Services erhöhte sich insgesamt um rund 19% auf 19 Mrd. Euro.

Auch die weltweite Expansion ging erfolgreich voran. Die Ende 1998 etablierte Tochtergesellschaft in Schweden mit Niederlassungen in Finnland und Norwegen zeichnet seit August 1999 Verträge. Eine weitere Tochtergesellschaft entstand in Brasilien. Auch in Mexiko und Argentinien bieten die BMW Group

Financial Services nun ihre Dienstleistungen an. Die Markterschließung in Südamerika wurde damit konsequent vorangetrieben.

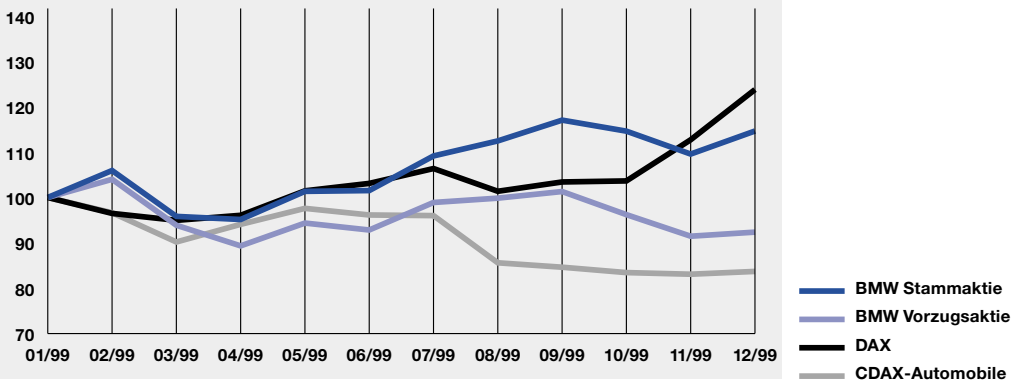
Neuausrichtung des Triebwerksgeschäfts

Im Oktober gaben die BMW Group und der britische Triebwerkshersteller Rolls-Royce plc eine Neuausrichtung ihrer strategischen Zusammenarbeit bekannt. Die BMW Rolls-Royce GmbH wurde mit dem Jahreswechsel eine 100%ige Tochtergesellschaft von Rolls-Royce plc. Im Gegenzug erhöhte die BMW Group ihre Beteiligung an diesem Unternehmen auf knapp über 10%. Die neu ausgerichtete Partnerschaft bedeutet eine verbesserte strategische Position: Vom Anbieter einer Familie von Flugtriebwerken in einem abgegrenzten Segment entwickelt sich die BMW Group zum strategischen Partner des wichtigsten europäischen Anbieters von Flugtriebwerken mit einem Full-Line-Angebot. Als größter industrieller Anteilseigner von Rolls-Royce plc nimmt die BMW Group nun am dynamischen Wachstum dieser Branche teil. Sie behält ferner eine Beteiligung an der erfolgreichen BR 700 Triebwerksreihe als „risk-and-revenue sharing partner“.

BMW Stammaktien legen kräftig zu

Die Einführung des Euro erforderte auch die Umstellung des Grundkapitals der BMW AG auf die neue Währung. Die BMW AG nutzte diese Gelegenheit und führte als erstes DAX-30-Unternehmen Aktien mit dem neuen europäischen Mindestnennwert von einem Euro ein. Nach der Umrechnung auf Euro wurde mit Hilfe einer geringfügigen Kapitalerhöhung aus Gesell-

Wertsteigerung der Aktien der BMW AG im Vergleich zu Börsenindizes



Basis: Monatsdurchschnittswerte, Index: 01/99 = 100

schaftsmitteln (rund 1,7%) ein glatter Nennwert von 26 Euro dargestellt. Ein anschließender Aktiensplit im Verhältnis 1:26 führte dann zum neuen 1-Euro-Nennwert. Am 23. 8.1999 notierte die neue BMW Aktie zum ersten Mal an der Börse.

Mit dieser Lösung hat die BMW AG in einem Schritt von der deutschen 50-DM-Aktie auf den neuen europäischen Standard umgestellt. Die BMW Stamm- und Vorzugsaktien wurden durch die Umstellung wesentlich leichter – und auf dem Kapitalmarkt dadurch attraktiver.

Die Aktienkurse waren 1999 ausgeprägten Schwankungen unterworfen. Dabei folgten die europäischen Aktienmärkte weitgehend der Entwicklung an der Wall Street.

In Deutschland wich die Euro-Euphorie am Jahresanfang einer skeptischen Konjunktureinschätzung. Nach einem Anstieg der Kurse aufgrund guter Quartalergebnisse leiteten Zinsängste sowie die zunehmende Schwäche des Euro zur Jahreshälfte eine Abwärtsbewegung ein. In der zweiten Jahreshälfte wies der deutsche Aktienmarkt bei kräftigen Kursschwankungen zunächst keine klare Kurstendenz auf. Ende Oktober setzte jedoch – überwiegend von einzelnen Titeln des DAX angetrieben – eine kräftige Aufwärtsentwicklung ein. Mit einem Rekordhoch verabschiedete sich der DAX aus dem Jahr 1999: Er schloss mit 6.958,14 Punkten. Im Jahresvergleich gewann der DAX somit fast 2.000 Punkte (+39%), deutlich mehr als der Dow-Jones-Index an der Wall Street (+25%).

Die BMW Aktie wies im Jahresverlauf ähnliche Schwankungen wie der DAX auf. Mit einem Jahresschlusskurs von 30,65 Euro lag die BMW Stammaktie rund 22% höher als im Vorjahr. Die BMW Vorzugsaktie konnte der guten Entwicklung der Stammaktien nicht in gleichem Maße folgen: Zum Ultimo lag sie mit einem Kurs von 14 Euro 5% unter dem Schlusskurs des Vorjahres.

| Marktkapitalisierung BMW AG zum Jahresende | | | |
|--|------|------|-----------------|
| | 1999 | 1998 | Veränderung in% |
| in Mrd. Euro | 19,7 | 16,7 | + 18,0 |

Ausblick für das Jahr 2000

Auf dem nordamerikanischen Automobilmarkt ist mit einer leichten Abschwächung zu rechnen. Dagegen werden die Auslieferungen in Westeuropa fast das hohe Niveau des Vorjahres erreichen, in Osteuropa ist sogar mit leichten Zuwächsen zu rechnen. In Südamerika werden sich die Neuzulassungen im Zuge der konjunkturellen Erholung deutlich erhöhen. Auch die ostasiatischen Märkte setzen ihren Aufschwung fort.

Die Produktoffensive der BMW Group geht weiter. Sie wird neue Wachstumsimpulse für das Unternehmen bringen. Bei der Marke BMW werden die Auslieferungen der erfolgreichen 3er Reihe durch das neue 3er Cabrio weiter wachsen. Auch der neue M3 wird 2000 auf den Markt kommen, ebenso der leistungsstarke Z8 roadster mit modernster Aluminium-Technologie. Ab Frühjahr ist das BMW „Sports Activity Vehicle“ X5 auf dem europäischen Markt erhältlich. Zum gleichen Zeitpunkt wird BMW Motorrad mit der F650GS das neue BMW Einstiegermodell auf den Markt bringen.

Mit dem ab April erhältlichen C1 verbindet BMW die Vorzüge eines motorisierten Zweirades mit zahlreichen Sicherheitselementen eines Automobils. Dieses neue Fahrzeugkonzept spielt besonders dort seine Vorzüge aus, wo das Automobil zunehmend an seine Grenzen stößt: im engen Stadtverkehr.

Die neuen Rover 25 und 45 werden vom Frühjahr an auf allen europäischen Märkten erhältlich sein.

Der neue MINI wird zum Jahresende der internationalen Öffentlichkeit vorgestellt, später kommt er nach über drei Jahrzehnten Abwesenheit dann auch wieder auf den amerikanischen Markt. Neben diesen neuen Modellen wird die BMW Group im laufenden Geschäftsjahr weitere Modell- und Motorvarianten vorstellen.

BMW kehrt 2000 in die Formel 1 zurück – über zwölf Jahre nach dem letzten Grand-Prix-Einsatz und 17 Jahre nach dem Gewinn der Weltmeisterschaft.

Der Motorsport erzeugt Emotionen und Motivation. Sportlichkeit und technische Innovation waren schon früher entscheidende Motive für die Markenbegeisterung der BMW Kunden und sind es bis heute. Deshalb stellt sich BMW der Herausforderung eines erneuten Engagements in der weltweiten Spitzenliga des Rennsports. Das Auto für die Saison 2000,

den FW22, baut WilliamsF1 im englischen Grove. BMW und WilliamsF1 gingen im September 1997 eine Partnerschaft ein. Für die Entwicklung und Fertigung des V10-Zylinders errichtete BMW ein eigenes Formel 1-Zentrum in München.

Die räumliche Nähe der BMW Formel 1-Aktivitäten zum Forschungs- und Entwicklungszentrum erleichtert den ständigen Informationsfluss in die Serienentwicklung. Dieser ist für das Unternehmen von großer Bedeutung. Neben zahlreichen Kooperationen im Detail zeigen sich Synergie-Effekte vor allem in den Bereichen Elektronik und Werkstoffe.

Das Ziel der BMW Group bleibt eindeutig: Neue trendbestimmende Modelle, die konsequente Nutzung profitabler Marktchancen und technologische Spitzenleistungen werden auch weiterhin die Basis für die Selbständigkeit der BMW Group bilden. Das Restrukturierungsprogramm bei Rover wird in aller Konsequenz fortgesetzt.

Mit freundlichem Gruß



Prof. Dr. Joachim Milberg
Vorsitzender des Vorstands
Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft

München, im Januar 2000

Hauptversammlung

Die 80. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG findet Dienstag, den 16. Mai 2000, um 10 Uhr in der Philharmonie im Gasteig, Rosenheimer Straße 5, in München statt.

Anschrift

Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft
80788 München

Telefon +49(0)89-3 82-0

Telefax +49(0)89-3 82-2 58 58

Investor Relations

Telefon +49(0)89-3 82-2 42 72

Telefon +49(0)89-3 82-2 53 87

Telefax +49(0)89-3 82-2 44 18

E-Mail ir@bmw.de

Wirtschaftskommunikation

Telefon +49(0)89-3 82-2 41 18

Telefax +49(0)89-3 82-2 44 18

E-Mail presse@bmw.de

Weitere Informationen zur BMW Group erhalten Sie über die Internet-Adresse
www.bmw.com