

Geschäftsbericht 2005

Kurzfassung

Zahlen und Fakten 2005.



Rolls-Royce
Motor Cars Limited



BMW Group



BMW Group in Zahlen

	2001	2002	2003	2004	2005	Veränderung in %
Fahrzeug-Produktion						
BMW	904.335	930.221	944.072	1.059.978	1.122.308	5,9
MINI	42.395	160.037	174.366	189.492	200.119	5,6
Rolls-Royce	–	–	502	875	692	-20,9
Motorräder ¹⁾	90.478	93.010	89.745	93.836	92.012	-1,9
Fahrzeug-Auslieferungen						
BMW	880.677	913.225	928.151	1.023.583	1.126.768	10,1
MINI	24.980	144.119	176.465	184.357	200.428	8,7
Rolls-Royce	–	–	300	792	796	0,5
Motorräder ²⁾	84.713	92.599	92.962	92.266	97.474	5,6
Mitarbeiter am Jahresende ³⁾	97.275	101.395	104.342	105.972 ⁴⁾	105.798	-0,2

	2001	2002	2003	2004	2005	Veränderung in %
in Mio. Euro						
Umsatz	38.463	42.411 ⁵⁾	41.525	44.335	46.656	5,2
Investitionen	3.516	4.042	4.245	4.347	3.993	-8,1
Abschreibungen	2.159	2.143	2.370	2.672	3.025	13,2
Cashflow ⁷⁾	4.202	4.374	4.490	5.187 ⁶⁾	5.602	8,0
Operativer Cashflow ⁷⁾	4.304	4.553	4.970	6.157	6.184	0,4
Ergebnis vor Steuern	3.242	3.297	3.205	3.583 ⁶⁾	3.287	-8,3
Jahresüberschuss	1.866	2.020	1.947	2.242 ⁶⁾	2.239	-0,1

1) ohne C1, Gesamtproduktion C1 bis 2002: 33.489 Einheiten

2) ohne C1, Auslieferungen bis 2003: 32.859 Einheiten

3) Werte ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Altersteilzeit und Freizeitphase, ohne Geringverdiener

4) Bereinigt um Zukäufe von Unternehmen betrug der Personalstand am 31.12.2004 106.322 Mitarbeiter.

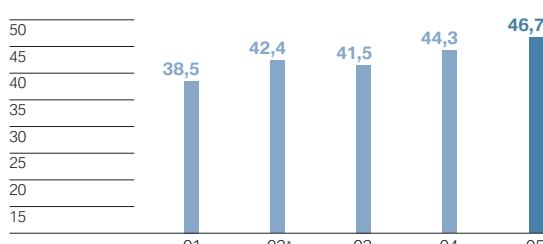
5) angepasst nach Harmonisierung der internen und externen Rechnungslegung

6) angepasst nach Neubehandlung der Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen

7) Mit dem Jahresabschluss 2005 hat die BMW Group die Berechnung des Cashflows an die im Finanzmarkt üblichen Standards angepasst. Künftig weist das Unternehmen neben dem bisher verwendeten, vereinfachten Cashflow-Begriff auch den operativen Cashflow aus, der dem in der Kapitalflussrechnung aufgeführten Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit des Industriegeschäfts entspricht.

BMW Group Umsatz

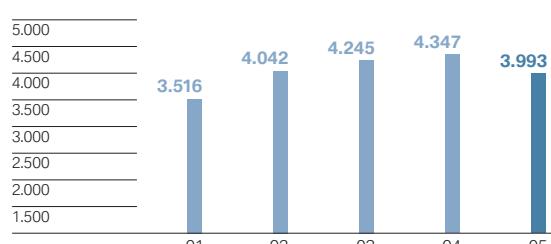
in Mrd. Euro



* angepasst nach Harmonisierung der internen und externen Rechnungslegung

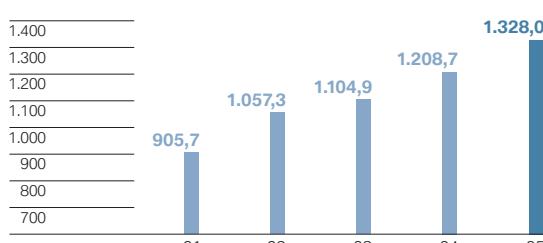
BMW Group Investitionen

in Mio. Euro



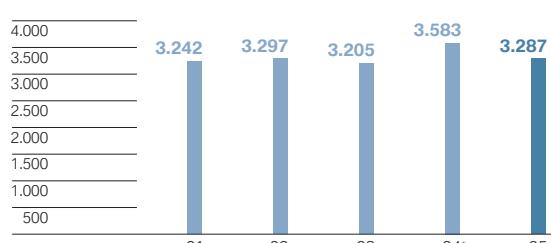
BMW Group Auslieferungen Automobile

in Tsd.



BMW Group Ergebnis vor Steuern

in Mio. Euro



* angepasst nach Neubehandlung der Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen

BMW Group in Zahlen	2
Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	4
Bericht des Aufsichtsrats	8
Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Analyse der finanzwirtschaftlichen Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Konzernbilanz und Teilkonzernbilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzern-eigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72
Corporate Governance	74
Mitglieder des Aufsichtsrats	74
Mitglieder des Vorstands	77
Corporate Governance bei der BMW Group	78
Prinzipien der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat	79
Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß § 161 AktG	81
Weitere Informationen	82
BMW Group 10-Jahres-Vergleich	82
BMW Group Standorte	84
Kontakte	86
Finanzkalender	87

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Jahr 2005 war ein anspruchsvolles Jahr für die BMW Group – und gleichzeitig eines der erfolgreichsten in der Unternehmensgeschichte.

Im Automobilabsatz haben wir im vergangenen Jahr um fast zehn Prozent zugelegt, alle drei Marken haben einen neuen Absatzhöchstwert erreicht. Gleichzeitig waren wir – wie die gesamte Automobilindustrie – im vergangenen Jahr mit massiven Belastungen aufgrund veränderter Rahmenbedingungen konfrontiert. Durch das Zusammentreffen von Währungseffekten, überdurchschnittlich hohen Rohstoffpreisen und einer hohen Wettbewerbsintensität ergaben sich besondere Herausforderungen für die BMW Group. Diesen Belastungen konnten wir durch unsere kontinuierlichen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und durch die deutlichen Absatzsteigerungen



Helmut Panke, Vorsitzender des Vorstands

zum größten Teil entgegenwirken. So haben wir letztlich auch das angestrebte Ziel erreicht, im Geschäftsjahr 2005 ein Ergebnis in etwa auf Höhe des Vorjahres – dem bisher besten Jahr in der Unternehmensgeschichte – zu erwirtschaften. Mit einem Ergebnis vor Steuern von 3.287 Mio. Euro und einem Jahresüberschuss von 2.239 Mio. Euro haben wir zwei der besten Werte in der Geschichte des Unternehmens erreicht und damit auch in einem schwierigen Umfeld die operative Kraft der BMW Group bewiesen.

Im Segment Automobile haben wir im vergangenen Jahr erneut einen Absatzrekord erzielt – zum vierten Mal in Folge. Mit der erfolgreichen Umsetzung der Produktoffensive stieg im Jahr 2005 der Motorradabsatz deutlich an, auch hier sind wir wieder auf Wachstumskurs. Das Finanzdienstleistungsgeschäft wächst weiter kräftig, die Zahl der betreuten Verträge und das Geschäftsvolumen wuchsen auch im Jahr 2005 im zweistelligen Prozentbereich. Beispiele, die den Erfolg der BMW Group belegen. Einen Erfolg, der vor allem ein Verdienst der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieses Unternehmens ist, denen ich im Namen des gesamten Vorstands nochmals ausdrücklich für ihr Engagement danke. Wie in wohl kaum einem anderen Jahr zuvor haben sie sich dafür eingesetzt, dass das anspruchsvolle Jahresziel erreicht wurde. Anerkennung gebührt auch der Handelsorganisation sowie den Geschäftspartnern unseres Unternehmens. Durch ihre Investitionen und ihr unternehmerisches Engagement haben sie entscheidend zum Erfolg der BMW Group beigetragen.

Nicht nur unter den deutschen Automobilherstellern nimmt die BMW Group heute eine Position außerordentlicher wirtschaftlicher Stärke ein. Grundlage dafür ist die unvermindert hohe Nachfrage nach den Fahrzeugen der BMW Group. Dies ist nicht selbstverständlich, und so möchte ich auch unseren Kunden danken, die im Jahr 2005 durch ihr Vertrauen in unsere Produkte den Erfolg der BMW Group ermöglichten. Mit den Kernmodellreihen der Marke BMW, dem BMW 3er, 5er und 7er, wurden wir im Jahr 2005 weltweit

Segmentführer. Neben dem BMW X3 waren im Jahr 2005 auch die BMW 1er und die 6er Reihe erstmals über den gesamten Jahresverlauf auf den Märkten verfügbar. Auch sie haben 2005 positiv zur Entwicklung der Marke BMW beigetragen und damit bestätigt, dass wir beim Ausbau unserer Produktpalette auf die richtigen Segmente gesetzt haben.

Die Marke MINI verzeichnet seit ihrem Start vor nunmehr fünf Jahren ein kontinuierliches Absatzwachstum – eine in der Branche wohl einzigartige Erfolgsstory, ebenso einzigartig wie der MINI selbst.

Auch Rolls-Royce Motor Cars entwickelte sich im vergangenen Geschäftsjahr erfolgreich. Mit 796 verkauften Rolls-Royce Phantom sind wir im absoluten Luxussegment weiter unangefochtener Marktführer. Die bereits angekündigte Erweiterung der Modellpalette wird uns helfen, diese Führung weiter auszubauen.

Wie Sie wissen, haben wir unsere Produktpalette in den vergangenen Jahren konsequent erweitert und decken damit alle für uns derzeit relevanten Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ab. Die hohe Nachfrage, insbesondere auch nach den neuen Modellreihen, zeigt, dass dieser Weg richtig ist. Denn wir wollen auch in Zukunft weiter wachsen, und wir erschließen uns durch diese Ausweitung des Angebots neue Marktchancen.

Die BMW Group setzt mit allen ihren Marken ausschließlich auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte – in einer Konsequenz, die in der Branche wohl einzigartig ist. Von der Entwicklung über die Produktion bis hin zur Vermarktung: Wir konzentrieren uns stets auf unsere Stärken und damit auf die Umsetzung des Premiumanspruchs, den wir mit jedem unserer Fahrzeuge vermitteln. Wir machen keine Kompromisse. Und wir begeben uns nicht auf Gebiete, auf denen wir nicht etwas besser können als andere. Diese Konsequenz hat den Erfolg der BMW Group in den vergangenen Jahren ermöglicht. Und sie wird das Unternehmen

auch in den kommenden Jahren zum Erfolg führen. Dafür haben wir im zurückliegenden Jahr entscheidende Weichen gestellt.

Ob es um die Expansion in neue, viel versprechende Märkte geht oder um das Wachstum in bestehenden Märkten. Mit den bereits verfügbaren Produkten oder mit neuen Modellen, die neue Kunden ansprechen. Jeder Schritt der BMW Group – sei es auf der Markt- oder auf der Produktseite – wird in dem Bewusstsein der eigenen Stärken gemacht. Dabei verfolgen wir stets einen langfristig angelegten Kurs.

Denn gerade diese langfristige Orientierung ist es, die unser Unternehmen stark und widerstandsfähig macht. Natürlich beeinflussen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auch unser Geschäft und treffen nicht nur unsere Wettbewerber. Aber wir können durch ein hohes Maß an Flexibilität im Unternehmen – denken Sie beispielsweise an unsere zahlreichen Arbeitszeitmodelle – relativ schnell auf geänderte Rahmenbedingungen reagieren. So vermeiden wir abrupte und damit teure Korrekturmanöver und bieten unseren Mitarbeitern zudem ein hohes Maß an Beschäftigungssicherheit.

Gerade weil wir die besonderen Herausforderungen des Jahres 2005 erfolgreich bewältigen konnten, bin ich umso zuversichtlicher, dass die BMW Group auch für die folgenden Jahre gut vorbereitet ist. Wir kennen unsere Stärken. Wir tun, was wir am besten können. Und wir wollen weiteren Erfolg. Gibt es bessere Voraussetzungen für ein Unternehmen? Ich gehe daher fest davon aus, dass wir auch im Jahr 2006 die Erfolgsgeschichte der BMW Group forschreiben werden.



Helmut Panke
Vorsitzender des Vorstands

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Geschäftsjahr 2005 hat der Aufsichtsrat die geschäftliche Entwicklung der BMW Group anhand schriftlicher und mündlicher Berichte des Vorstands und in gemeinsamen Aussprachen eng begleitet und sich kontinuierlich sowohl von der Wirtschaftlichkeit als auch von der Recht- und Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung des Vorstands überzeugt.

In jeder der fünf Sitzungen tagte der Aufsichtsrat nahezu vollzählig. Auf der Grundlage ausführlicher und umfassender Berichte des Vorstands und im Rahmen anschließender Beratung und Diskussion hat sich der Aufsichtsrat eingehend mit der Geschäfts- und Finanzlage, der Personalsituation, Fragen der Unternehmensstrategie, der Risikolage

und des Risikomanagements sowie ausgesuchten strategischen Sonderthemen befasst. Entscheidungen von besonderer Wichtigkeit für das Unternehmen hat der Aufsichtsrat vertieft mit dem Vorstand erörtert und, soweit nach Gesetz, Satzung oder Beschluss des Aufsichtsrats erforderlich, hierzu seine Zustimmung erteilt. Auch außerhalb und zur Vorbereitung der Sitzungen hat der Vorstand den Aufsichtsrat regelmäßig und zeitnah über die aktuelle Geschäftsentwicklung sowie über Angelegenheiten und Geschäftsvorfälle von besonderer Bedeutung informiert. Über wesentliche Vorkommnisse und Vorhaben wurde der Aufsichtsratsvorsitzende auch durch den Vorstandsvorsitzenden in direktem Kontakt fortlaufend unterrichtet.

Das Hauptaugenmerk des Aufsichtsrats galt im Geschäftsjahr 2005 wieder den konsequent auf die



Joachim Milberg, Vorsitzender des Aufsichtsrats

Premiumsegmente des Automobilgeschäfts ausgerichteten Aktivitäten des Vorstands. Durch die Vorleistungen der Vorjahre und mit den aktuellen Absatzerfolgen konnten die Finanzkraft und die Marktpräsenz der BMW Group gestärkt werden. Zum Ausbau der erreichten Marktposition unterstützt der Aufsichtsrat die Leitentscheidung des Vorstands, mit zwei neuen und eigenständigen Modellreihen die Produktionsoffensive fortzusetzen, um zusätzliche Wachstums- und Ertragspotenziale zu erschließen und damit den Wert des Unternehmens zu steigern.

Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat im Jahr 2005 mit besonderer Aufmerksamkeit die Einführung der neuen BMW 3er Reihe verfolgt und festgestellt, dass der Modellwechsel bei der meistverkauften BMW Modellreihe erfolgreich eingeleitet wurde. Die Absatzerfolge, die die im Jahr 2004 neu vorgestellten Modellreihen BMW X3, BMW 1er und BMW 6er sowie das MINI Cabrio im Berichtsjahr 2005 als erstem vollen Jahr der Verfügbarkeit erzielten, hat der Aufsichtsrat ebenfalls mit Anerkennung zur Kenntnis genommen. Der Erfolg der neuen Modelle sowie die deutliche Steigerung des Automobilabsatzes der BMW Group insgesamt belegen auch aus Sicht des Aufsichtsrats die Zukunftsfähigkeit der vom Vorstand verfolgten Strategie mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce.

Die dank der bereits im Geschäftsjahr 2004 eingeleiteten Produktionsoffensive insgesamt positive Geschäftsentwicklung im Segment Motorräder war ebenfalls Gegenstand der Berichterstattung des Vorstands im Aufsichtsrat.

Über die geplante Kooperation mit der Daimler-Chrysler AG und der General Motors Corporation zur gemeinsamen Entwicklung eines Hybridantriebs war der Aufsichtsrat vorab durch den Vorstand unterrichtet worden.

Ferner erörterte der Aufsichtsrat mit dem Vorstand den weiteren Ausbau der Marktpräsenz der BMW

Group, beispielsweise durch den Aufbau einer Fertigungs- und Vertriebsgesellschaft in Indien.

Darüber hinaus hat sich der Aufsichtsrat regelmäßig anhand mündlicher und schriftlicher Berichte des Vorstands über die Situation von Wettbewerbern in wichtigen Märkten, über die Entwicklung der Rohstoffpreise, die Wechselkursentwicklung des Euro gegenüber dem US-Dollar und anderen wichtigen Währungen, die Strategie der BMW Group im Währungsmanagement und die Auswirkungen dieser Faktoren auf die Geschäftsentwicklung des Unternehmens näher unterrichten lassen.

Dem Vorschlag an die Hauptversammlung 2005, den Vorstand zum Rückkauf und zur Einziehung eigener Aktien zu ermächtigen, hat sich der Aufsichtsrat angeschlossen, um auch die Orientierung des Unternehmens an den Interessen der Aktionäre zu unterstreichen.

Der Aufsichtsrat hat sich über die Auswirkungen des globalen demografischen Wandels auf die BMW Group, auch speziell in Deutschland, berichten lassen und mit dem Vorstand über Lösungsansätze für die Personal- und Produktpolitik diskutiert.

Eine Sitzung des Aufsichtsrats fand am Standort des neuen BMW Werks in Leipzig statt. In Leipzig konnte sich der Aufsichtsrat auch vor Ort von dem erfolgreichen Produktionsanlauf des neuen BMW 3er ein Bild machen.

In seiner Sitzung im Dezember 2005 hat sich der Aufsichtsrat eingehend mit der längerfristigen Unternehmensplanung der BMW Group befasst und diese ebenso wie die Jahresplanung für das Geschäftsjahr 2006 gebilligt.

Auch vor dem Hintergrund der Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex im Jahr 2005 haben sich Aufsichtsrat und Vorstand erneut ausführlich der Corporate Governance im Unter-

nehmen gewidmet. Beide Gremien haben die Ent sprechenserklärung nach §161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben: Die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der am 4. Juli 2003 bekannt gemachten Fassung wurden und die am 12. Juli 2005 im Rahmen der Neufassung des Kodex veröffentlichten Empfehlungen werden bis auf wenige Ausnahmen erfüllt (s. Seite 81). In diesem Zusammenhang hat sich der Aufsichtsrat auch über die für die BMW AG durch das Gesetz über die Offenlegung der Vorstandsvergütungen (VorstOG) mit Beginn des Geschäftsjahres 2006 geänderte Rechtslage und verschiedene Handlungsalternativen informiert. In der Sitzung im Dezember 2005 hat der Aufsichtsrat auch die Effizienz seiner eigenen Arbeit hinterfragt und auf Verbesserungsmöglichkeiten untersucht.

Der Aufsichtsrat hatte bereits in seiner konstituierenden Sitzung im Geschäftsjahr 2004 neben dem Präsidium insgesamt drei Ausschüsse gebildet, deren Besetzung im abgelaufenen Geschäftsjahr unverändert blieb. Die Besetzung der Ausschüsse ist der Aufstellung auf Seite 74 zu entnehmen. Über die Ausschussarbeit hat der Vorsitzende regelmäßig dem Aufsichtsrat berichtet.

Der Tätigkeitsschwerpunkt der fünf Sitzungen des Präsidiums lag in der Vorbereitung der Aufsichtsratssitzungen, insbesondere der Steuerung komplexer Themen. Ferner hat sich das Präsidium über die Auswirkungen des Gesetzes zur Unternehmensintegrität und Modernisierung des Anfechtungsrechts (UMAG) berichten lassen und sich mit den

Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex befasst.

Der Bilanzausschuss (Prüfungsausschuss) kam im Berichtszeitraum zu zwei Sitzungen zusammen. In Vorbereitung der Bilanzaufsichtsratssitzung holte der Bilanzausschuss auch eine Unabhängigkeitserklärung des später von der Hauptversammlung 2005 gewählten Abschlussprüfers ein und erarbeitete Prüfungsschwerpunkte für die Erteilung des Prüfungsauftrags auch unter Berücksichtigung der für das Geschäftsjahr 2005 erstmaligen Anwendung neuer bzw. überarbeiteter IFRS-Standards. Des Weiteren behandelte der Bilanzausschuss Fragen des Risikomanagements, einschließlich der Bewertung von Währungsrisiken.

Der Personalausschuss befasste sich in insgesamt fünf Sitzungen mit der Zusammensetzung des Vorstands und einzelnen Vertragsthemen und überprüfte die Angemessenheit der Vergütung des Vorstands, und zwar auch im Vergleich zu anderen DAX-Unternehmen. Ferner ließ sich der Personalausschuss eingehend über die Personalführung und das Personalmanagement der BMW Group berichten.

Der gesetzliche Vermittlungsausschuss (§27 Abs. 3 MitbestG) musste im Geschäftsjahr 2005 nicht zusammentreten.

Der Jahresabschluss der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft und der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005 sowie der mit dem Lagebericht zusammengefasste Konzernlagebericht wurden

durch die KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Jeweils in Gegenwart des Abschlussprüfers, der über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung berichtete und ergänzende Auskünfte erteilte, haben sich zunächst der Bilanzausschuss am 24. Februar 2006 und sodann der Aufsichtsrat am 9. März 2006 mit den vorgenannten Unterlagen des Vorstands gründlich auseinandergesetzt und diese geprüft. Die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers lagen allen Mitgliedern des Aufsichtsrats vor.

Der Aufsichtsrat hat dem Ergebnis der Abschlussprüfung zugestimmt und den vom Vorstand für das Geschäftsjahr 2005 aufgestellten Jahresabschluss sowie den Konzernabschluss der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft gebilligt. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt.

Den Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns hat der Aufsichtsrat ebenfalls geprüft. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Vorschlag des Vorstands an, der eine Dividende von 0,64 Euro je dividendenberechtigter Stammaktie und von 0,66 Euro je dividendenberechtigter Vorzugsaktie vorsieht. Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung des Aufsichtsrats sind keine Einwendungen zu erheben.

Im Geschäftsjahr 2005 haben sich im Aufsichtsrat keine personellen Änderungen ergeben. Die Be-

setzung ist im Einzelnen auf Seite 74 bis 76 dargestellt.

Die Amtszeit von Herrn Volker Doppelfeld, dessen Wirken wir im vorjährigen Bericht des Aufsichtsrats und anlässlich der Hauptversammlung am 12. Mai 2005 dargestellt und gewürdigt haben, endet mit Beendigung der diesjährigen ordentlichen Hauptversammlung am 16. Mai 2006. Da Herr Doppelfeld die Altersgrenze erreicht hat, wird er sich nicht mehr zur Wiederwahl stellen. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Doppelfeld für die langjährige vertrauliche Zusammenarbeit und seine großen Verdienste um die BMW Group als Mitglied des Vorstands sowie als Mitglied und Vorsitzender des Aufsichtsrats.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und den Mitarbeitern für ihren tatkräftigen Einsatz, der maßgeblich dazu beigetragen hat, dass die BMW Group das zurückliegende Geschäftsjahr wiederum sehr erfolgreich gemeistert hat.

München, im März 2006
Der Aufsichtsrat



Joachim Milberg
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Konzernlagebericht **Das Geschäftsjahr im Überblick**

BMW Group in schwierigem Umfeld erfolgreich

Im Jahr 2005 hat die BMW Group trotz eines schwierigen Umfelds ihre erfolgreiche Geschäftsentwicklung fortgesetzt. Mit einem deutlichen Zuwachs im Automobilabsatz hat das Unternehmen seine führende Position in den Premiumsegmenten der internationalen Automobilmärkte weiter ausgebaut. Besondere Herausforderungen ergaben sich im Berichtsjahr durch das Zusammentreffen von Währungseffekten, überdurchschnittlich hohen Rohstoffpreisen und einer hohen Wettbewerbsintensität auf den internationalen Automobilmärkten. Dennoch stellte die BMW Group im Jahr 2005 erneut ihre operative Stärke unter Beweis. Aufgrund der deutlichen Steigerung des Automobilabsatzes sowie kontinuierlicher Maßnahmen zur Effizienzsteigerung konnten die externen Faktoren bis zum Jahresende nahezu vollständig ausgeglichen werden. Das Ergebnis vor Steuern lag mit 3.287 Mio. Euro um 8,3% unter dem Rekordwert aus dem Vorjahr.

Im Segment Automobile wirkten sich die genannten exogenen Effekte am stärksten aus. Verglichen mit dem Rekordwert aus dem Vorjahr ging das Ergebnis des Segments im Berichtszeitraum um 5,9% auf 2.976 Mio. Euro zurück.

Nach der kurzfristigen Abschwächung im Vorjahr konnte das Segment Motorräder wieder auf den Wachstumspfad der vergangenen Jahre zurückkehren und im Absatz deutlich zulegen. Das Ergebnis des Segments stieg im Vorjahresvergleich um 93,5% auf 60 Mio. Euro.

Das kräftige Wachstum im Finanzdienstleistungsgeschäft bildet weiterhin die Grundlage für eine sehr erfreuliche Ergebnisentwicklung. Mit 605 Mio. Euro übertraf das Ergebnis des Segments Finanzdienstleistungen den bisherigen Höchstwert aus dem Vorjahr um 17,5%.

Neben den operativen Belastungen wirkten sich auch Effekte aus Fair-Value-Bewertungen auf das

Konzernergebnis aus. So führte die negative Marktwertentwicklung der Optionsverpflichtung aus der Umtauschanleihe auf die von der BMW Group gehaltenen Anteile an der Rolls-Royce plc, London, im Jahr 2005 zu einer rechnerischen Belastung des Konzernergebnisses von 308 Mio. Euro gegenüber dem Vergleichswert aus dem Vorjahr.

Positive Steuereffekte reduzierten im Jahr 2005 die Steuerlast des Konzerns. Mit einem Jahresüberschuss von 2.239 Mio. Euro wurde der hohe Vorjahreswert nahezu erreicht (-0,1%).

Dividendenerhöhung vorgeschlagen

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung vor, den Bilanzgewinn der BMW AG in Höhe von 424 Mio. Euro zur Ausschüttung einer Dividende von 0,64 Euro je dividendenberechtigter Stammaktie (2004: 0,62 Euro) und 0,66 Euro je dividendenberechtigter Vorzugsaktie (2004: 0,64 Euro) im Nennwert von jeweils 1 Euro zu verwenden.

Programm zum Rückkauf von Stammaktien

Die Hauptversammlung der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft hat den Vorstand am 12. Mai 2005 ermächtigt, über die Börse eigene Aktien bis zu insgesamt 10% des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals zu erwerben und ohne weiteren Beschluss der Hauptversammlung einzuziehen. In Ausübung dieser Ermächtigung hat der Vorstand der BMW AG am 20. September 2005 ein Aktienrückkaufprogramm über die Börse beschlossen. Im Rahmen des Programms wurden Stammaktien im Umfang von 20.232.722 Stück, d.h. 3% des Grundkapitals erworben. Der Erwerb erfolgte zum Zweck der späteren Einziehung der Aktien und Herabsetzung des Grundkapitals. Bis zum Ende des Jahres 2005 wurden insgesamt 13.488.480 Stammaktien erwor-

Die BMW Group hat zur Erhöhung der Transparenz in der Berichterstattung entschieden, eine vom IASB neu eröffnete Möglichkeit zur Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen zu nutzen. Dies hat zu Veränderungen in der Bilanz und der Gewinn- und Verlust-Rechnung geführt. Die folgenden Erläuterungen zur finanziellen Situation basieren auf den zu Vergleichszwecken angepassten Vorjahreszahlen. Eine detaillierte Darstellung der Veränderungen ist unter Anhangsangabe 8b in der Langfassung des Geschäftsberichts zu finden.

gen zur finanziellen Situation basieren auf den zu Vergleichszwecken angepassten Vorjahreszahlen. Eine detaillierte Darstellung der Veränderungen ist unter Anhangsangabe 8b in der Langfassung des Geschäftsberichts zu finden.

ben, was 2 % des Grundkapitals entspricht. Dies geschah zu einem durchschnittlichen Kurs von 37,49 Euro. Inklusive Erwerbsnebenkosten wurden im Berichtsjahr rund 506 Mio. Euro für den Aktienrückkauf verwendet.

Umsatz auf neuen Höchstwert gestiegen

Auf Basis des kräftigen Absatzwachstums und der weiter sehr erfreulichen Entwicklung im Finanzdienstleistungsgeschäft stieg im Geschäftsjahr 2005 der Umsatz des Konzerns um 5,2 % auf 46.656 Mio. Euro. Währungseffekte wirkten sich im Berichtsjahr nur geringfügig auf die Umsatzentwicklung aus, das Umsatzwachstum wäre währungsbereinigt lediglich um 0,1 Prozentpunkte schwächer ausgefallen.

Der Umsatz im Segment Automobile erreichte im Berichtsjahr 45.861 Mio. Euro und stieg damit im Vorjahresvergleich um 7,8 %.

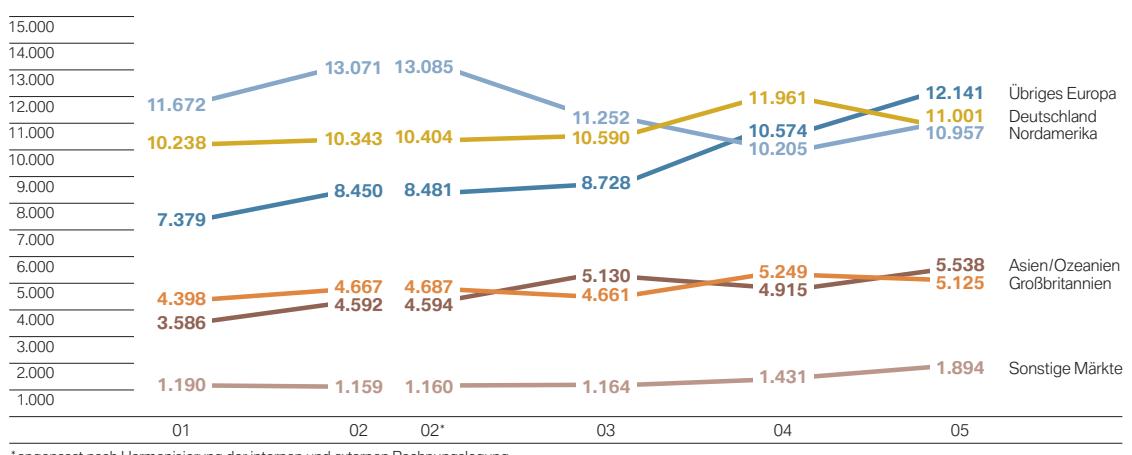
Im Segment Motorräder stieg der Umsatz um 18,9 % auf 1.223 Mio. Euro. Die im Vorjahr eingeleitete Produktoffensive wirkte sich dabei positiv auf die Umsatzentwicklung aus.

Der Umsatz im Segment Finanzdienstleistungen betrug im Berichtsjahr 9.408 Mio. Euro, das entspricht einem Plus von 14,4 % gegenüber dem Vorjahreswert.

Investitionssumme gesunken

Verglichen mit dem Vorjahr ist das Investitionsvolumen der BMW Group im Jahr 2005 zurückgegangen, da der Großteil der Investitionen in das neue BMW Werk Leipzig im Jahr 2004 angefallen ist und der Vorjahreswert zudem durch die Investitionen für den Modellwechsel der BMW 3er Modellreihe überdurchschnittlich hoch war. Im Jahr 2005 investierte die BMW Group 2.597 Mio. Euro in Sachanlagen und Übrige immaterielle Vermögenswerte, das sind

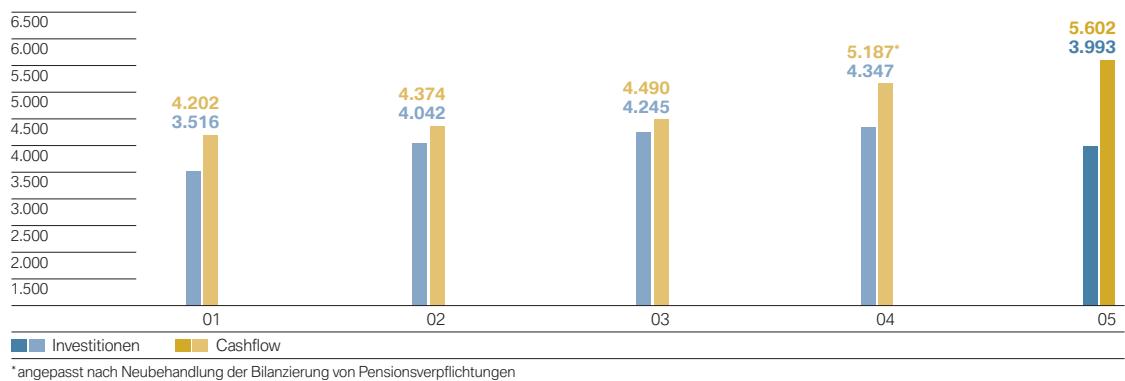
BMW Group Umsatzerlöse nach Regionen
in Mio. Euro



Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

BMW Group Investitionen und Cashflow

in Mio. Euro



Mit dem Jahresabschluss 2005 hat die BMW Group in der externen Berichterstattung die Berechnung des Cashflows an die im Finanzmarkt üblichen Standards angepasst. Künftig weist die BMW Group neben dem hier verwendeten Cashflow-Begriff auch den operativen Cashflow aus, der dem in der Kapitalflussrechnung aufgeführten Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit des Industriegeschäfts entspricht. Die Werte aus der bisherigen, vereinfachten Cashflow-Berechnung sowie der operative Cashflow sind zu Vergleichszwecken in der Zehn-Jahres-Übersicht auf den Seiten 82 und 83 aufgeführt.

19,5 % weniger als im Vorjahr. Hinzu kommen gemäß IAS 38 aktivierte Entwicklungskosten in Höhe von 1.396 Mio. Euro (Vorjahr 1.121 Mio. Euro, +24,5 %), so dass sich insgesamt ein Zugang von 3.993 Mio. Euro zum Anlagevermögen ergibt. Dies entspricht einem Rückgang der Investitionssumme von 8,1 % im Vergleich mit dem entsprechenden Vorjahreswert.

Der Anstieg der aktivierten Entwicklungskosten ergibt sich erwartungsgemäß aus dem im Berichtsjahr höheren Umfang von Serienentwicklungsprojekten. Die Aktivierungsquote bei den Entwicklungskosten lag im Geschäftsjahr 2005 bei 44,8 %, nach 39,8 % im Vorjahr.

Inklusive der aktivierten Entwicklungskosten liegt die Investitionsquote, also das Verhältnis der Investitionen zum Konzernumsatz, im Jahr 2005 bei 8,6 % (Vorjahr 9,8 %).

Der Schwerpunkt der Investitionen der BMW Group lag auch im Jahr 2005 im weiteren Ausbau des weltweiten Produktionsnetzwerks sowie in der Erweiterung des Vertriebsnetzes. Neben dem weiteren Aufbau des BMW Werks Leipzig wurden umfangreiche Erweiterungsmaßnahmen in den bestehenden Werken sowie Vorleistungen für die Anläufe neuer Modelle realisiert.

Rahmenbedingungen

Wirtschaftliches Umfeld Konjunkturdevelopment 2005

Die Weltwirtschaft ist im Jahr 2005 erneut kräftig gewachsen, allerdings lagen die Wachstumsraten leicht unter den Vorjahreswerten. Dies ist vor allem auf den starken Anstieg der Preise für Rohöl und andere Rohstoffe zurückzuführen, der auf Unternehmensseite zu einer höheren Kostenbelastung und auf Verbraucherseite zu einem weiteren Kaufkraftentzug geführt hat. Diese dämpfenden Effekte konnten nur zum Teil durch die verstärkte Nachfrage aus den Rohstoff exportierenden Ländern kompensiert werden.

Die Wirtschaft der USA übernahm im Jahr 2005 einmal mehr die Rolle des Konjunkturmotors. Gestützt durch die positive Entwicklung des Arbeitsmarkts und den starken Anstieg der Immobilienpreise kamen im Jahr 2005 vom privaten Konsum erneut kräftige Impulse für die US-Wirtschaft. Neben einer robusten Investitionstätigkeit gab es zudem erstmals positive Signale vom Außenhandel. Eine Verringerung des Leistungsbilanzdefizits hat sich daraus jedoch noch nicht ergeben. Insgesamt ist das US-amerikanische Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2005 um 3,5% gewachsen.

Auch die Wirtschaft in den neuen EU-Mitgliedsländern wuchs im Jahr 2005 weiter kräftig. Neben dem Außenhandel trug auch hier die Binnennachfrage kräftig zum Aufschwung bei, zumal in einigen Ländern Impulse von der Geld- und der Fiskalpolitik ausgingen.

Im Euro-Währungsgebiet blieb die konjunkturelle Dynamik hingegen schwach. Zwar konnte sich die europäische Wirtschaft von der Wachstumsschwäche zu Jahresbeginn erholen, der Ölpreisanstieg und der gegenüber dem US-Dollar weiterhin starke Euro dämpften jedoch die Entwicklung im Jahresverlauf. Positive Impulse kamen dabei in den meisten Ländern eher vom Export, während sich die Binnenvirtschaft weiterhin verhalten entwickelte. Insgesamt wuchs die Wirtschaft in der Eurozone im Jahr 2005 lediglich um rund 1,5%.

In Deutschland verlief die wirtschaftliche Erholung weiterhin sehr schlepend. Wie das übrige

Europa konnte die deutsche Wirtschaft zwar von der Beschleunigung der Weltwirtschaft seit Beginn des Jahres 2005 profitieren. Allerdings wirkte neben der seit Jahren andauernden Baukrise vor allem die anhaltende Konsumzurückhaltung hemmend, so dass die deutsche Wirtschaft im Jahr 2005 trotz starker außenwirtschaftlicher Impulse lediglich um weniger als 1% wuchs.

Aus Asien kamen im Jahr 2005 die stärksten Impulse für die Weltwirtschaft. In China konnte wie in den Vorjahren mit über 9% der kräftigste Anstieg verzeichnet werden und auch in Indien stieg das Bruttoinlandsprodukt deutlich an, der Zuwachs lag bei mehr als 7%. In den südostasiatischen Ländern war ein Wachstum von rund 4,5% zu verzeichnen.

Japan hat die Rezession des Jahres 2004 überwunden. Die wieder stärker gestiegene Auslandsnachfrage hat hierzu ebenso beigetragen wie die deutlich ausgeweitete Binnennachfrage. Die ausgewogene Wachstumsstruktur deutet auf eine Überwindung der langjährigen Schwächezephase hin, zumal die Deflationstendenzen ebenfalls langsam schwächer werden. Insgesamt konnte die japanische Wirtschaft im Jahr 2005 um rund 2,5% wachsen.

US-Dollar gewinnt im Jahresverlauf an Wert

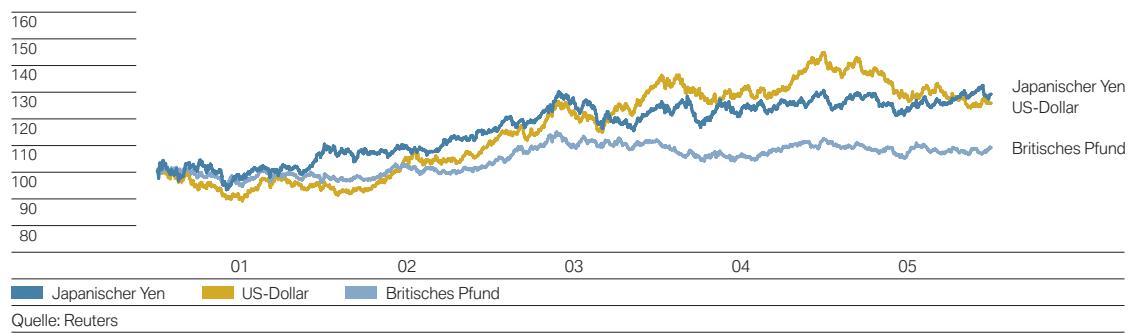
Im Verlauf des Jahres 2005 entwickelte sich der US-Dollar zu Gunsten der exportorientierten Unternehmen in Europa. Der Euro fiel von seinem Höchststand von über 1,34 Dollar bis unter 1,17 Dollar und notierte zum Jahresende bei 1,18 Dollar, rund 13% unter dem Kurs zu Jahresbeginn. Neben der weiterhin bestehenden Wachstumsdifferenz zwischen dem Euroraum und den USA trug der größer werdende Zinsabstand zur Schwächung des Euro bei. Angesichts dieser Faktoren trat das Leistungsbilanzdefizit der USA in den Hintergrund. Langfristig ist jedoch damit zu rechnen, dass es wieder an Bedeutung gewinnt; das Risiko einer Euro-Aufwertung bleibt also bestehen.

Das britische Pfund schwankte im Jahr 2005 innerhalb einer sehr engen Bandbreite zwischen 0,71 und 0,66 Pfund pro Euro.

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Wechselkurse im Vergleich zum Euro

(Index: 1. Januar 2001 = 100)



Quelle: Reuters

Nach einer Phase der Aufwertung verlor der Yen gegenüber dem Euro seit der Jahresmitte 2005 wieder an Wert. Dies steht eher im Gegensatz zu den Fundamentaldaten, da die japanische Wirtschaft sich von ihrer Rezession erholt hat und ein solideres Wachstum erwarten lässt als der Euroraum.

Rohstoffpreise: weiterer Anstieg im Jahr 2005

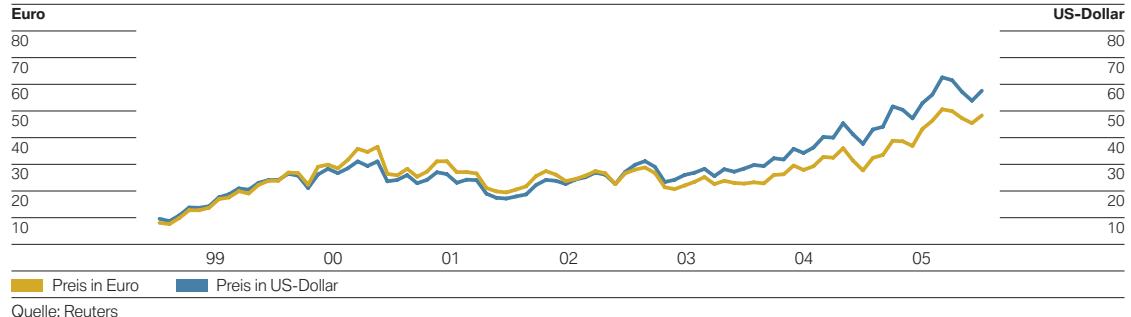
Der Ölpreis ist im Jahr 2005 erneut deutlich gestiegen. Maßgeblich hierfür waren die anhaltenden Engpässe bei der Ölförderung und -weiterverarbeitung bei einer weiterhin kräftig steigenden Öl nachfrage. Zusätzlich in die Höhe getrieben wurde der Ölpreis durch Naturkatastrophen, die sowohl die Förderung

als auch die Weiterverarbeitung beeinträchtigten, sowie durch ein erhöhtes Maß an Spekulation, die in Zeiten knapper Kapazitäten mehr Einfluss auf den Preis hat als üblich.

Auf dem Stahlmarkt hat sich die Lage seit Beginn des Jahres 2005 etwas entspannt. Die stark steigende Nachfrage aus China und aus den asiatischen Schwellenländern hatte den Preis seit dem Jahr 2002 in die Höhe getrieben. Aus Angst vor weiteren Preissteigerungen wurden zum Jahresende 2004 massiv Vorräte gebildet; zudem hat China seine Produktion stark gesteigert und ist mittlerweile sogar Nettoexporteur von Stahl. Dies hat seit Beginn des Jahres 2005 zu einem Rückgang der Preise

Ölpreis

Preis je Barrel der Marke Brent



geführt. Allerdings lag zum Jahresende der Preis für eine Rolle kalt gerollten Stahl mit 550 US-Dollar immer noch etwa 20 % über dem Vorjahresniveau.

Bei den Edelmetallen hält der Preisanstieg hingegen unvermindert an. Auch hier wirken die Nachfragesteigerungen aus dem asiatischen Raum preistreibend. Hinzu kommt, dass aufgrund des globalen Liquiditätsüberschusses und der damit verbundenen niedrigen Zinsen verstärkt Rohstoffe als Anlageform gesucht werden.

Die Automobilmärkte im Jahr 2005

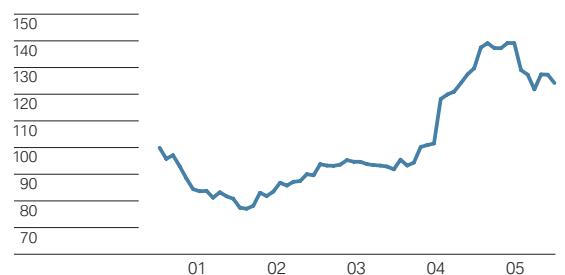
Die weltweite Nachfrage nach Automobilen ist im Jahr 2005 gegenüber dem Vorjahr moderat gestiegen. Dabei war die Dynamik in den Triademärkten USA, Westeuropa und Japan deutlich geringer als in Südostasien und Lateinamerika.

In den USA stagnierte der Automobilabsatz im Jahr 2005 bei 16,9 Mio. PKW (Light Vehicles). Zwar konnten die Verkäufe in den Sommermonaten dank massiv ausgeweiteter Kaufanreize der US-Hersteller deutlich gesteigert werden, dies konnte das fehlende Absatzvolumen in den Monaten davor und danach aber nur knapp kompensieren. Trotz dieser Maßnahmen sank der Marktanteil der US-amerikanischen Hersteller im Jahr 2005 erneut.

In Westeuropa war ebenfalls nur eine Seitwärtsbewegung beim Automobilabsatz zu beobachten, so dass die Zahl der verkauften PKW im Jahr 2005 im Vorjahresvergleich nahezu unverändert bei rund

Stahlpresentwicklung

(Index: Januar 2001 = 100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

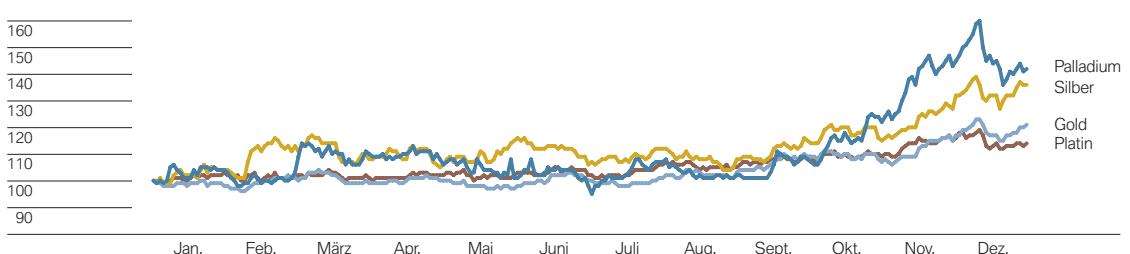
14,5 Mio. lag. Während in Deutschland mit 2,3 % und in Frankreich mit 2,7 % wieder etwas kräftigere Zuwächse verzeichnet werden konnten, entwickelte sich der spanische Markt mit einem Plus von 0,8 % verhaltener. In Italien sanken die Verkäufe hingegen um 1,3 %, in Großbritannien sogar um 5,0 %.

In den neuen EU-Mitgliedsländern muss der Automobilmarkt seit dem Beitritt im Mai 2004 sowohl höhere Preise als auch höhere Importe von Gebrauchtwagen verkraften. Seither hat sich der Aufschwung auf dem Automobilmarkt nicht fortgesetzt, im Jahr 2005 kam es teilweise sogar zu massiven Rückgängen in den einzelnen Ländern.

Der Automobilmarkt in Russland konnte hingegen auch im Jahr 2005 mit einem Plus von rund 10 % ein robustes Wachstum verzeichnen.

Preisentwicklung der Edelmetalle im Jahr 2005

(Index: 3. Januar 2005 = 100)



Quelle: Reuters

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Die Entwicklung auf den asiatischen Automobilmärkten blieb auch im Jahr 2005 dynamisch. Der chinesische Automobilmarkt konnte die Wachstumsdelle vom Jahresbeginn schnell überwinden und schwenkte wieder auf einen robusten Wachstumspfad ein, so dass im Jahresdurchschnitt ein Plus von etwa 25 % erzielt wurde. Die Entwicklung des indischen Marktes, der mittlerweile nach Japan und China der drittgrößte Markt in der Region Asien ist, verlief etwas moderater als in den vergangenen Jahren, es konnte aber immer noch ein Wachstum von 6,5 % erzielt werden. Der südkoreanische Markt, der in den letzten Jahren massiv eingebrochen war, erholte sich aufgrund des moderaten Konjunkturaufschwungs im Lauf des Jahres 2005 und wies im Jahresdurchschnitt sogar ein Wachstum von 7,3 % auf. In Japan wirkte sich der Konjunkturaufschwung hingegen nicht auf die Automobilabsätze aus, aufgrund eines schwachen zweiten Halbjahres stagnierte die Zahl der Neuzulassungen im Vorjahresvergleich.

In den Märkten Lateinamerikas hat sich das starke Wachstum des Vorjahrs etwas abgeschwächt. Nachdem sich die Neuzulassungen in Argentinien im Jahr 2004 von einem niedrigen Niveau aus verdoppelt hatten, stiegen sie auch 2005 noch einmal um fast 30 %. In Brasilien konnte die Wachstumsrate von knapp 10 % auch im Jahr 2005 wieder erreicht werden.

Die Motorradmärkte im Jahr 2005

Im Jahr 2005 wuchs der Weltmarkt für Motorräder um rund 7 %. Das für die BMW Group relevante Segment für Motorräder über 500 ccm Hubraum wuchs weltweit um 4,4 %.

Während in Deutschland in der Klasse ab 500 ccm mit einem Minus von 7,4 % zum sechsten Mal in Folge ein Marktrückgang zu verzeichnen war, erreichten die Märkte in Italien und Großbritannien knapp das Vorjahresniveau. Den mit 37,9 % deutlichsten Anstieg der Neuzulassungen von Motorrädern über 500 ccm gab es in Spanien.

In den USA wuchs der entsprechende Markt im Jahr 2005 mit 7,2 %, wobei der Großteil des Wachs-

tums in den Segmenten Supersport und Cruiser zu verzeichnen war.

Rahmenbedingungen für das Finanzdienstleistungsgeschäft im Jahr 2005

Das Finanzdienstleistungsgeschäft des Jahres 2005 wurde erwartungsgemäß durch einen Anstieg der Geld- und Kapitalmarktzinsen, insbesondere in den USA und der Eurozone, sowie die Straffung der Geldpolitik durch die wichtigsten Zentralbanken geprägt. So erhöhte die US-Notenbank die Leitzinsen im Jahresverlauf 2005 in mehreren Schritten von 2,25 % auf 4,25 %. Dies führte, verbunden mit ungewöhnlich niedrigen Zinssätzen am langen Ende der US-Dollar-Zinsstrukturkurve, zu einer signifikanten Verflachung dieser Zinskurve. In der Eurozone fand nach historisch niedrigen Leitzinsen im Dezember 2005 die erste Zinsanhebung auf 2,25 % statt. Zudem ist der Markt für automobile Finanzdienstleistungen durch eine zunehmende Wettbewerbsintensität gekennzeichnet.

Geschäftsverlauf

Alle Marken der BMW Group mit Absatzplus

Im Jahr 2005 konnte die BMW Group weltweit 1.327.992 Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce an Kunden ausliefern und damit einen Höchstwert beim Automobilabsatz verzeichnen. Gegenüber dem Vorjahr lag der Anstieg bei 9,9%.

Die Absatzsteigerung bei der Marke BMW betrug 10,1% auf 1.126.768 Fahrzeuge. Von den Automobilen der Marke MINI wurden im selben Zeitraum 200.428 Fahrzeuge verkauft, 8,7% mehr als im Vorjahr. Hinzu kommen 796 Rolls-Royce Automobile (+0,5%), die im Jahr 2005 an Kunden ausgeliefert wurden.

Kräftiges Absatzplus in nahezu allen Märkten

In Nordamerika stieg der Automobilabsatz der BMW Group im Jahr 2005 um 4,1% auf 328.952 Fahrzeuge. Wie schon im Vorjahr bleibt die BMW Group erfolgreichster europäischer Premiumhersteller auf dem amerikanischen Markt.

Der Absatz der BMW Group in den USA übertraf erstmals die Marke von 300.000 Fahrzeugen. Die USA sind weiterhin der weltweit größte Markt für die BMW Group, dort wurden im Jahr 2005 insgesamt 307.395 Fahrzeuge ausgeliefert. Während der Gesamtmarkt nur um 0,5% wuchs, konnte die BMW Group ein Absatzplus von 3,7% verzeichnen.

In Europa stieg der Absatz der BMW Group im Jahr 2005 um 10,2% auf 802.891 Fahrzeuge.

Deutschland ist mit deutlichem Abstand der größte Markt der BMW Group in Europa. Von Januar bis Dezember 2005 wurden hier 295.885 Fahrzeuge

der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce ausgeliefert, 4,3% mehr als im Vorjahr.

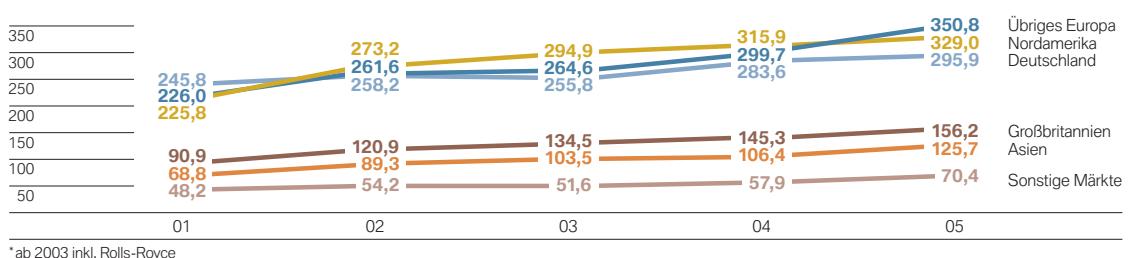
Der Absatz der BMW Group in Großbritannien wuchs im Jahr 2005 im Vorjahresvergleich um 7,5% und lag bei 156.234 Automobilen. Dies ist umso bemerkenswerter, als im gleichen Zeitraum der Gesamtautomobilmarkt in Großbritannien um 5,0% schrumpfte.

Auch in den anderen europäischen Märkten verzeichnetet die BMW Group ein deutliches Absatzplus. So stiegen im Jahr 2005 die Verkaufszahlen in Italien um 16,9% auf 90.340 Fahrzeuge und in Spanien sogar um 29,5% auf 55.998 Fahrzeuge. Einen deutlichen Zuwachs konnte die BMW Group im Jahr 2005 auch in Frankreich mit 52.927 (+13,2%) verkauften Fahrzeugen verzeichnen. In Portugal, wo die BMW Group zu Jahresbeginn 2005 eine Vertriebsgesellschaft eröffnet hat, betrug das Plus 51,6%, der Gesamtabsatz der BMW Group lag dort im Jahr 2005 bei 8.695 Fahrzeugen. Die größte Steigerungsrate weltweit erzielte die BMW Group in Ungarn, mit einem Anstieg von 61,8% auf 1.514 Fahrzeuge.

In Asien erreichte das Absatzvolumen der BMW Group im Jahr 2005 insgesamt 125.747 Automobile, gegenüber dem Vorjahr entspricht das einer Steigerung von 18,2%. Japan bleibt in dieser Region auch im Jahr 2005 der größte Einzelmarkt, mit 58.811 ausgelieferten Fahrzeugen wurde ein deutscher Absatzanstieg von 13,5% erreicht.

Auf den chinesischen Märkten (China, Hongkong und Taiwan) legte die Nachfrage nach Fahrzeugen

BMW Group Auslieferungen Automobile* nach Regionen und Märkten
in Tsd.



Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72



der BMW Group mit einem Plus von 35,9 % auf 33.060 Fahrzeuge deutlich zu.

Marke BMW weltweit erfolgreichste Premiumautomobilmarke

Die Marke BMW ist mit einem Absatz von 1.126.768 Fahrzeugen die erfolgreichste Premiumautomobilmarke der Welt, verglichen mit dem Vorjahr betrug die Absatzsteigerung 10,1%.

Seit September 2004 bietet die BMW Group mit dem BMW 1er ein Premiumautomobil in der von Volumenherstellern dominierten Kompaktklasse an. Die Nachfrage entwickelt sich sehr positiv. Im ersten vollen Jahr der Marktpräsenz 2005 erreichte der Absatz 149.493 Fahrzeuge.

Trotz des Modellwechsels der BMW 3er Limousine ist der BMW 3er weltweit die erfolgreichste Modellreihe im Segment der Premiummittelklasse. Im Jahr 2005 wurden insgesamt 434.342 Fahrzeuge der 3er Modellreihe ausgeliefert (-3,4%). Das meistverkaufte Automobil der BMW Group ist die neue BMW 3er Limousine. Sie steht mit 229.932 Auslieferungen seit Markteinführung im März 2005 für 17,3% des Gesamtabsatzes der BMW Group im Jahr 2005. Die Markteinführung des neuen BMW 3er Touring begann im September, bis Ende Dezember 2005 konnten bereits 27.049 Fahrzeuge an Kunden übergeben werden. Ferner wurden 31.841 BMW 3er Coupés sowie 31.679 BMW 3er Cabrios verkauft.

Wie die BMW 3er Modellreihe ist auch die BMW 5er Modellreihe in ihrem Segment weltweit Absatzspitzenreiter. Mit 228.389 im Berichtsjahr verkauften Automobilen (-0,5%) hat sie das hohe Vorjahresniveau gehalten. Mehr als drei Viertel des Absatzes entfielen auf die BMW 5er Limousine (177.719 Fahrzeuge), vom 5er Touring wurden 50.670 Fahrzeuge ausgeliefert.

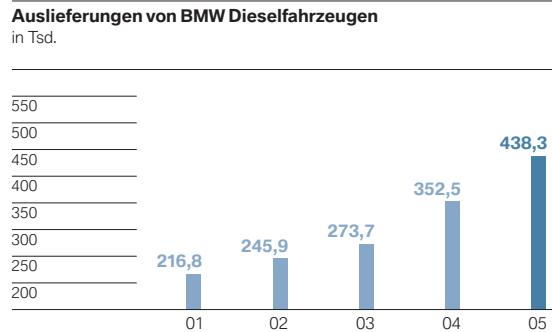
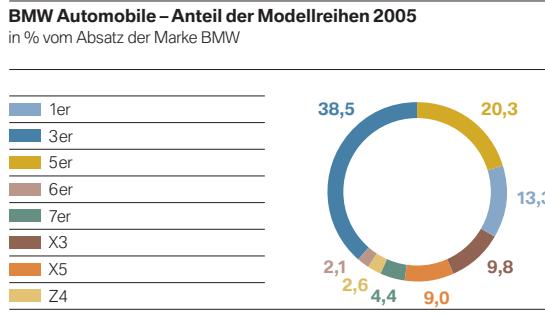
Im Jahr 2005 wurden 23.340 BMW 6er verkauft, 10,9% mehr als im Vorjahr. Der Absatz des BMW 6er Coupés stieg auf 12.447 Fahrzeuge, der des BMW 6er Cabrios auf 10.893 Fahrzeuge.

Auch der BMW 7er steht 2005 weltweit an der Spitze seines Segments. Die Modellüberarbeitung wurde positiv vom Markt aufgenommen, der Absatz stieg 2005 gegenüber dem Vorjahr um 5,0% auf 50.062 Automobile.

Im ersten vollen Verkaufsjahr lag der Absatz des BMW X3 mit 110.719 Fahrzeugen um 20,0% über dem Vorjahreswert. Der Erfolg des BMW X3 bestätigt das Konzept der BMW Group, ihr Fahrzeugangebot durch ein weiteres Premiumangebot in der Klasse der Sports Activity Vehicles (SAV) zu ergänzen. Der BMW X3 vereint, wie auch der BMW X5, die herausragende Agilität eines typischen BMW mit dem breiten Einsatzspektrum eines SAV.

Seit Verkaufsstart im Dezember 1999 wurden bis Ende 2005 insgesamt deutlich mehr als eine halbe Million BMW X5 an Kunden ausgeliefert. Im inzwischen sechsten Jahr nach Markteinführung lag der Absatz des X5 im Jahr 2005 mit 101.537 Fahrzeugen nur knapp unter dem hohen Vorjahresniveau (-3,3%).

Der Absatz des Roadsters BMW Z4 hat im Berichtsjahr mit 28.808 verkauften Fahrzeugen den Wert aus dem Vorjahr nicht erreicht (-25,1%). Die Modellüberarbeitung des BMW Z4 mit aufgefrischter Optik und zum Teil neuen Motoren findet im Frühjahr 2006 statt. Zusätzlich kommt mit dem BMW Z4 M Roadster eine noch stärkere und sportlichere Version hinzu. Die Markteinführung des BMW Z4 Coupé, das zuerst als Konzeptstudie auf



der Internationalen Automobil Ausstellung 2005 in Frankfurt (IAA) vorgestellt wurde, wird im Juni 2006 erfolgen. Der zweisitzige Sportwagen ist besonders fahrdynamisch ausgelegt und sein Design drückt sowohl Eleganz wie Sportlichkeit aus.

Anteil der Fahrzeuge mit Dieselantrieb steigt weiter

Der Anteil der mit Dieselkraftstoff angetriebenen BMW Automobile am Absatz steigt stetig an. Weltweit sind 39 % aller ausgelieferten BMW Fahrzeuge mit einem Dieselmotor ausgestattet. Im Jahr 2004 waren es noch 34 % und im Jahr 2003 lag der Anteil bei 29 %. In vielen europäischen Staaten liegt der Absatz an Fahrzeugen mit Dieselantrieb deutlich über dem Absatz der Benzinversion. So werden in Deutschland 57 %, in Spanien 79 %, in Frankreich 86 % und in Italien sogar 88 % aller verkauften BMW Automobile mit Dieselantrieb ausgeliefert.

Bereits seit Herbst 2005 sind für alle BMW Dieselmodelle Partikelfilter verfügbar. Für viele ältere Diesel-Fahrzeuge besteht die Möglichkeit, Filter nachzurüsten.

Mehr als 200.000 MINI verkauft

Im Jahr 2005 wurden 200.428 MINI Automobile an Kunden ausgeliefert, 8,7 % mehr als im Vorjahr. Damit übertrifft der Absatz der Marke MINI erstmals in einem Jahr den Wert von 200.000 verkauften

Fahrzeugen. Seit Markteinführung im Jahr 2001 wurden bereits mehr als 730.000 MINI Automobile an Kunden ausgeliefert.

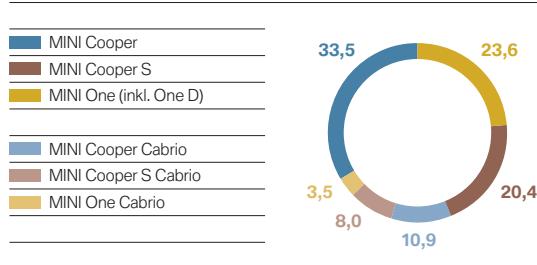
Der Produktmix ist bei der Marke MINI (inkl. MINI Cabrio) gegenüber dem Vorjahr noch hochwertiger geworden. Für MINI und MINI Cabrio werden insgesamt vier Motorisierungen angeboten. Absatzstärkstes Modell ist der MINI Cooper mit 89.079 ausgelieferten Einheiten (44,4 % vom Gesamtabssatz), gefolgt von der kräftigsten Motorversion, dem MINI Cooper S, mit 56.916 ausgelieferten Fahrzeugen (28,4 % vom Gesamtabssatz) im Jahr 2005. Das Basismodell MINI One wurde 38.605 mal (19,3 % vom Gesamtabssatz) an Kunden ausgeliefert, von der Dieselvariante, dem MINI One D, wurden 15.828 Fahrzeuge (7,9 % vom Gesamtabssatz) verkauft.

Das MINI Cabrio, das Mitte 2004 in die Märkte eingeführt wurde, erreichte im ersten vollen Verkaufsjahr einen Absatz von 45.121 Fahrzeugen. Am höchsten ist die Nachfrage nach dem MINI Cooper Cabrio, im Jahr 2005 wurden von diesem Modell 21.928 Fahrzeuge verkauft. Vom MINI Cooper S Cabrio wurden 16.106 Fahrzeuge und vom MINI One Cabrio 7.087 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert.

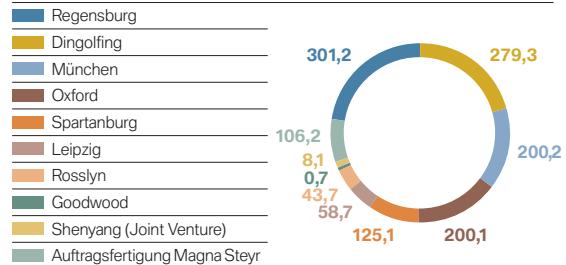
Auf den Automobilausstellungen in Frankfurt/Main und Tokio hat die BMW Group im Jahr 2005 jeweils MINI Designstudien vorgestellt. Die dritte Studie in dieser Reihe wurde im Januar 2006 auf

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzern Eigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

MINI Automobile – Anteil der Motor- und Modellvarianten 2005
in % vom Absatz der Marke MINI



Automobilproduktion der BMW Group nach Werken im Jahr 2005
in Tsd.



der Detroit Motor Show als MINI Concept Detroit präsentiert. Dieser Ideenträger mit größerem Innenraum und mehr Funktionalität ist Vorbild für ein neues MINI Modell, mit dem die MINI Familie innerhalb von drei Jahren weiter ausgebaut wird.

Rolls-Royce Phantom bleibt Segmentführer

Im Jahr 2005 wurden 796 Rolls-Royce Phantom an Kunden übergeben, das sind 0,5% mehr Fahrzeuge als im Vorjahr. Damit hält der Rolls-Royce Phantom weiter die führende Position in seinem Segment. Im März 2005 wurde eine Karosserievariante mit verlängertem Radstand vorgestellt. Das zusätzliche Platzangebot kommt den Passagieren im Fond zugute. Dieses Modell wurde zuerst in den Regionen Mittlerer Osten und Asien/Pazifik in den Markt eingeführt und wird im Laufe des Jahres 2006 auch auf dem amerikanischen Markt angeboten werden. Zurzeit laufen die Vorbereitungen für ein Rolls-Royce Cabrio, mit dem Rolls-Royce Motor Cars das Angebot in Zukunft um eine zusätzliche Karosserievariante erweitern wird.

Automobilproduktion deutlich gesteigert

Im weltweiten Produktionsnetzwerk der BMW Group wurden im Jahr 2005 insgesamt 1.323.119 Automobile produziert. Davon entfielen 1.122.308 Automobile auf die Marke BMW sowie 200.119 Fahrzeuge auf die Marke MINI. Hinzu kamen 692 Rolls-Royce Phantom, die in der Manufaktur im britischen Goodwood gefertigt wurden.

Erfolgreicher Anlauf des neuen BMW 3er

Die neue Generation der BMW 3er Modellreihe erforderte in allen beteiligten Werken Veränderungen im Produktionsprozess. Neue Mehrphasenstähle, die beim BMW 3er verwendet werden, steigern die Verwindungssteifigkeit der Karosserie, ohne deren Gewicht zu erhöhen. Zur Umformung dieser Stähle werden allerdings deutlich erhöhte Pressenkräfte benötigt. Die dabei entstehende Wärme erfordert ein ausgefeiltes Temperaturmanagement bei der Nutzung der Werkzeuge. Auch beim Karosseriebau sind für die Fertigung der Präzisionskarosserie des BMW 3er modernste Fügetechnologien und flexible Roboter im Einsatz. Mit Hilfe von optischen Systemen und Klebetechnologie kann die Karosserie in weniger als elf Stunden gefertigt werden. In der Montage schließlich werden so genannte Integrationsmodule – zum Beispiel Cockpit, Frontend und Türen – vorgefertigt und gelangen vollständig geprüft an den Verbauort am Hauptband. Diese Module reduzieren die Anzahl der Arbeitsfolgen und die Variantenzahl am Hauptband erheblich.

Hohe Leistungsfähigkeit des weltweiten Produktionsnetzwerkes

Bereits Ende des Jahres 2004 startete im BMW Werk München die Serienfertigung der neuen BMW 3er Limousine – die erste Modellvariante der neuen BMW 3er Modellreihe. Anfang 2005 begann die Fertigung in den Werken Regensburg, Leipzig und Rosslyn (Südafrika). Durch die Erfahrungen im BMW

Werk München wurde bei diesem eng gestaffelten Anlauf ein deutlich höheres Anlaufvolumen im Vergleich zu früheren Generationen der BMW 3er Reihe erreicht. Im Lauf des Jahres 2005 folgten in kurzen Abständen die Produktionsstarts im Werk Shenyang und in den Montagewerken in Ägypten, Indonesien, Russland und Thailand.

Im BMW Werk Dingolfing wurde im Jahr 2005 die Produktion an die überarbeitete BMW 7er Modellreihe angepasst. Die Umstellung unter anderem auf die fünf neuen Motoren, neue Außenfarben sowie neue Polsterfarben und Sonderausstattungen gelang durch die gründliche Vorbereitung reibungslos und ohne Produktionsunterbrechung. Neben dem BMW 7er werden im BMW Werk Dingolfing die Fahrzeuge der BMW 5er und 6er Modellreihe produziert.

Der Standort Regensburg wurde im Rahmen der Erweiterung für die BMW 1er Modellreihe bereits frühzeitig auf die Produktion der neuen BMW 3er Modellreihe vorbereitet. Die vorausschauende Fertigungsplanung, standardisierte Abläufe und hoch qualifizierte Mitarbeiter bilden die Voraussetzungen dafür, dass im BMW Werk Regensburg verschiedene Varianten des BMW 3er, der BMW 1er und seit Februar 2005 auch die Limousine der neuen BMW 3er Modellreihe in einem Einliniensystem gefertigt werden. Seit Aufnahme der Produktion im BMW Werk Regensburg vor 18 Jahren wurde im März 2005 das dreimillionste Fahrzeug an diesem Standort gebaut.

Im BMW Werk Rosslyn in Südafrika wurde für den Anlauf des neuen BMW 3er und für zukünftige Modelle der neue Karosseriebau fertig gestellt. Zudem wurden weitere Anpassungen für die Fertigung des neuen Fahrzeugs vorgenommen. Die Investitionssumme dafür betrug 164 Mio. Euro. Ein langfristig angelegtes Trainingsprogramm bereitete die Mitarbeiter auf das neue Produkt vor. In den ersten zehn Monaten der Produktion konnten bereits rund 40.300 neue BMW 3er Limousinen in Südafrika gebaut werden.

Das neue BMW Werk Leipzig wurde am 13. Mai 2005 offiziell eröffnet. Im Zeitraum von 2001 bis 2005 investierte die BMW Group in den neuen Produk-

tionsstandort Leipzig insgesamt etwa 1,3 Mrd. Euro. Die Serienproduktion der neuen BMW 3er Limousine startete bereits am 1. März 2005. Seitdem wurden bis zum Jahresende 2005 in Leipzig schon mehr als 55.000 BMW 3er gefertigt. Die dabei erreichte hohe Qualität belegt die Reife der Anlagen und Prozesse, vor allem aber auch die sehr gute Qualifikation und Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Für das Zentralgebäude des neuen Werkes wurde am 16. Dezember 2005 der renommierte Deutsche Architekturpreis 2005 an die Londoner Architektin Zaha Hadid verliehen. Mit diesem Bauwerk reiht sich das BMW Werk Leipzig ein in die Reihe funktional-ästhetischer Bauten, die mit dem BMW Hochhaus in München 1972 ihren Anfang nahm und die 2007 mit der neuen BMW Welt in München fortgeführt wird.

Im BMW Werk Spartanburg werden der BMW X5 und der Roadster BMW Z4 hergestellt. Mitte des Jahres 2005 wurde der 500.000ste BMW X5 seit Beginn der Produktion im Jahr 1999 gefeiert. Im Januar 2006 wurde die Produktion des BMW Z4 auf die modellüberarbeitete Version umgestellt. Zum Jahreswechsel 2005/2006 wurde im BMW Werk Spartanburg die Montage von dem bisherigen Zwei-Linien-Aufbau auf ein Ein-Linien-Produktionssystem umgestellt. Diese Maßnahme diente der weiteren Flexibilisierung der Produktion, X5 und Z4 werden nun gemeinsam auf einem Band gefertigt. Beim Karosseriebau wurden bereits Vorbereitungen für zukünftige Modelle getroffen.

Das durch das Vertriebs- und Produktions-Joint-Venture BMW Brilliance Automotive Ltd. betriebene Werk in Shenyang, Nordchina, produziert BMW 3er und 5er Modelle für den chinesischen Markt. Inklusive der neuen BMW 3er Reihe wurden in China bis Jahresende mehr als 8.000 BMW 3er und 5er gefertigt. Nach wirtschaftspolitisch induzierten Korrekturen, die die Nachfrage vorübergehend dämpften, hat sich das Produktionsvolumen stabilisiert und wird mittelfristig die Fertigungskapazität von 30.000 BMW Fahrzeugen pro Jahr erreichen.

Das BMW Werk in Rayong, Thailand, fertigt auf Basis importierter Teilesätze Automobile der BMW 3er, 5er und 7er Modellreihen sowie seit Dezember

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzern Eigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

2005 den BMW X3. Die Fahrzeuge sind primär für den Vertrieb in Thailand, im Rahmen der AFTA-Freihandelszone, aber auch für den Export nach Malaysia und Indonesien bestimmt.

Mit der Standortentscheidung und dem erfolgreichen Abschluss des Genehmigungsprozesses schuf die BMW Group im Jahr 2005 die Voraussetzungen für den Aufbau eines Montagewerks in Indien. Ab 2007 sollen im Montagewerk in Chennai im indischen Bundesstaat Tamil Nadu BMW Modelle der 3er und der 5er Reihe für den indischen Markt gebaut werden.

Beim Kooperationspartner Magna Steyr Fahrzeugtechnik in Graz findet in einer eigenen Fertigungslinie, die nach den Standards der BMW Group errichtet wurde, die Produktion des BMW X3 statt. Im Jahr 2005 wurden dort über 106.000 BMW X3 hergestellt.

In der neuen Magnesiumgießerei des BMW Werks Landshut begann im Jahr 2005 die Serienproduktion des Magnesium-Aluminium-Verbund-Kurbelgehäuses für den neuen BMW Reihensechszylinder-Ottomotor. Bei den Investitionen standen in Landshut im Jahr 2005 Modernisierungen bestehender Anlagen im Fokus. Insgesamt flossen 2005 rund 80 Mio. Euro in die Landshuter Leichtmetallgießerei.

Einen wesentlichen technologischen Beitrag zur Produktion der gemeinsam von der BMW Group und PSA Peugeot Citroën entwickelten Vierzylinder-Benzinmotoren für Fahrzeuge der Marke MINI steuerten die Spezialisten der Landshuter Leichtmetallgießerei bei. Mit der seit 1997 auf- und ausgebauten Kompetenz in dem Gießverfahren Lost Foam wird künftig bei PSA Peugeot Citroën der Zylinderkopf für diese neuen Motoren hergestellt.

Das größte Motorenwerk der BMW Group befindet sich im österreichischen Steyr. Dort wurden im Jahr 2005 über 778.600 Motoren produziert, mehr als 60% davon waren Dieselmotoren. Ein weiterer großer Schritt im Umweltschutz ist die Umstellung auf einen geschlossenen Wasserkreislauf im Produktionsprozess. Jährlich kann das Werk

Steyr damit 30 Mio. Liter Wasser einsparen. Durch eine zweistufige Aufbereitung des Prozesswassers können selbst kleinste Verschmutzungen herausgefiltert werden. Das Wasser wird dabei so rein, dass es im Produktionsprozess wieder eingesetzt werden kann. Ein Teil der Anlage ist bereits in Betrieb, 2006 soll die Inbetriebnahme der Gesamtanlage folgen.

Im britischen Motorenwerk Hams Hall wurden im Jahr 2005 mehr als 180.000 Vierzylinder-Benzinmotoren gefertigt und an die BMW Werke Leipzig, München, Regensburg, Spartanburg und Rosslyn sowie an den Kooperationspartner Magna Steyr Fahrzeugtechnik geliefert. Zudem wurden die Anlagen und Prozesse in Hams Hall auf die Produktion einer weiteren Reihe von Vierzylindermotoren vorbereitet, die für künftige MINI Varianten vorgesehen sind.

MINI Produktion auf Hochtouren

Aufgrund der hohen Nachfrage wurden im Jahr 2005 mit 200.119 Einheiten erstmals in einem Jahr mehr als 200.000 Einheiten im Werk Oxford produziert. Dies entspricht gegenüber dem bereits sehr hohen Vorjahreswert einer Steigerung von 5,6%. Seit dem Beginn der Serienfertigung im Jahr 2001 wurden insgesamt bereits mehr als 750.000 MINI Automobile produziert. Ursprünglich war eine jährliche Produktionsmenge von bis zu 100.000 Fahrzeugen geplant. Die BMW Group investiert von 2005 bis 2007 zusätzlich über 100 Mio. Britische Pfund (ca. 145 Mio. Euro) in die weitere Optimierung der Produktionskapazität und -flexibilität im Werk Oxford und schafft damit rund 200 neue Arbeitsplätze. Der Großteil dieser Investitionen fließt in die Modernisierung der Lackiererei und in ein neues Gebäude zur Erweiterung des Karosseriebaus.

Bisher mehr als 2.000 Rolls-Royce Phantom hergestellt

Im Jahr 2005 wurden in der Rolls-Royce Manufaktur im britischen Goodwood 692 Rolls-Royce Phantom gefertigt. Seit Beginn der Produktion Anfang des Jahres 2003 wurden damit bereits mehr als 2.000

Fahrzeuge hergestellt. Besondere Anforderungen werden an die Produktion durch spezielle Kundenwünsche, wie etwa individuelle Farben oder spezielle Holzarten, gestellt. Je nach persönlichen Vorlieben sind die Integration von Weinlagermöglichkeiten, Schließfächern, Humidoren, Computern und vieles mehr möglich. Im Durchschnitt werden bei ungefähr 70 % aller Fahrzeuge solche besonderen Kundenwünsche umgesetzt, in manchen Märkten, wie beispielsweise Japan, erreicht dieser Anteil sogar 90 %.

BMW Group erhält als erstes Automobilunternehmen den Ludwig-Erhard-Preis

Die Produktion von Fahrwerks- und Antriebskomponenten, die in Dingolfing (Fahrwerk und Achsgetriebe), Landshut (Gelenkwellen) und Berlin (Bremsscheiben) angesiedelt ist, hat 2005 den Ludwig-Erhard-Preis verliehen bekommen. Dieser Preis, den die BMW Group als erstes Unternehmen der Automobilbranche gewonnen hat, ist die höchste deutsche Auszeichnung für umfassende Unternehmensqualität. Der Preis honoriert hervorragende Managementleistungen zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit, der Zufriedenheit von Mitarbeitern und Kunden, der sozialen Verantwortung sowie des schonenden Umgangs mit den Ressourcen.

Mit dem Ludwig-Erhard-Preis werden seit 1997 Unternehmen und Organisationen in Deutschland ausgezeichnet, die sich ihre Spitzenposition im internationalen Wettbewerb nicht allein durch technische und wirtschaftliche Leistungen erworben haben, sondern vor allem durch eine nachhaltig ausgerichtete Unternehmensstrategie – und das nachweislich seit mindestens drei Jahren in Folge. Ein wesentlicher Beitrag dazu ist die Achtung der Stakeholderinteressen – von Kunden und Mitarbeitern ebenso wie von Aktionären, Geschäftspartnern und anderen Interessengruppen. Der Ludwig-Erhard-Preis hebt dabei besonders die herausragende Kundenzentriertheit und eine partnerschaftliche Unternehmenskultur hervor.

Segment Motorräder wieder auf Wachstumskurs

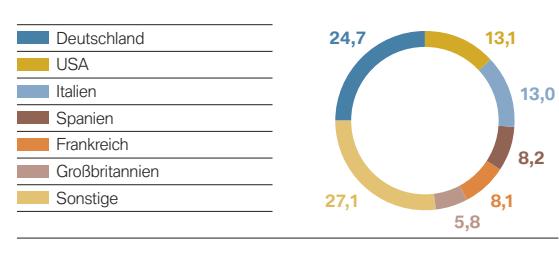
Im Motorradgeschäft konnte die BMW Group im Jahr 2005 mit einem Absatzplus von 5,6 % auf 97.474 verkaufte BMW Motorräder einen deutlichen Zuwachs verzeichnen. Zur Absatzsteigerung trugen vor allem die R 1200 GS sowie die im Jahr 2005 im Rahmen der Produktoffensive neu eingeführten Modelle R 1200 RT und K 1200 S bei.

Uneinheitliche Marktentwicklung im Jahr 2005

In den meisten Märkten Westeuropas wurden im Jahr 2005 mehr BMW Motorräder verkauft als im Vorjahr. Besonders erfreulich war die Entwicklung in Spanien, wo mit 8.003 verkauften BMW Motorrädern ein Zuwachs von 48,1 % im Vorjahresvergleich erreicht wurde. Hervorzuheben sind auch die Absatzsteigerungen in Großbritannien/Irland (+21,7 % auf 5.651 Motorräder) und in Italien (+11,4 % auf 12.700 Motorräder).

In Deutschland, dem größten Markt für BMW Motorräder, gingen die Verkaufszahlen dagegen zurück. In einem anhaltend schwierigen Umfeld wurden hier 24.064 BMW Motorräder verkauft. Der Vorjahreswert wurde im weiter schrumpfenden Gesamtmarkt damit um 9,1 % unterschritten. Die BMW Group konnte die Marktführerschaft in der Klasse ab 500 ccm behaupten, der Marktanteil von BMW Motorrädern in diesem Segment lag bei rund 20 %.

BMW Group – wichtigste Motorradmärkte 2005
in % vom Absatz



Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Die Vorjahreswerte in den USA (–3,9 % auf 12.803 Motorräder) und in Japan (–12,3 % auf 2.401 Motorräder) konnten unter anderem modellzyklusbedingt nicht erreicht werden. So wurden auf diesen Märkten beispielsweise die neuen Modelle R 1200 RT und K 1200 S später eingeführt als in Europa.

Absatzspitzenreiter R 1200 GS

Wie bereits im Vorjahr ist die R 1200 GS auch im Jahr 2005 wieder das meistverkaufte Motorrad der BMW Group. Die Reiseenduro wurde im Berichtsjahr an 25.705 Kunden ausgeliefert. Dies entspricht einem Absatzzuwachs von 35,5 % gegenüber dem Vorjahr. Die R 1200 GS ist damit eines der meistverkauften Motorräder in der Klasse über 500 ccm und gleichzeitig das bisher erfolgreichste Motorrad der BMW Group. Nie zuvor wurden in einem Jahr mehr BMW Motorräder eines Modells ausgeliefert.

Auf der Absatzrangliste des Jahres 2005 folgen der neu eingeführte Reisetourer R 1200 RT mit 14.538 Auslieferungen sowie die F 650 GS, von der inklusive der Modellvariante Dakar 11.949 Einheiten verkauft wurden.

Modelloffensive fortgeführt

Mit zahlreichen Neuheiten führte die BMW Group im Jahr 2005 ihre Produktionsoffensive im Segment Motorräder fort. Nach der Vorstellung des Reise-

tourers R 1200 RT folgte kurz darauf der Sporttourer R 1200 ST als Nachfolgemodell der R 1150 RS.

Im Juni 2005 wurde die K1200 R, das weltweit leistungsfähigste Naked Bike, auf den Märkten eingeführt, und seit September ist auch die Hochleistungsenduro HP2 für Kunden erhältlich. Diese neue, kompromisslos sportliche Enduro basiert technisch auf der R 1200 GS und wird auch den höchsten Anforderungen offroadbegeisterter Fahrer gerecht.

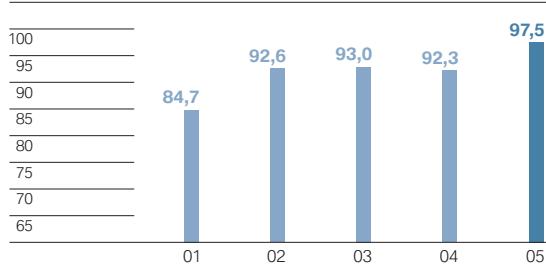
Im November 2005 wurde der sportliche Serien-Boxer R 1200 S vorgestellt und trat damit die Nachfolge der erfolgreichen R 1100 S an. Zum Jahresende 2005 wurde zudem die neue F 800 S der Öffentlichkeit präsentiert. Dieses für den Einstieg in die hart umkämpfte Mittelklasse entwickelte Motorrad erhält einen komplett neuen Reihen-Zweizylindermotor und wird ab März 2006 als vierte Modellreihe im Werk Berlin produziert. Das neue Motorrad ist ab Mitte 2006 für Kunden erhältlich, ebenso wie der davon abgeleitete Sporttourer F 800 ST.

Motorradproduktion anlaufbedingt leicht unter Vorjahr

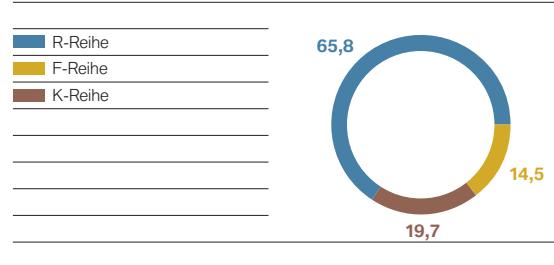
Aufgrund der Neuanläufe liegt die Produktion im Werk Berlin 2005 unter dem Vorjahreswert. Insgesamt wurden 92.012 BMW Motorräder in Berlin gefertigt, das sind 1,9 % weniger als im Jahr 2004.

Um eine noch effizientere Auslastung der Anlagen zu erreichen, wurden die vielfältigen be-

Auslieferungen von BMW Motorrädern
in Tsd.



BMW Motorräder – Anteil der Modellreihen 2005
in % vom Absatz



darfsorientierten Arbeitszeitmodelle im Werk Berlin zum Jahresbeginn 2005 erweitert. Das neue 21-Schicht-Modell für die mechanische Bearbeitung von Motor- und Fahrwerkskomponenten ermöglicht Betriebslaufzeiten von bis zu 168 Stunden pro Woche und trägt so zur Wettbewerbsfähigkeit im Werk Berlin bei.

Segment Finanzdienstleistungen weiterhin auf Wachstumskurs

Im Jahr 2005 setzte das Segment Finanzdienstleistungen sein Wachstum fort und trug mit starker Kundenorientierung und innovativen Produkten zum Unternehmenserfolg der BMW Group bei. Das bilanzielle Geschäftsvolumen konnte um 24,2% auf 40.428 Mio. Euro gesteigert werden. Im Jahr 2005 überschritt die Gesamtzahl der betreuten Finanzierungs- und Kreditverträge zum ersten Mal die Grenze von zwei Millionen und lag zum Jahresende mit 2.087.368 Verträgen um 13,2% über dem Vorjahreswert.

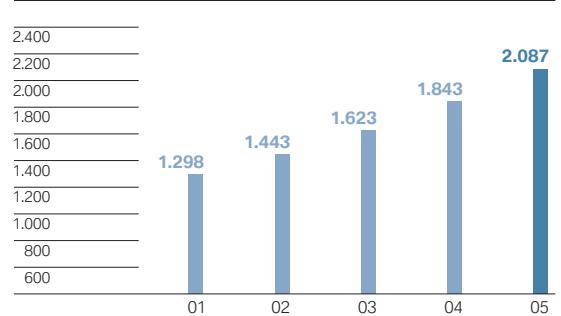
Der Anteil der über das Segment Finanzdienstleistungen finanzierten oder geleasten Neufahrzeuge der BMW Group lag mit 41,1% um 0,9 Prozentpunkte leicht unter dem Vorjahreswert von 42,0%.

Geografische Expansion fortgesetzt

Im Jahresverlauf 2005 wurden mit vier neuen Kooperationen in asiatischen und amerikanischen Ländern die Geschäftsaktivitäten des Segments Finanzdienstleistungen erneut ausgeweitet. Damit betreut das Segment Finanzdienstleistungen nun Kunden in mehr als 50 Märkten mit eigenen Gesellschaften oder Kooperationen.

Neben der regionalen Ausweitung wurde im Jahr 2005 auch die Produktpalette erweitert. So wurden insbesondere durch die Kombination von Kredit- und Leasingverträgen mit Versicherungskomponenten neue Kundengruppen angesprochen. Durch die Bündelung dieser Komponenten erfüllt das Segment Finanzdienstleistungen den Kundenwunsch nach Angeboten rund um das Automobil aus einer Hand.

Vertragsbestand der BMW Financial Services
in Tsd. Einheiten



Kundengeschäft mit starkem Zuwachs

Das Finanzierungs- und Leasinggeschäft mit Endkunden, der größte Geschäftsbereich des Segments Finanzdienstleistungen, wuchs im Jahr 2005 weiterhin kräftig. Insgesamt wurden im Kundengeschäft Neuverträge im Wert von 23.507 Mio. Euro unterzeichnet, das ist eine Steigerung von 13,2% gegenüber dem Jahr 2004. Dieses Volumen ergibt sich aus 866.879 neu abgeschlossenen Verträgen, 6,0% mehr als im Vorjahr. Rund 62% davon entfielen auf Neufahrzeuge der BMW Group.

Mit einem Wachstum von 15,0% trug vor allem das Leasinggeschäft zu der positiven Entwicklung der Zahl der Neuverträge bei, während die Kreditfinanzierung im Jahresvergleich lediglich um 1,1% stieg. Insgesamt entfallen nun 38,4% aller Neuverträge auf das Leasinggeschäft, im Vorjahr waren es noch 35,4%. Der anhaltende Trend bei Privatkunden von der Kreditfinanzierung hin zu Leasing ist am deutlichsten auf dem deutschen und dem amerikanischen Markt zu erkennen.

Ein ebenfalls deutlicher Anstieg von 5,2% wurde in der Gebrauchtwagenfinanzierung erzielt. Der Großteil dieser Verträge bezieht sich auf Kreditfinanzierungen gebrauchter Fahrzeuge der Marken BMW und MINI.

Die Anzahl der betreuten Verträge im Kundengeschäft übertraf mit 1.899.653 Verträgen zum

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Jahresende 2005 den Vorjahreswert um 13,4 %. Das Wachstum wurde über alle Regionen hinweg erreicht, wobei die Region Europa mit 15,9 % die höchste Steigerung erreichte. In Deutschland lag der Zuwachs bei 13,7 %, in Amerika bei 11,5 %, und die Region Asien übertraf den Vorjahreswert um 12,2 %.

Unter der Markenbezeichnung Alphera werden in mittlerweile 19 Ländern Kreditfinanzierungen und Leasingverträge über Mehrmarkenhandselsbetriebe und im Direktgeschäft angeboten. Damit wird zum einen das wachsende Bedürfnis des Handels nach Finanzierungslösungen aus einer Hand berücksichtigt. Zum anderen wird dem Trend insbesondere jüngerer Kunden zur Finanzierung über das Internet Rechnung getragen. Insgesamt entwickelte sich das Alphera Neugeschäft im Berichtsjahr mit einem Wachstum von 13,2 % auf 51.760 Verträge sehr erfreulich.

Höhere Wertschöpfung durch Kundenloyalisierung

Kunden der Marken BMW und MINI, die über das Segment Finanzdienstleistungen betreut werden, sind gegenüber ihrer Marke deutlich loyaler als Barzahler. Zur intensiven Betreuung der Kunden wurden im Jahr 2005 die zwischen dem BMW Group Vertrieb und dem Segment Finanzdienstleistungen definierten Kundenprozesse auf globaler Basis weiterentwickelt. Ergänzend werden gemeinsame Kundenbetreuungszentren eingeführt, die derzeit bereits in den USA, Großbritannien, Australien und Neuseeland bestehen.

Weiterer Zuwachs bei der Händlerfinanzierung

In der Händlerfinanzierung wurden erneut hohe Zuwächse erzielt, so dass zum Jahresende 2005 ein Geschäftsvolumen von 7.080 Mio. Euro betreut wurde. Das entspricht einem Wachstum von 25,3 % gegenüber dem Vorjahreswert. Die Anzahl der zum Jahresende betreuten Verträge wuchs im Jahresvergleich um 12,0 % auf 187.715.

Durch eine intensive Betreuung und eine weit gefächerte Produktpalette festigte das Segment Finanzdienstleistungen seine Position als führender Finanzierungspartner der Handelsorganisation der BMW Group.

Der Erfolg der Zusammenarbeit zwischen den Finanzierungsgesellschaften und der Handelsorganisation zeigt sich beispielhaft in Nordamerika: In Kanada und den USA erreichten die dortigen Finanzierungsgesellschaften jeweils erste Plätze in landesweiten und markenübergreifenden Umfragen zur Händlerzufriedenheit.

Dynamisches Wachstum im Flottengeschäft

Die BMW Group ist im internationalen markenübergreifenden Flottengeschäft über die Alphabet-Gesellschaften tätig. In den Bereichen Finanzierung, Full-Service-Leasinggeschäft und Flottenmanagement werden heute durch die Alphabet-Gesellschaften Kunden in 13 Ländern betreut.

Das hohe Wachstum des Vorjahrs setzte sich auch im Jahr 2005 fort. Bereits im ersten Quartal 2005 überschritten die Alphabet-Gesellschaften erstmals die Marke von mehr als 100.000 betreuten Verträgen, zum Jahresende lag der Vertragsbestand bei 138.497 Einheiten. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 39,8 %. Zu dieser positiven Entwicklung trägt insbesondere eine konsequente Ausrichtung auf internationale Kunden bei, deren Geschäftsvolumen einen Anteil von 21,2 % am gesamten Vertragsbestand ausmacht.

Mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate im Neugeschäft von 29,1 % über die letzten fünf Jahre ist Alphabet weiterhin einer der am stärksten wachsenden Full-Service-Anbieter in diesem Marktsegment.

Versicherungsgeschäft wächst kontinuierlich

Begleitend zu Finanzierungs- und Leasingverträgen vermittelt das Segment Finanzdienstleistungen in mittlerweile 29 Märkten Kfz-, Restschuld- und

andere fahrzeuggebundene Versicherungen. Hierzu werden Kooperationen mit lokalen Versicherungspartnern eingegangen. Im Jahr 2005 wurde die Internationalisierung des Geschäftsfeldes Kundenversicherungen vorangetrieben und darüber hinaus das Produktangebot in den bestehenden Märkten erweitert. Diese Maßnahmen haben dazu beigetragen, dass sich das Versicherungsgeschäft mit Fahrzeugen sehr positiv entwickelt hat, was sich in Steigerungen bei neu abgeschlossenen Verträgen um 36,1% und im Vertragsbestand um 12,5% gegenüber dem Vorjahr widerspiegelt. Zum Jahresende 2005 betreute das Segment weltweit 431.964 Versicherungsverträge.

Einlagengeschäft wächst weiter

Das Einlagengeschäft in Deutschland und in den USA hat sich auch im Verlauf des Jahres 2005 positiv entwickelt. Das Einlagenvolumen lag zum 31. Dezember 2005 bei 6.392 Mio. Euro und damit um 25,3% über dem Vorjahreswert. Die Zahl der Kundenkonten hat sich im Jahresverlauf weltweit um 39,2% auf 521.175 erhöht. Das Ziel, Einlagenkunden verstärkt zu diversifizierten Anlageformen hinzuführen, wird neben dem bewährten Produktbündel „Spar & Invest“ in Deutschland seit Oktober 2005 auch mittels des Ansparmödells „Spar & Plan“ erfolgreich umgesetzt, das einen langfristigen Vermögensaufbau ermöglicht.

Das Fondsgeschäft zeigt nach wie vor einen deutlich positiven Verlauf und hohe Nettomittelzuflüsse, was insbesondere auf den Ausbau der Fondspalette um zusätzliche Investmentfonds zurückzuführen ist. Insgesamt lag der Nettomittelzufluss im Jahr 2005 bei 115,2 Mio. Euro (+173,0%). Die Zahl der Stammdepots wuchs um 37,5% auf 27.216 zum Ende des Berichtsjahres.

Die BMW Card wurde im Jahr 2005 in Neuseeland eingeführt, so dass sie nunmehr auf neun Märkten erhältlich ist. Zudem ging im Jahr 2005 in Deutschland und Japan die MINI Card an den

Start. Insgesamt betreute das Segment Finanzdienstleistungen zum Ende des Berichtsjahres 291.674 Kreditkartenkonten, 12,4% mehr als zum Vorjahresende.

Risikosituation bleibt ausgewogen

Das Bonitätsrisiko im Kredit- und Leasingbereich konnte im Geschäftsjahr 2005 weiter gesenkt werden. Die Quote der Forderungsausfälle wurde gegenüber dem Vorjahr um 4 Basispunkte auf 0,37% reduziert. Die kontinuierliche Weiterentwicklung und Umsetzung von Risikosteuerungsinstrumenten leistete hierzu einen wesentlichen Beitrag. Das Zinsänderungsrisiko wird nach Risikoertragsgesichtspunkten gesteuert. Der in diesem Zusammenhang verwendete diversifizierte Value-at-Risk zur Messung der Zinsänderungsrisiken* im Segment Finanzdienstleistungen sank im Jahresverlauf von 55,4 Mio. Euro auf 44,2 Mio. Euro.

Softlab baut Marktposition aus

Im vergangenen Jahr setzte die softlab Group ihre Strategie zur Expansion mit Fokus auf Deutschland, Österreich und die Schweiz konsequent fort. Im Juli 2005 erfolgte der Zukauf der entory AG, bereits ein Jahr zuvor war die axentiv AG erworben worden. Durch die Akquisition der Anite GmbH im April 2005 verdoppelte sich die Stärke von Softlab Österreich. Die softlab Group ist unter anderem auf Customer Relationship Management, Supply Chain Management, Business Intelligence, Enterprise Application Integration sowie IT-Services spezialisiert. Ihre Position als führender europäischer IT-Consultant mit besonderer Expertise in den Branchen Banken, Versicherungen, Telekommunikation und Industrie wird die softlab Group 2006 konsequent ausbauen. Vor diesem Hintergrund strebt das Unternehmen einen deutlich höheren Umsatz außerhalb der BMW Group an.

* 99 % Konfidenzintervall, Haltestdauer von 10 Tagen

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzern Eigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

BMW Group hält Mitarbeiterzahl konstant

Zum Ende des Geschäftsjahres 2005 beschäftigte die BMW Group weltweit 105.798 Mitarbeiter, der Personalstand blieb im Vorjahresvergleich nahezu unverändert ($-0,2\%$). Mehr als drei Viertel der Belegschaft der BMW Group sind weiterhin in Deutschland beschäftigt, auch hier blieb die Mitarbeiterzahl nahezu konstant.

Durch das hohe Maß an Flexibilität, das sich die BMW Group durch die mehr als 300 Arbeitszeitmodelle geschaffen hat, kann das Unternehmen Kapazitätsanforderungen aktiv steuern, die sich beispielsweise aus Anlaufsituationen oder durch modellzyklusbedingte Nachfrageschwankungen ergeben. Die Kompetenzen der Mitarbeiter werden dabei dort gebündelt, wo sie im Netzwerk jeweils am dringendsten gebraucht werden. So werden wichtige Voraussetzungen zur Sicherung der Beschäftigung geschaffen.

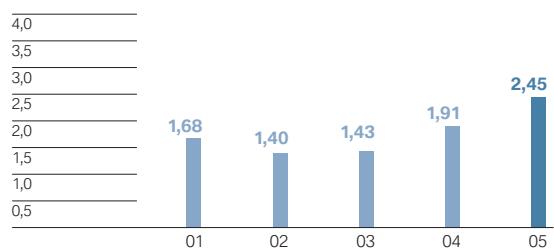
Die Flukturationsrate bei der BMW Group liegt seit Jahren auf einem sehr niedrigen Niveau. Zum Ausgleich der Fluktuation stellt die BMW Group weiter gezielt Mitarbeiter ein. So wurden im Jahr 2005 – zusätzlich zu den neu besetzten Ausbildungsplätzen – mehr als 1.000 Stellen extern ausgeschrieben und besetzt.

Zahl der Ausbildungsplätze bleibt auf hohem Niveau

Zum Beginn des neuen Ausbildungsjahres im Herbst 2005 haben 1.237 junge Menschen ihre Ausbildung bei der BMW Group begonnen. Die

Fluktuationsquote BMW AG*

in % vom Personalstand



*Austritte von Mitarbeitern mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen

Gesamtzahl der Ausbildungsplätze lag zum Jahresende 2005 unverändert bei 4.464. Die Ausbildungsquote in Deutschland – also der Anteil der Auszubildenden an der gesamten Mitarbeiterzahl – beträgt weiterhin 5,0 %.

Zahlreiche Einsteigerprogramme für Abiturienten und Hochschulabsolventen runden das Angebot für Berufseinsteiger bei der BMW Group ab.

Geringerer Bildungsaufwand

Rund 194 Mio. Euro hat die BMW Group im Jahr 2005 in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investiert (Vorjahr 232 Mio. Euro). Die Weiterbildungmaßnahmen der BMW Group erfolgen bedarfsgerecht. Der Rückgang der Bildungsaufwendungen liegt mit 16,4 % im Rahmen der üblichen Schwankungswerte. Das Verhältnis des Aufwands für Aus- und Weiterbildung zum Personalaufwand lag im Jahr 2005 bei 2,7 % nach 3,2 % im Vorjahr.

Mitarbeiter der BMW Group	31.12.2005	31.12.2004	Veränderung in %
Automobile	98.260	99.043	-0,8
Motorräder	2.838	2.918	-2,7
Finanzdienstleistungen	3.093	2.841	8,9
Sonstige*	1.607	1.520	5,7
davon Beratung/Software*	(1.541)	(1.458)	5,7
BMW Group*	105.798	106.322	-0,5
unbereinigt	105.798	105.972	-0,2

*Vorjahresstand bereinigt um Zukäufe von Unternehmen

Programm „excellence in Human Resources“ weiter umgesetzt

Mit dem Programm „excellence in Human Resources“ (eHR) nutzt die BMW Group weiter konsequent die Möglichkeiten neuer Technologien zur kontinuierlichen Steigerung der Leistungsfähigkeit des Personalmanagements. Ziel von eHR ist es, allen Mitarbeitern und Führungskräften schnellen Service, hohe Erreichbarkeit bei Anfragen und eine kompetente Beratung durch die Mitarbeiter des Personal- und Sozialwesens zu bieten. Gleichzeitig werden die Führungskräfte stärker als bisher mit steuerungsrelevanten Informationen in ihrer Führungsaufgabe unterstützt.

Im Rahmen des Programms eHR wurde im Jahr 2005 der Roll-out des Mitarbeiterportals „MyNetwork“ abgeschlossen. „MyNetwork“ bietet webbasierte Anwendungen für Mitarbeiter, d. h. personalisierte Informationen zu allen Personalthemen sowie Online-Services. Bis zum Jahresende 2005 nutzten etwa 80.000 Mitarbeiter das Portal, was – ebenso wie das erhebliche Transaktionsvolumen – die Akzeptanz der Prozessverbesserung bestätigt.

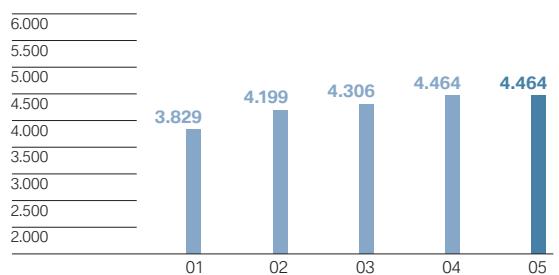
Neue Möglichkeiten zur Flexibilisierung geschaffen

Im Rahmen einer Vereinbarung mit dem Gesamtbetriebsrat und der IG Metall wurde ein weiteres Instrument zur kurzfristigen, bedarfsgerechten und flexiblen Anpassung der Personalkapazitäten geschaffen. Die so genannte „Projektzeit“ ermöglicht über die tarifvertragliche Regelung hinaus eine befristete Erhöhung der Wochenarbeitszeit von 35 auf 40 Stunden für eine definierte Anzahl ausgewählter Mitarbeiter in Bayern. Dies zielt insbesondere auf die Erfüllung zusätzlichen Kapazitätsbedarfs in unternehmensstrategischen Projekten ab. Darüber hinaus hat die BMW Group im Jahr 2005 weitere Maßnahmen zur Flexibilisierung zwischen den Standorten mit dem Ziel umgesetzt, Produktanläufe gezielt zu unterstützen und Personalbedarfe werksübergreifend zu steuern.

Projekt „Heute für morgen“ gestartet

Die BMW Group beschäftigt sich intensiv mit den bereits heute absehbaren betrieblichen Folgen des

Ausbildende der BMW Group am 31. Dezember



demografischen Wandels und hat dazu ein ganzheitliches Maßnahmenpaket mit fünf Schwerpunktthemen gebildet, das im Herbst 2005 der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Dabei geht es darum, die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu sichern, also einerseits Mitarbeiter beschäftigungsfähig zu halten und andererseits weiterhin gezielt Modelle zum Altersaustritt anbieten zu können. Die fünf Schwerpunktthemen sind im Einzelnen:

- zukunftsorientierte Gestaltung des Arbeitsumfelds:
Ergonomisch eingerichtete Arbeitsplätze in Büros und Fertigung tragen dazu bei, körperliche Belastungen weitgehend zu vermeiden. So wurden beispielsweise im Werk München im Rahmen des Anlaufes des neuen BMW 3er über 25 Millionen Euro für die Gestaltung ergonomisch optimierter Arbeitsplätze investiert.
- Gesundheitsvorsorge
- Qualifizierung
- Stärkung des Bewusstseins bei Führungskräften wie auch bei Mitarbeitern für die gesellschaftlichen und betrieblichen Veränderungen und die damit verbundene Eigenverantwortung bei der individuellen Vorsorge
- individuelle Lebensarbeitszeitmodelle:
Ziel der BMW Group ist es, ihren Mitarbeitern auch künftig Programme anzubieten, die einen für Mitarbeiter wie Unternehmen bedarfsgerechten Altersaustritt ermöglichen. Hierfür werden durch die Umschichtung von Teilen der BMW Erfolgsbeteiligung bereits heute finanzielle Gestaltungsspielräume geschaffen.

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Erfolgreiche Zertifizierung des Qualitäts- und Umweltmanagementsystems

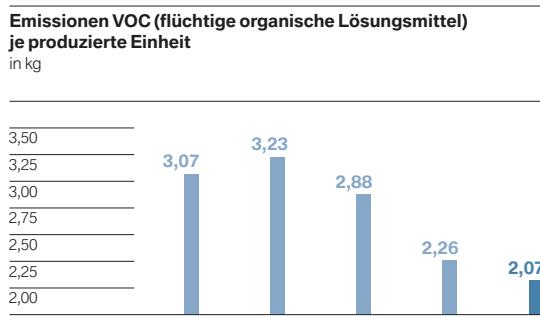
Alle Standorte der BMW Group erfüllen hohe Standards im Bereich Qualität und Umwelt. Eine erneute Bestätigung dafür ist das im Dezember 2005 erfolgreich abgeschlossene Zertifizierungsaudit des Produktionsbereichs der BMW Group. Dieses neue Zertifikat für das Qualitäts- und Umweltmanagementsystem nach DIN EN ISO 9001 und DIN EN ISO 14001 gilt für die nächsten drei Jahre. Die Zertifizierung erfolgte zum zweiten Mal nach dem so genannten Matrixverfahren, bei dem innerhalb eines Zyklus von drei Jahren jeder Standort nur einmal auditiert werden muss. Die zentralen Produktionseinheiten und die Steuerstellen des Managementsystems werden jährlich überprüft. Im Jahr 2005 wurde der Umfang des zertifizierten Bereichs um das BMW Werk in Thailand sowie die Motorradentwicklung und -produktion erweitert. Noch nie zuvor wurde in der BMW Group ein größerer Bereich von einem einzelnen Zertifikat abgedeckt. Dabei bescheinigten die TÜV-Auditoren der BMW Group nicht nur einen sehr hohen Standard für Qualität und Umwelt, sondern stellten einige der Prozesse auch als vorbildlich heraus.

Kontinuierliche Senkung der Emissionen und Schonung der Ressourcen

Das effiziente Ressourcenmanagement der BMW Group in der Produktion lässt sich an einer Reihe

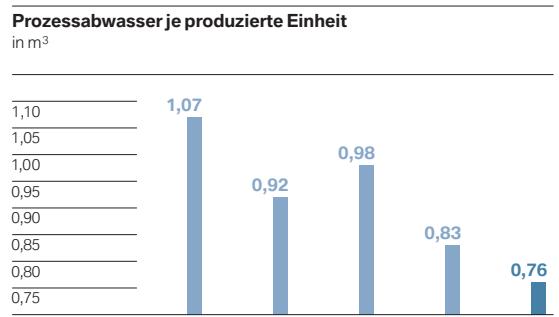
von Kennzahlen ablesen. So konnte in den letzten fünf Jahren, unter anderem durch den weiteren Einsatz der lösungsmittelfreien Pulverklarlacktechnologie in den Werken Regensburg und Leipzig, der Verbrauch von Lösungsmitteln im Unternehmen insgesamt um fast 33% reduziert werden. Die Menge des Prozessabwassers ging im gleichen Zeitraum um knapp 29 % zurück. Trotz des Anstiegs im Jahr 2005 konnten der Energieverbrauch und die CO₂-Emissionen in den letzten zehn Jahren um rund 25 % bzw. 20% reduziert werden. Diese Verringerung erreichte das Unternehmen unter anderem durch den Einsatz von Erdgas, Fernwärme und Kraft-Wärme-Kopplung, aber auch durch eine Vielzahl innovativer Projekte wie beispielsweise die Fernkälte. Dabei wird das im Jahr 2004 erbaute Projekthaus, ein Teil des BMW Group Forschungs- und Innovationszentrums, mit oberflächennahem Grundwasser gekühlt. Die Fernkälte ersetzt überwiegend die herkömmlichen, elektrisch betriebenen Kältemaschinen. Dies vermeidet jährlich bis zu 5.000 Tonnen CO₂-Ausstoß und spart rund 8 Mio. Kilowattstunden Strom – dieser Wert entspricht dem Jahresverbrauch von etwa 3.000 deutschen Privathaushalten.

Mit dem Start des Emissionshandelssystems in Europa zu Beginn des Jahres 2005 wies die BMW Group ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen den zu erwartenden CO₂-Emissionen in den europäischen Produktionsstandorten und den zu-



*struktureller Anstieg 2002 bedingt durch neuen Berechnungsmodus gemäß VOC-Verordnung (31. BlmSchV)

**Abweichung zu den in den Vorjahren berichteten Werten aufgrund erweiterter Datenbasis



*Abweichung zu den in den Vorjahren berichteten Werten aufgrund erweiterter Datenbasis

geteilten Emissionsrechten auf. Es zeigt sich aber zunehmend, dass weitere Reduktionen schwierig zu realisieren sind. Denn neue umweltfreundliche Technologien benötigen häufig mehr Energie als über die Jahre etablierte und unter Gesichtspunkten der Energieeffizienz verbesserte Prozesse.

Umsetzung der EU-Richtlinie über Altfahrzeuge

Die EU-Richtlinie über Altfahrzeuge verpflichtet die Automobilhersteller, alle Produkte mit Erstzulassung ab dem 1. Juli 2002 kostenlos zurückzunehmen. Diese Verpflichtung weitet sich ab 2007 auf den gesamten Fahrzeugbestand aus. Die BMW Group ist gut auf die EU-Richtlinie über Altfahrzeuge vorbereitet. In Deutschland kann die BMW Group auf ein seit 1994 existierendes, flächendeckendes Rücknahme- und Verwertungsnetz zurückgreifen. Europaweit wird dieses Netz weiter ausgebaut.

Ab 2015 dürfen nach EU-Gesetzgebung nur noch maximal fünf Prozent des Gewichts eines Automobils deponiert werden. Diese Quoten müssen bereits ab 2008 in der Typprüfung der Fahrzeuge nachgewiesen werden. Die Ingenieure der BMW Group ermitteln, wie Fahrzeuge entwickelt werden müssen, um eine kostenoptimalen Verwertung sicherzustellen. Mögliche Entsorgungsszenarien der einzelnen Bauteile fließen direkt in die Fahrzeugentwicklung ein. Beispielsweise sind bei allen Fahr-

zeugen die Bauteile für Betriebsflüssigkeiten wie Öl, Kraftstoff, Bremsflüssigkeit und Kühlwasser so gestaltet, dass sie mit Standardwerkzeugen einfach und schnell zu entleeren sind.

Fokus auf umweltfreundlichere Transportlösungen

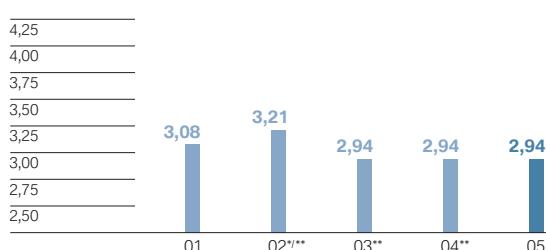
Auch die Logistik der BMW Group ist in die Umweltschutzaktivitäten des Unternehmens integriert und arbeitet an umweltfreundlichen Transportlösungen. Ziel ist, die Schadstoffemissionen zu reduzieren, die vom Beschaffungsmarkt der Materialien über die Versorgung zwischen den Standorten bis zur Auslieferung des Fahrzeugs an den Kunden anfallen. Deswegen verlagert die BMW Group den Verkehr verstärkt auf ökologisch vorteilhaftere Transportmittel wie Schiff und Bahn. Beim Transport über Land wurden im Jahr 2005 32,2% per Bahn abgewickelt, im Jahr zuvor waren es noch 29,3%.

Forschungsaufwand im Jahr 2005 gestiegen

Zum Jahresende 2005 umfasste das Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk der BMW Group insgesamt zehn Standorte mit rund 9.400 Mitarbeitern in fünf Ländern.

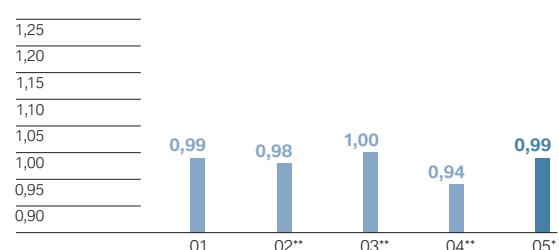
Die Forschungs- und Entwicklungsleistungen der BMW Group lagen im Jahr 2005 mit 3.115 Mio. Euro um 10,5% über dem vergleichbaren Vorjahrswert.

Energieverbrauch je produzierte Einheit
in MWh



*Höhere Energieintensität bedingt durch fortgesetzte Umstellung auf umweltfreundliche Wasserbasis- und Pulverlacktechnologie.
**Abweichung zu den in den Vorjahren berichteten Werten aufgrund erweiterter Datenbasis

Emissionen CO₂ je produzierte Einheit
in t



*Die Erhöhung ist bedingt durch eine Veränderung im Energiermix.
**Abweichung zu den in den Vorjahren berichteten Werten aufgrund erweiterter Datenbasis

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Kontinuierliche Senkung des Flottenverbrauchs

Durch Verbesserungen unter anderem in der Antriebstechnik, in der Aerodynamik und im Fahrzeugleichtbau hat die BMW Group von 1990 bis 2005 den Verbrauch und die CO₂-Emissionen ihrer Fahrzeuge um nahezu 30 % deutlich reduziert. Damit leistet die BMW Group ihren Beitrag zur freiwilligen Selbstverpflichtung des Verbands der Automobilindustrie (VDA), den Flottenverbrauch der neu zugelassenen Automobile in diesem Zeitraum um 25 Prozent abzusenken. Die Einführung neuer verbrauchsarmer Modelle, etwa des MINI oder des BMW 1er, senkte den Flottenverbrauch der BMW Group ebenso wie die erhöhte Nachfrage nach Dieselfahrzeugen und die Effizienzsteigerungen durch optimierte Antriebskonzepte. Damit bewegt sich die BMW Group auch auf der Linie der Vereinbarung des Europäischen Kraftfahrzeugherrstellerverbandes ACEA mit der EU-Kommission, nach der zwischen 1995 und 2008 für PKW im europäischen Flottenmittel eine CO₂-Reduzierung auf 140 Gramm je Kilometer erreicht werden soll.

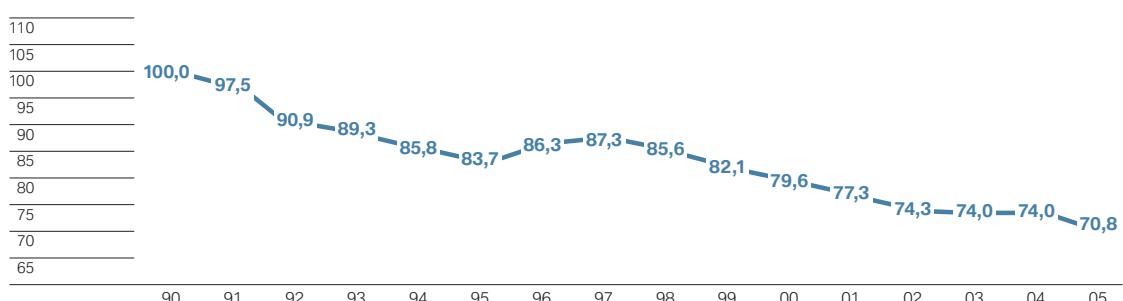
Die weitere Senkung des Flottenverbrauchs erreicht die BMW Group kurz- und mittelfristig, indem sie die bestehenden Antriebstechniken des Diesel- und Benzimotors weiter optimiert und mit

innovativen Leichtbaukonzepten kombiniert. Dabei folgt die Fahrzeugentwicklung der BMW Group dem Konzept der effizienten Dynamik. Das heißt, Verbrauch und Emissionen der Fahrzeuge werden weiter gesenkt, bei gleichzeitigem Zugewinn an Dynamik und Leistungsfähigkeit. Ziel ist, die neueste Technologie für weniger Verbrauch schnellstmöglich vielen Kunden zugänglich zu machen. Die Benzin-Einspritztechnologie „High Precision Injection“, die die BMW Group innerhalb der nächsten Jahre einführen wird, ist die weltweit erste großserientaugliche, strahlgeführte Benzin-Direkteinspritzung. Als erster Hersteller beherrscht die BMW Group mit der High Precision Injection eine Lösung, die auch in der Praxis Verbrauchseinsparungspotenziale erschließt, die anderen Technologien bisher verschlossen blieben.

Für leistungsstarke Modelle arbeitet die BMW Group am Antriebskonzept BMW Active Hybrid, der BMW Interpretation eines Hybridantriebs. Auf der IAA 2005 zeigte die BMW Group ein erstes Konzeptfahrzeug, den BMW Concept X3 Efficient-Dynamics, basierend auf einem Aktivgetriebe und Hochleistungskondensatoren, den so genannten Super Caps. Das Aktivgetriebe des Konzeptfahrzeugs erweitert dabei das aktuelle Automatikgetriebe um einen Elektromotor mit integrierter Leistungs-

Kraftstoffverbrauch Automobile BMW Group

(Index: 1990 = 100; Basis: Flottenverbrauch neuzugelassener Fahrzeuge im Neuen Europäischen Fahrzyklus gemäß VDA-Zusage für PKW/Kombi*)



*Die Umstellung auf die einheitliche VDA-Berechnungsmethode für die unterschiedlichen Messverfahren DIN-1/3-Mix (bis 1996) und Neuer Europäischer Fahrzyklus NEFZ (ab 1997) bedingt geringfügigen Datenabweichung zu früheren BMW Group Geschäftsberichten.

elektronik unter Entfall des Wandlers. Der Einsatz von Hybridtechnik bringt bis zu 20 Prozent Verbrauchsreduzierung im europäischen Fahrzyklus. Wesentliches Unterscheidungsmerkmal zu bisherigen Lösungen ist der raumoptimale Einsatz der Super Caps als Hauptenergiespeicher. Mit dem Ziel, konsequent Know-how zu bündeln und effizient und schnell die grundlegende Entwicklung der Hybridantriebe voranzutreiben, ist die BMW Group im Jahr 2005 eine Allianz mit DaimlerChrysler und General Motors zur Hybridantriebsentwicklung eingegangen.

Langfristig strebt die BMW Group die Nutzung von Wasserstoff als Kraftstoff an. Mit ihrer BMW CleanEnergy Initiative setzt sich die BMW Group dafür ein, flüssigen Wasserstoff als Kraftstoff der Zukunft zu nutzen. Die in der aktuellen BMW 7er Reihe erprobte sechste Generation eines Wasserstofffahrzeugs befindet sich im Serienentwicklungsprozess. Innerhalb der nächsten zwei Jahre werden Fahrzeuge an Kunden übergeben und dann ihre Alltagstauglichkeit unter Beweis stellen.

Zahlreiche Auszeichnungen belegen Technologieführerschaft

Beim International Engine of the Year Award 2005, dem weltweit bedeutendsten Motorenwettbewerb, hat die BMW Group als erster Hersteller in einem Jahr sechs verschiedene Preise errungen.

Neben dem Hauptpreis „Engine of the Year“, den der V10-Hochleistungsmotor des BMW M5/M6 bekam, wurden der BMW Group folgende weitere Auszeichnungen verliehen:

- V10-5,0-Liter-Motor in BMW M5 und M6:
Best New Engine 2005
- V10-5,0-Liter-Motor in BMW M5 und M6:
Best Performance Engine 2005
- V10-5,0-Liter-Motor in BMW M5 und M6:
Gewinner der Klasse über 4,0 Liter Hubraum
- 3,0-Liter Variable Twin Turbo-Diesel im BMW 535d:
Gewinner der Klasse 2,5 bis 3,0 Liter
- 3,2-Liter-Sechszylinder-Motor des M3:
Gewinner der Klasse 3,0 bis 4,0 Liter.

Im Jahr 2005 wurde die BMW Group durch das Fraunhofer-Institut für Produktionstechnologie (IPT) im Rahmen seines internationalen Benchmarking-Projekts zu Erfolgsfaktoren im Technologiemanagement ausgezeichnet. Die BMW Group gehört demnach zu den fünf innovativsten Unternehmen in Europa. Im Rahmen einer Untersuchung des IPT wurden besonders erfolgreiche Ansätze und Konzepte im Technologiemanagement, so genannte „Successful Practices“, führender europäischer Unternehmen identifiziert. Basis des Erfolges der BMW Group ist die strategische Ausrichtung auf die Entwicklung von Technologien mit hohem Nutzen für den Kunden – gepaart mit einem in der Automobilindustrie einzigartigen Innovationsmanagement. Die Jury des Benchmarking-Projekts zeichnete die BMW Group für wegweisende Technologien aus, aber auch für die strategische und kulturelle Verankerung professioneller Innovationsprozesse in allen Bereichen des Unternehmens.

Neues Testzentrum für passive Sicherheit

Im Juni 2005 wurde im Forschungs- und Innovationszentrum (FIZ) der BMW Group ein neues Testzentrum für passive Sicherheit eingeweiht, das voll in die Entwicklungsprozesse integriert ist. Ange schlossen an die im Jahr 2000 fertig gestellte Katalptanlage für Crashsimulation liefert die technisch aufwändig ausgerüstete Anlage Versuchsdaten und Analyseergebnisse für Automobile und Motorräder, um beispielsweise die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen oder die Erreichung von Entwicklungszielen zu überprüfen.

Kooperation für Motoren künftiger MINI Varianten

Die BMW Group und PSA Peugeot Citroën haben in einem Kooperationsprojekt gemeinsam eine neue Familie von Vierzylinder-Benzinmotoren entwickelt. Die Triebwerke, in denen modernste Motorentech nologien zum Einsatz kommen, sind unter anderem für den Einsatz in zukünftigen Varianten von MINI Automobilen bestimmt. Das Projekt hat gezeigt,

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

dass innovative Motorentechnologie und somit verbrauchsgünstige Triebwerke auch in den unteren Fahrzeugsegmenten wirtschaftlich darstellbar sind. Zwei Motorkonzepte wurden entwickelt: ein Saugmotor mit vollvariablen Ventiltrieb und ein aufgeladener Direkteinspritzer. Ohne Abstriche in Leistung und Laufkultur definieren beide Triebwerke in ihrer jeweiligen Hubraumklasse sowohl in technologischer Hinsicht als auch in der Dynamik und Wirtschaftlichkeit einen neuen Maßstab.

Um die hohen Vorgaben zu erfüllen, stecken in den neuen Triebwerken zahlreiche Detaillösungen, wie zum Beispiel der vollvariable Ventiltrieb, die volumenstromgeregelte Ölpumpe, der Einriementrieb der Nebenaggregate, die Einzelzündspulen und die gebauten Nockenwellen. Darüber hinaus wurde eine Reihe innovativer Lösungen erstmals in dieser Klasse umgesetzt – unter anderem die Benzin-Direkteinspritzung zur Leistungssteigerung, der Twin-Sscroll-Abgasturbolader, die abschaltbare mechanische Wasserpumpe und die neuartige Spannvorrichtung des Poly-V-Riemens.

Für eine weitere Reduzierung von Verbrauch und Emissionen sorgt neben einem Öl/Wasser-Wärmetauscher die abschaltbare Wasserpumpe. Sie spart Antriebsleistung und verkürzt die Warmlaufphase des Motors, da erst dann Kühlmittel umgewälzt wird, wenn die Betriebstemperatur erreicht ist.

Mehr Sicherheit durch Fahrerassistenzsysteme

Mit den Fahrerassistenzsystemen BMW Night Vision und Fernlichtassistent können BMW Fahrer in Zukunft bei Nacht und in der Dämmerung noch vorausschauender fahren. Beim Fahrerassistenzsystem BMW Night Vision erfasst eine Wärmebildkamera einen Bereich bis zu 300 Meter vor dem Fahrzeug. Das daraus erzeugte Bild am zentralen Monitor stellt Objekte umso heller dar, je mehr Wärme von der Kamera registriert wird. Damit sind Menschen und Tiere die hellsten Bereiche des Bilds – und gleichzeitig jene wichtigen Punkte, auf die man sich bei

verantwortungsbewusstem Fahrverhalten besonders konzentriert. BMW Night Vision bietet dem Kunden auf Strecken über Land, in engen Gassen, Hofeinfahrten und dunklen Tiefgaragen einen besonderen Nutzen und erhöht deutlich die Sicherheit bei Nachtfahrten.

Beim Fernlichtassistenten registriert ein in der Innenspiegelhalterung integrierter Sensor das Verkehrsgeschehen und steuert selbsttätig das Ein- und Ausschalten des Fernlichts. Das Scheinwerferlicht, das Rücklicht von Fahrzeugen sowie die Umgebungsbeleuchtung der Straße werden dabei vom System erkannt. Das Fernlicht schaltet sich bei Abwesenheit von vorausfahrendem und entgegenkommendem Verkehr ein, sofern die Straße nicht ausreichend beleuchtet ist.

ACC Stop & Go ist eine Weiterentwicklung der aktiven Geschwindigkeitsregelung ACC, die bereits für den BMW 5er, 6er und 7er erhältlich ist und seit Frühjahr 2005 auch für den neuen BMW 3er angeboten wird. Ingenieure der BMW Group arbeiten an der Serieneinführung einer Stop-and-go-Funktion, die den nutzbaren ACC Geschwindigkeitsbereich nach unten bis in den Stillstand erweitert. Wie bei der ACC Serienfunktion gilt auch bei ACC Stop & Go, dass der Fahrer prinzipiell die Verantwortung über sein Fahrzeug behält und jederzeit selbst in das Geschehen eingreifen kann. Erkennt ACC Stop & Go eine Situation, in der die eigene begrenzte Verzögerungsfähigkeit nicht ausreicht, wird der Fahrer rechtzeitig durch optische oder akustische Signale darauf hingewiesen, selbst aktiv zu bremsen.

Beschaffungsstrukturen weiterhin global ausgerichtet

Die globale Aufstellung der BMW Group spiegelt sich in einer entsprechenden regionalen Verteilung des Einkaufsvolumens wider, von dem nach wie vor etwa die Hälfte aus Deutschland bezogen wird. Mit dem ersten vollen Produktionsjahr des BMW 1er sowie einer anhaltend hohen Produktion des MINI ergab sich eine leichte Verschiebung des Einkaufs-

volumens um einen Prozentpunkt von Deutschland zum sonstigen Westeuropa. Die weiterhin verstärkten Einkaufsaktivitäten der BMW Group in Zentral- und Osteuropa für den BMW 1er und 3er führten in Summe zu einem Anstieg um einen Prozentpunkt im Vergleich zum Vorjahr. Der im selben Zeitraum zu verzeichnende Rückgang im NAFTA-Markt um einen Prozentpunkt ergibt sich im Wesentlichen durch das Wachstum des Produktionsvolumens – und damit auch des Einkaufsvolumens – in Europa bei einem gleichzeitigen Rückgang des Produktionsvolumens im BMW Werk Spartanburg. Das Einkaufsvolumen in den übrigen Regionen hat sich proportional zum Produktionswachstum entwickelt und bleibt damit im Vorjahresvergleich unverändert.

Angespannte Lage auf den Rohstoffmärkten

Eine besondere Rolle für den Einkauf der BMW Group spielte auch im Jahr 2005 das hohe Preisniveau auf den Rohstoffmärkten. Insbesondere bei der Versorgung mit Stahl und Kunststoffen musste eine deutliche Mehrbelastung akzeptiert werden. Beispielsweise hat sich der Durchschnittspreis für kalt gewalztes Stahlblech im Jahr 2005 um ca. 20% gegenüber dem Jahr 2004 erhöht. Auf US-Dollar-Basis verteuerten sich die gesamten Industrierohstoffe um 12% und auf Euro-Basis um 13%. Die Preise der Nichtedelmetalle erhöhten sich sowohl auf US-Dollar-Basis als auch auf Euro-Basis um 14%. Gravierend war vor allem im letzten Quartal

2005 der Preisanstieg bei den Energierohstoffen, insbesondere bei Rohöl, das als Basis für Kunststoffe dient. Im Vergleich zu 2004 verteuerten sich diese im Durchschnitt um ca. 36%.

Bei den Edelmetallen (Rhodium, Palladium, Platin) dämpften Preisabsicherungen die Auswirkungen der Kostensteigerung für die BMW Group. Bei den übrigen Rohstoffen wurde auf eine faire Verteilung der Mehrkosten auf die gesamte Wertschöpfungskette geachtet, in der auch Kosten von der BMW Group übernommen wurden. Obwohl seit Ende des Jahres die Preisprognosen eine leichte Entspannung auf den Rohstoffmärkten aufzeigen, wird das hohe Preisniveau auch im Jahr 2006 voraussichtlich anhalten.

Gemeinsam mit Zulieferern die Wettbewerbsfähigkeit verbessern

Angesichts eines Fremdwertschöpfungsanteils von derzeit 70 bis 80 Prozent ist die Zusammenarbeit mit den Zulieferern zur Verbesserung von Produkten und Prozessen ein kritischer Erfolgsfaktor. Die BMW Group startete bereits im Jahr 2004 ein gemeinsames Programm mit ihren Lieferanten, um in enger Zusammenarbeit die Produktkosten zu senken. Im Jahr 2005 wurde diese Initiative erweitert und schließt jetzt auch Maßnahmen zur Verbesserung der Zuverlässigkeit bezogener Komponenten und Systeme ein.

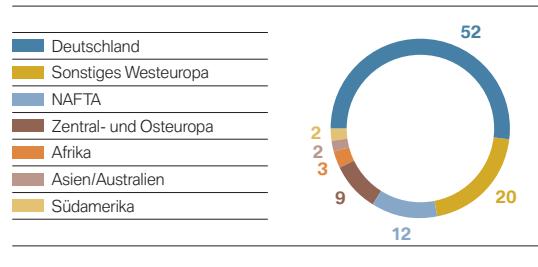
Ziel ist, unter Einbeziehung aller Gestaltungsaspekte in der gesamten Kette vom Beschaffungsmarkt bis hin zum Händler, die Kosten der aktuellen Modelle zu senken und gleichzeitig nach Auslieferung der Fahrzeuge an die Kunden die Feldqualität weiter zu steigern. Die so gewonnenen Erkenntnisse fließen anschließend auch in die Entwicklung neuer Fahrzeuge ein.

Neuausrichtung des Lieferantenmanagements

Ergänzend zu dem Projekt „Management von Partnernetzwerken“, das auf eine verbesserte Ausschöpfung der Innovationskraft des Beschaffungsmarktes zielte, wurde Anfang 2005 das Projekt „Neuausrichtung Lieferantenmanagement“ gestartet.

Regionale Verteilung des Einkaufsvolumens der BMW Group im Jahr 2005

in %, Basis: Produktionsmaterial



Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Der Fokus des Projekts liegt auf der Optimierung interner Prozesse der BMW Group an den Schnittstellen der Entwicklungs-, Einkaufs-, Produktions- und Vertriebsfachstellen. Durch Concurrent-Engineering-Ansätze und eine engere Einbindung der Lieferanten in der Serienentwicklung soll sichergestellt werden, dass die anspruchsvollen Kosten-, Termin- und Qualitätsziele von Fahrzeugprojekten frühzeitig abgesichert und erreicht werden.

Der Schwerpunkt der Gestaltungsaufgaben umfasst dabei die folgenden drei Themenbereiche:

- die bereichsübergreifende Abstimmung zur bestmöglichen Lieferantenauswahl. Dabei werden die Aspekte Kosten, Feld- und Anlieferqualität, Produktfunktionen und Versorgungssicherheit gleichberechtigt behandelt.
- die durchgängige und konsequente Risiko-Betrachtung und Kosten-Verfolgung im Produktentstehungs- und Serienprozess.
- eine frühzeitige und gezielte Befähigung der Lieferanten.

Die verbesserten Abläufe werden unmittelbar in den laufenden Fahrzeugentwicklungsprojekten umgesetzt. Das Projekt leistet so einen wesentlichen Beitrag zum Ausbau der Wettbewerbsposition der BMW Group.

Hohe ökologische und soziale Standards bei den Lieferanten der BMW Group

Die Verantwortung für die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards nimmt die BMW Group auch in der Zusammenarbeit mit ihren Zulieferern wahr. Neben Qualitätsvorgaben und Kostenaspekten enthalten die nationalen und internationalen Einkaufsrichtlinien der BMW Group soziale und ökologische Anforderungen. Aufbauend auf dem partnerschaftlichen Umgang und im kontinuierlichen Kontakt mit den Lieferanten bewerten Experten der BMW Group im Rahmen von Anfragen sowie bei Bedarf im Rahmen von Jahresprixverhandlungen, wie die Lieferanten den produkt- und produktionsbezogenen Umweltschutz umsetzen und die Sozialstandards einhalten.

Anfang 2005 hat die BMW Group die Abfrage nachhaltigen Wirtschaftens bei den Lieferanten weiter institutionalisiert. Datenbankgestützt kann die BMW Group bereits vor der Lieferantenentscheidung von allen potenziellen neuen Lieferanten abfragen, inwiefern sie Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens berücksichtigen. Bestehende Lieferanten können ihre Daten einmal jährlich im System aktualisieren. Damit erhält die BMW Group einen genauen Überblick, wie gut ihre weltweit tätigen Lieferanten soziale und ökologische Aspekte berücksichtigen.

Webbasiertes Supplier Relationship Management (SRM) in Organisation verankert

Mit dem Programm e-Business SRM wurden von 2002 bis 2005 webbasierte Prozesse zur Verbesserung der Zusammenarbeit mit Lieferanten entwickelt und nach Abschluss im Jahr 2005 in der Organisation verankert. Zentrale Plattform zur Anbindung von Lieferanten ist das Partner Portal der BMW Group. Über 25.500 externe Anwender von 4.200 Firmen bzw. Firmenstandorten sind zugelassen, und rund 35.000 interne Anwender nutzen das Portal in der täglichen Arbeit. Sicherheits-technische Anforderungen werden unter anderem durch die verschlüsselte Übertragung der Daten erfüllt.

Durch Prozessoptimierung und Datenmanagement konnte sowohl die Abwicklung der Beschaffungsprozesse verbessert als auch die Informationsbasis über den Beschaffungsmarkt signifikant erweitert werden. Bestellungen, Finanzinformationen und Lieferabrufe für Serien- und Versuchsteile werden papierlos per EDI (Electronic Data Interchange) oder Internet übermittelt. Mit Hilfe interaktiver e-Businesswerkzeuge, wie beispielsweise elektronischen Anfragen oder Auktionen, werden Komponenten und Materialien schneller, transparenter und kostengünstiger beschafft.

Auch die Lieferantenintegration im Produktentstehungsprozess wurde durch die Einführung elektronischer Prozesse weiter optimiert. Hierbei kommen insbesondere „Filesharing“- und „Online-

Conferencing“-Dienste zum Einsatz. So können die Entwicklungspartner der BMW Group direkt auf für die Entwicklung notwendige Daten zugreifen und sich mit ihren Ansprechpartnern im Unternehmen austauschen. Beispielsweise nutzen rund 1.600 interne und 2.000 externe Anwender ein Basistoolset zum verteilten Projektmanagement.

Leistungsfähigkeit der Vertriebsorganisation im Fokus

Die weltweite Umsetzung der Produkt- und Markt-offensive in den Märkten bildete den Schwerpunkt der Vertriebs- und Marketingaktivitäten der BMW Group im Jahr 2005. Insbesondere die weitere Etablierung der neuen Modellreihen BMW 1er, BMW 6er und BMW X3 sowie die Modellwechsel bei der volumenstarken BMW 3er Reihe standen dabei im Mittelpunkt. Zudem wurden umfangreiche Maßnahmen gestartet, um die Leistungsfähigkeit der Vertriebsorganisation zu erhöhen und so der deutlichen Steigerung des Absatzvolumens und der durch die neuen Modellreihen erweiterten Produkt-palette auch in der Kundenansprache gerecht zu werden.

Ausbau des Vertriebsnetzes vorangetrieben

Im Jahr 2005 hat die BMW Group ihr Vertriebsnetz ausgebaut und das Engagement in den bestehenden Märkten weiter verstärkt. Das Unternehmen ist in 35 Ländern über eigene Vertriebsgesellschaften vertreten. Rund 100 weitere Länder werden durch nationale Importeure betreut.

Mit der Eröffnung der neuen Vertriebsgesellschaft in Portugal am 1. Januar 2005 ist die BMW Group in allen westeuropäischen EU-Ländern mit eigenen Vertriebsgesellschaften präsent. Seit dem Start der neuen Gesellschaft konnte der Automobilabsatz der BMW Group in Portugal im Vorjahres-vergleich um mehr als 50 % gesteigert werden.

In China hat die BMW Group zum 1. Oktober 2005 mit einer neu gegründeten Vertriebsgesellschaft (BMW China Automotive Trading Ltd.) nun auch die direkte und alleinige Verantwortung für

das Importgeschäft übernommen, ergänzend zum bestehenden Joint Venture mit Brilliance China Automotive Holdings Ltd., welches weiterhin die lokale Produktion von Fahrzeugen der BMW 3er und 5er Modellreihe sowie deren Vertrieb für den chinesischen Markt verantwortet. Das Vertriebsnetz in China wurde im Berichtsjahr deutlich erweitert. Mit insgesamt rund 60 Händlerbetrieben ist die BMW Group in China nun in nahezu allen Provinzen vertreten.

Weltweite Handelsorganisation

Zum Jahresende 2005 umfasste die Handelsorganisation für die Marke BMW rund 3.000 unabhängige Handelsbetriebe. Die internationale Präsenz der Marke MINI wurde im Berichtsjahr weiter ausgebaut. In inzwischen 80 Ländern sind mehr als 1.400 Handelsbetriebe aktiv. Die Fahrzeuge der Marke Rolls-Royce werden wie bereits im Vorjahr weltweit von rund 70 Händlern in 23 Ländern vertrieben. Weitere 13 Märkte werden von Rolls-Royce Motor Cars direkt betreut.

Mit Investitionen von weltweit mehr als 1 Mrd. Euro unterstützten die unabhängigen Händlerbetriebe auch im Jahr 2005 die Aktivitäten der BMW Group und schufen so die Voraussetzungen dafür, dass die Verbreiterung der Modellpalette und das Wachstum der BMW Group für Kunden und Interessenten positiv erlebbar wurden.

Über Niederlassungen in 36 Metropolen weltweit ist die BMW Group zudem selbst im Endkundengeschäft tätig.

Markteintritt in Indien vorbereitet

Neben der Ausweitung der Aktivitäten in den bestehenden Märkten hat die BMW Group im Jahr 2005 mit umfassenden Aktivitäten den Markteintritt in Indien vorbereitet und so einen wichtigen Schritt in ihrer Asienstrategie vollzogen. Im Herbst 2005 wurde der Genehmigungsprozess für eine eigene Vertriebsgesellschaft im Großraum Delhi sowie für ein Montagewerk in Chennai für Fahrzeuge der BMW 3er und 5er Reihe erfolgreich abgeschlossen. Die neue

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Vertriebsgesellschaft wird zu Beginn des Jahres 2007 ihre Geschäftstätigkeit aufnehmen.

Mit dem Eintritt in den indischen Markt ist die BMW Group in nahezu allen strategischen Märkten in Asien mit eigenen Vertriebsgesellschaften aktiv. Neben der umfassenden Präsenz in China und den geplanten Aktivitäten in Indien befinden sich bereits eigene Vertriebsgesellschaften in Japan, Indonesien, Malaysia, Südkorea, Thailand sowie auf den Philippinen.

Die asiatischen Importeurmärkte werden vom Regionalbüro Singapur aus gesteuert. Zu Beginn des Jahres 2006 hat die BMW Group dort zudem ein neues Designstudio eröffnet. Den logistischen Knotenpunkt der BMW Group in Asien bildet Malaysia mit einem Rechen- sowie einem Teilevertriebszentrum für die Region.

Investitionen in starke Marken

Mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce verfügt die BMW Group über drei der wohl stärksten Premiummarken in der Automobilbranche. Um die Markenprofile weiter zu schärfen und für die Kunden erlebbar zu machen, hat das Unternehmen im Jahr 2005 umfangreiche Aktivitäten gestartet.

Für die Marke BMW entsteht derzeit in unmittelbarer Nachbarschaft der Konzernzentrale die BMW Welt. Richtfest für das neue Gebäude war am 1. Juli 2005, die Eröffnung ist für das Frühjahr 2007 geplant. Nach Fertigstellung werden in der BMW Welt täglich bis zu 250 Kunden ihr Fahrzeug persönlich abholen und dabei die Marke BMW erleben können. Führungen durch das benachbarte BMW Werk sowie der Besuch des BMW Museums runden das Markenerlebnis ab.

Als erster Automobilhersteller bot die BMW Group auf der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt/Main im September 2005 aktuelle Informationen im Podcast Audio Format direkt vom BMW Messestand. Täglich neue Audiobeiträge wurden in deutscher und englischer Sprache kos-

tenlos zum Download angeboten. Mit dem Pilotprojekt teste das Unternehmen einen neuen Weg, Zielgruppen anzusprechen, die über klassische Werbung immer schwerer zu erreichen sind.

Für den aktuellen Werbefilm zum BMW 3er Touring konnte die BMW Group den renommierten Filmemacher Spike Lee gewinnen. Damit knüpft das Unternehmen an das Filmprojekt „The Hire“ an, bei dem seit 2001 insgesamt acht Arbeiten bekannter Hollywoodregisseure realisiert wurden.

Mit unkonventionellen Maßnahmen wurde im Jahr 2005 das Profil der Marke MINI weiter geschärft. So konnten beispielsweise in Deutschland MINI Begeisterte bei der Markteinführung der neuen Modelle MINI Seven, MINI Checkmate und MINI Park Lane mit kurzen selbstgedrehten Filmclips ihre Ideen zu den neuen Modellen umsetzen. Die mit Handy oder Digitalkamera gefilmten Clips wurden auf der Website www.mini.de der Öffentlichkeit vorgestellt, die besten davon wurden prämiert.

Rund 6.000 MINI Fans aus mehr als 40 Ländern kamen im Herbst zu MINI United, dem ersten offiziellen Jahrestreffen der internationalen MINI Fan-Gemeinde, und erlebten auf der Rennstrecke in Misano, Italien, drei Tage lang Lifestyle- und Rennatmosphäre.

Die Marke Rolls-Royce, die inzwischen auf eine mehr als hundertjährige Geschichte zurückblicken kann, fokussierte im Jahr 2005 ihre Sportsponsoringmaßnahmen auf den Polo-Sport. Neben der Unterstützung der Topveranstaltung Cartier International Day ist Rolls-Royce Motor Cars auch offizieller Sponsor des Prince of Wales Polo Teams.

Erstmals BMW geführtes Team in der Formel 1

Nach der Übernahme der Anteilsmehrheit am Schweizer Team Sauber wird ab der Saison 2006 ein von BMW geführtes Team in der Formel-1-Weltmeisterschaft starten. Damit tritt BMW erstmals in der Unternehmensgeschichte in Eigenregie in der Formel 1 an. Das BMW Sauber F1 Team wurde

Anfang des Jahres 2006 der Öffentlichkeit vorgestellt. Der bisherige Sauber-Standort in Hinwil in der Schweiz wird weiter als eigenständige Unternehmenseinheit geführt. Die übrigen Motorsportprojekte werden engagiert fortgesetzt. BMW wird auch künftig in der Tourenwagen-Weltmeisterschaft (WTCC) präsent sein. Auch die Formel BMW mit ihren vier Serien in Asien, Deutschland, Großbritannien und Nordamerika wird es weiter geben. Im Dezember 2005 fand in Bahrain erstmals ein Weltfinale statt.

Premium – auch im Service

Um das Leistungsversprechen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce auch nach dem Kauf zu erfüllen, arbeitet die BMW Group konsequent an der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Servicebereichs. Im Fokus stehen die technische Servicequalität, die Kundenbetreuung sowie individuelle Mobilitäts- und Serviceangebote.

Dabei werden insbesondere die Handelsbetriebe durch verschiedene Maßnahmen und Investitionen in der Kundenbetreuung und -beratung unterstützt. Im Mittelpunkt standen im Jahr 2005 umfangreiche Qualifizierungsmaßnahmen der Mitarbeiter, mit Schwerpunkten auf der technischen Betreuung der Automobile sowie der qualifizierten Beratung der Kunden auch nach dem Kauf. Das entsprechende Trainingskonzept basiert auf Seminaren sowie individuellen Onlinetrainings vor Ort.

Für die persönlichen Schulungen unterhält die BMW Group neben der zentralen Trainingsakademie in Unterschleißheim im Raum München sieben weitere regionale Trainingsstandorte in Deutschland sowie überregionale Trainingszentren in Dubai, Moskau, Malaysia und seit Februar 2005 auch in Peking. Insgesamt gibt es weltweit 53 Trainingszentren der BMW Group.

In ihrem ersten Jahr im Vollbetrieb wurden allein in der Trainingsakademie in Unterschleißheim im Jahr 2005 mehr als 500 Schulungen durchgeführt.

25.000 Teilnehmer aus rund 80 Ländern besuchten die Veranstaltungen.

Die BMW Group wird ihre Trainingszentren bis zum Jahr 2010 kontinuierlich weiter ausbauen und dabei insbesondere auch die nicht-technischen Trainingsmaßnahmen (Markentrainings, Serviceprozesse, Logistik, Betriebswirtschaft) weiter forcieren.

Dynamikzentrum eröffnet

Am 15. Juni 2005 wurde das neue Dynamikzentrum in Dingolfing offiziell eröffnet. Es ist Bestandteil der zentralen Teileauslieferung und hat bereits im Januar 2005 seine Aktivitäten aufgenommen. Das Dynamikzentrum beliefert alle 35 Vertriebsgesellschaften der BMW Group, die zahlreichen Importeure sowie mehr als 300 regionale Handelsbetriebe direkt mit Originalteilen, Zubehör sowie Merchandising- und Lifestyleprodukten der Marken BMW und MINI. Auf einer Fläche von 56 Hektar werden in Dingolfing rund 250.000 verschiedene Artikel bereitgehalten und versandt. Rund 650 Mitarbeiter sind im Dynamikzentrum tätig. Die Investitionen in den Standort betragen rund 145 Mio. Euro.

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Die BMW Aktie im Jahr 2005

Wechselkurse und Rohstoffpreise prägten die Stimmung an den Börsen

Das Börsenjahr 2005 war geprägt von der Wechselkursentwicklung des US-Dollars gegenüber dem Euro und weiterhin überdurchschnittlich hohen Rohstoffpreisen.

Im Jahresverlauf veränderte sich das Verhältnis zwischen Euro und US-Dollar zu Gunsten der in den Dollarraum exportierenden Unternehmen. Verglichen mit dem Kurs zu Jahresbeginn verlor die europäische Leitwährung gegenüber dem US-Dollar rund 13 % an Wert. Der Schlusskurs am letzten Handelstag des Jahres 2005 lag bei 1,18 US-Dollar je Euro.

Wie bereits im Vorjahr stiegen auch im Jahr 2005 wichtige Rohstoffpreise weiter an, insbesondere bei Öl und Stahl waren deutliche Aufschläge zu verzeichnen.

Trotz der Belastungen durch die hohen Rohstoffpreise legten die wichtigsten Börsenindizes im Jahr 2005 deutlich zu. Verglichen mit dem Stand zum Ende des Vorjahrs verzeichnete der EURO-STOXX 50 im Berichtszeitraum ein Plus von 21,3 % und der deutsche Leitindex DAX stieg im Jahresverlauf um 27,1 %.

Der Branchenindex Prime Automobile entwickelte sich ebenfalls sehr positiv und erreichte mit einem Schlussstand von 453,24 Punkten einen Zuwachs von 31,1 % im Vorjahresvergleich.

Die BMW Stammaktie ging am 31. Dezember 2005 mit 37,05 Euro aus dem Handel. Auf Jahressicht ergibt sich eine Kurssteigerung von 11,6 %, womit auch zum Jahresende die verhaltene Kurs-

entwicklung fortgesetzt wurde, die sich bereits im Jahresverlauf gezeigt hatte.

Die BMW Vorzugsaktie übertraf dagegen mit einem Wertzuwachs von 33,1 % die Entwicklung des Gesamtmarktes und notierte zum Jahresende 2005 bei 33,00 Euro.

Mit einer Marktkapitalisierung von fast 25 Mrd. Euro liegt die BMW Group im weltweiten Vergleich der Automobilhersteller auf dem fünften Platz.

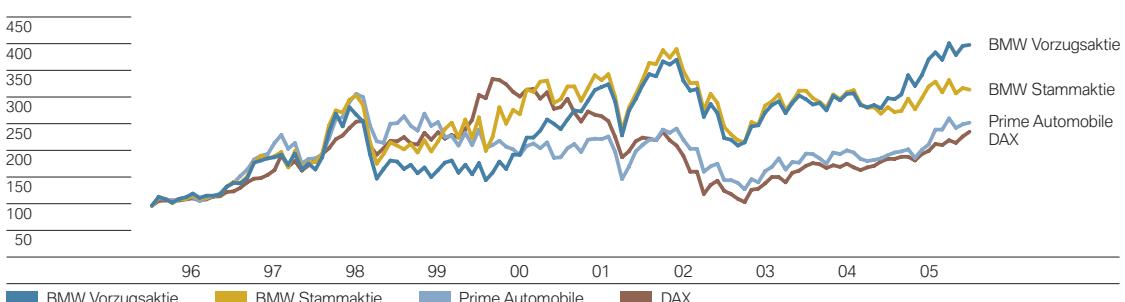
Die langfristig orientierte Investorenbasis wurde, wie auch in der Vergangenheit, umfassend durch das Investor-Relations-Team betreut. Zu den Aktivitäten zählten Einzelgespräche und Gruppenveranstaltungen in den relevanten Finanzzentren der Welt und am Sitz der BMW AG in München. Im Jahr 2006 werden diese Aktivitäten weiter ausgebaut.

Programm zum Rückkauf von Stammaktien

Die Hauptversammlung der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft (BMW AG) hat den Vorstand am 12. Mai 2005 ermächtigt, über die Börse eigene Aktien bis zu insgesamt 10 % des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals zu erwerben und ohne weiteren Beschluss der Hauptversammlung einzuziehen. Die Ermächtigung für den Rückkauf gilt bis zum 11. November 2006. Der von der BMW AG gezahlte Kaufpreis je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) darf den am Handelstag durch die Eröffnungsauktion im Xetra-Handel ermittelten Kurs nicht um mehr als 10 % überschreiten und nicht um mehr als 10 % unterschreiten.

In Ausübung der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 12. Mai 2005 hat der Vorstand der

Entwicklung der BMW Aktien im Vergleich zu Börsenindizes
(Index: 31.12.1995 = 100)



BMW AG am 20. September 2005 ein Aktienrückkaufprogramm über die Börse beschlossen. Im Rahmen dieses Programms wurden Stammaktien im Umfang von 20.232.722 Stück, d.h. 3% des Grundkapitals, erworben. Der Erwerb erfolgte zum Zweck der späteren Einziehung der Aktien und Herabsetzung des Grundkapitals. Im Rahmen des Programms wurden bis zum Ende des Jahres 2005 insgesamt 13.488.480 Stammaktien erworben, das sind 2% des Grundkapitals. Dies geschah zu einem durchschnittlichen Kurs von 37,49 Euro. Inklusive Erwerbsnebenkosten wurden im Berichtsjahr rund 506 Mio. Euro für den Aktienrückkauf verwendet. Weitere Informationen zum Aktienrückkauf sind auf der im Jahr 2005 erweiterten Investor-Relations-Homepage www.bmwgroup.com/ir zu finden.

Rückkauf von Vorzugsaktien für Belegschaftsaktienprogramm

Seit inzwischen mehr als 30 Jahren beteiligt die BMW AG die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Unternehmenserfolg, seit 1989 in Form eines Belegschaftsaktienprogramms. Der Vorstand der BMW AG hat entschieden, auch im Jahr 2006 dieses Programm fortzuführen. Zum Zweck der anschließenden Ausgabe an Mitarbeiter sollen bis zu 1,5 Mio. Vorzugsaktien über die Börse zurückgekauft werden. Der Rückkauf soll – wie auch in den bisherigen Programmen – unter Einschaltung eines Wertpapierhauses oder Kreditinstituts erfolgen. Es wird seine Entscheidung über den Zeitpunkt der einzelnen Rückkäufe unabhängig und unbeeinflusst von der BMW AG treffen. Weitere Informatio-

nen werden unter www.bmwgroup.com/ir bekannt gemacht; dort soll in regelmäßigen Abständen über den Fortgang des Rückkaufs berichtet werden.

Umfangreiches Informationsangebot im Internet

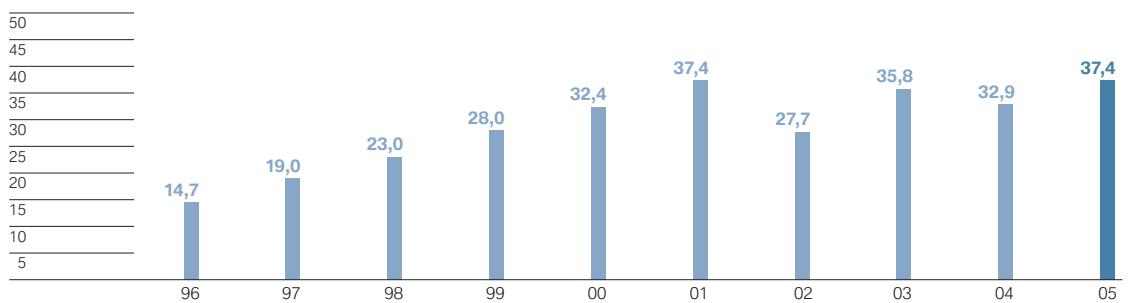
Seit dem dritten Quartal 2005 werden die Telefonkonferenzen in der Investor-Relations-Rubrik des Internetauftritts der BMW Group – neben der Liveübertragung und dem Abruf bei Bedarf – auch als Audio Podcast kostenlos zum Download angeboten. Unter der Adresse www.bmwgroup.com/ir steht außerdem ein umfangreiches Informationsangebot zur Verfügung, das im Jahr 2005 weiter ausgebaut wurde. Neben den Geschäfts- und Quartalsberichten finden sich dort aktuelle Analystenschätzungen, Reden und Präsentationen sowie Kursabfrage- und Vergleichsmöglichkeiten. Ergänzend werden Informationen zu den Themen Aktienrückkauf, Corporate Governance und Aktionärsstruktur angeboten.

Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit

Im September 2005 wurde die BMW Group als Branchenführer in die Dow Jones Sustainability Indexes aufgenommen. Damit ist die BMW Group als einziges Unternehmen der Branche zum siebten Mal in Folge in dieser wichtigen Indexfamilie für nachhaltiges Investment gelistet. Seit vier Jahren ist die BMW Group auch Mitglied verschiedener FTSE4Good Indizes, unter anderem als einziger Automobilhersteller im FTSE4Good Europe 50 Index. Hinzu kommt die Auszeichnung „best in class“ im

Wertentwicklung eines BMW Aktiendepots in Tsd. Euro

Anlage von 10.000 Euro am 1.1.1996 einschließlich Dividende und Bezugsrechtserlösen, Werte zum Jahresende



Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Carbon Disclosure Project, einer Initiative institutionaler Anleger, die Unternehmen danach bewerten, wie sie mit den Chancen und Risiken des Klimawandels umgehen. Diese kleine Auswahl an Auszeichnungen zeigt, dass Aspekte nachhaltigen Wirtschaftens ein zunehmend wichtiger Bestandteil der Kapitalmarktbetreuung der BMW Group werden.

Wie die BMW Group das Prinzip der Nachhaltigkeit in seinen verschiedenen Facetten umsetzt

und wie umfassend die sozialen und ökologischen Aktivitäten des Unternehmens sind, zeigt der im September 2005 erschienene Sustainable Value Report. Der Bericht ist in deutscher, englischer, italienischer, chinesischer und japanischer Sprache verfügbar und kann kostenlos über die E-Mail-Adresse sustainability@bmwgroup.com bestellt werden. Online ist der Bericht unter der Webadresse www.bmwgroup.com/sustainability zu finden.

Die BMW Aktie	2001	2002	2003	2004	2005
Stammaktie					
Anzahl der Aktien in 1.000 Stück	622.228	622.228	622.228	622.228	622.228
Zurückgekaufte Aktien zum Stichtag	–	–	–	–	13.488
Börsenkurs in Euro ¹⁾					
Jahresschlusskurs	39,15	28,92	36,75	33,20	37,05
Höchstkurs	41,49	47,60	38,40	37,44	39,97
Tiefstkurs	24,15	27,97	21,12	31,78	32,04
Vorzugsaktie					
Anzahl der Aktien in 1.000 Stück	50.638	51.468	52.196	52.196	52.196
Börsenkurs in Euro ¹⁾					
Jahresschlusskurs	26,70	18,60	24,65	24,80	33,00
Höchstkurs	27,60	31,99	26,25	26,20	33,98
Tiefstkurs	16,55	18,17	14,86	22,86	24,48
	2001	2002	2003	2004 ⁵⁾	2005
Kennzahlen je Aktie in Euro					
Dividende					
Stammaktie	0,52	0,52	0,58	0,62	0,64 ²⁾
Vorzugsaktie	0,54	0,54	0,60	0,64	0,66 ²⁾
Ergebnis je Stammaktie ³⁾	2,78	3,00	2,89	3,33	3,33
Ergebnis je Vorzugsaktie ⁴⁾	2,80	3,02	2,91	3,35	3,35
Cashflow	6,24	6,49	6,66	7,69	8,31
Eigenkapital	16,01	20,59	23,95	24,52	25,17

1] Xetra Schlusskurse

2] Vorschlag der Verwaltung

3] Gewichtung der Aktien im Jahresdurchschnitt

4] Gewichtung der Aktien entsprechend der Dividendenberechtigung

5] angepasst nach Neubehandlung der Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen

Analyse der finanzwirtschaftlichen Situation

Konzerninternes Steuerungssystem

Das konzerninterne Steuerungssystem der BMW Group zielt auf die Wertsteigerung des gesamten BMW Konzerns. Daraus abgeleitet ergeben sich die Zielsetzungen für die Segmente Automobile, Motorräder und Finanzdienstleistungen. Innerhalb der Segmente Automobile und Motorräder erfolgt die Orientierung an konkreten Produktprojekten sowie an Prozess- und Strukturprojekten. Im Segment Finanzdienstleistungen werden dagegen vor allem die Cashflows betrachtet, die sich aus dem Finanzierungs- und Leasingportfolio ergeben.

Aus den geschäftsfeldspezifischen Strategien sowie den daraus abgeleiteten Projektentscheidungen ergeben sich die strategischen Schwerpunkte der Funktionalbereiche. Durch die enge Koppelung der geschäftsfeldspezifischen Strategien mit den einzelnen Projektzielen wird ein zielgerichteter Projektentwicklungsprozess gewährleistet. Nach der Entscheidung für ein Projekt gilt es, die einzelnen Projekte im Zeitablauf zu steuern. Dabei werden die Projekte beobachtet und Ressourcen bei Bedarf neu priorisiert.

Wichtige Bestandteile der wertorientierten Planung bei der BMW Group sind folglich die Projektentscheidung und – damit verbunden – die Projektauswahl. Bei der Entscheidung kommt eine Kapitalwert- und Renditerechnung zum Einsatz: Aus den Zahlungsströmen, die durch eine Projektentscheidung ausgelöst werden, werden der Kapitalwert und die interne Projektrendite („Modellrendite“ bei Fahrzeugprojekten) des betreffenden Projekts ermittelt. Als Diskontierungssatz dient der aus dem Kapitalmarkt abgeleitete, unternehmensspezifische Mindestverzinsungsanspruch (gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten). So lässt sich zum Zeitpunkt der Projektentscheidung der Wertbeitrag eines Projekts zum Gesamtwert des Segments darstellen. Die Zielvorgabe und Steuerung erfolgt anhand von projektbezogenen Zielkapitalwerten sowie diese beeinflussenden, zahlungsstrombasierten Einzelsteuerungsgrößen.

Aggregiert über alle Projekte und diskontiert auf einen bestimmten Zeitpunkt ergibt sich der Kapitalwert des Projektprogramms als oberste Zielgröße in den Geschäftsfeldern Automobile und Motorrad. Abzüglich des Marktwerts des Fremdkapitals ergibt sich daraus der Unternehmenswert des jeweiligen Segments. Ziel für die beiden auf diese Art gesteuerten Segmente Automobile und Motorräder ist es, ein kontinuierliches Wachstum des so ermittelten Unternehmenswertes zu generieren.

Die aufgezeigte Steuerung der Produktprojekte und des gesamten Produktprogramms unterliegt Rahmenbedingungen, die sich aus der Periodenplanung ergeben. Dabei geht es darum, die periodenbezogenen Ziele langfristig zu überwachen und zu steuern. Diese periodische Steuerung erfolgt vor dem Hintergrund der durch die Rechnungslegung definierten Bilanzierungs- und Bewertungsregeln. Als Kennzahlen für eine derartige operative Performancekontrolle nutzt die BMW Group im Wesentlichen das Ergebnis vor Steuern sowie segmentspezifische Renditegrößen. So wird für die Segmente Automobile und Motorräder beispielsweise der Return on Capital Employed als oberste Steuerungsgröße verwendet. Zudem dient die Umsatzrendite als zusätzliche Orientierungsgröße. Für das Segment Finanzdienstleistungen und den Konzern kommt der Return on Assets zum Einsatz. Zielvorgabe für die Ergebnisgröße ist ein kontinuierliches Wachstum, für die jeweiligen Renditegrößen ist der geschäftsfeldspezifische Mindestverzinsungsanspruch maßgebend. Diese Periodenziele ergänzen die Projekt- bzw. Programmziele.

Um unter Berücksichtigung dieser periodischen, rechnungswesenorientierten Größen ein geschlossenes Zielvorgabe- und Steuerungsmodell zu implementieren, werden bei jeder Projektentscheidung neben den Zahlungsstromauswirkungen im Kapitalwert und der Modellrendite auch die Ergebniseffekte der Entscheidung im Langfristzeitraum dargestellt. Durch diesen Steuerungsansatz lassen sich die Auswirkungen einer jeden projektorientierten Ent-

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Steuerungsgrößen in %	2005	2004*	2003	2002	2001
Return on Capital Employed					
Automobile	23,2	25,4	23,8	30,1	32,7
Motorräder	17,8	10,4	16,7	22,3	22,1
Return on Assets					
Finanzdienstleistungen	1,3	1,4	1,4	1,4	1,3
BMW Group	5,6	6,5	6,6	7,6	9,0

* angepasst nach Neubehandlung der Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen

scheidung sowohl auf den Unternehmenswert – manifestiert im Kapitalwert des Projektprogramms – als auch auf die Ergebnis- und Renditeentwicklung analysieren. Die daraus resultierende „Multiprojektplanung“ erlaubt einen permanenten Abgleich zwischen den dynamischen mehrperiodigen und den periodenbezogenen Zielgrößen. So werden Projekt- und Periodenplanung miteinander verzahnt, die Durchgängigkeit einzelner Projektziele ist bis in die operative Periodensteuerung gewährleistet.

Ertragslage

Der Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2005 einen Jahresüberschuss von 2.239 Mio. Euro. Bereinigt um die Effekte aus der geänderten Bilanzierung der Pensionsverpflichtungen im Vorjahr liegt der Jahresüberschuss auf dem Niveau von 2004 (2.242 Mio. Euro). Die Umsatzrendite nach Steuern beträgt 4,8% (i.Vj. 5,1%). Der Konzern erwirtschaftete damit ein unverändertes Ergebnis je Stammaktie von 3,33 Euro und je Vorzugsaktie von 3,35 Euro.

Die Umsatzerlöse des Konzerns stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 5,2%. Im Gegensatz zum Vorjahr wirkten sich die Wechselkurse nur unwesentlich auf die Umsatzentwicklung des Konzerns aus. Die Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Automobilen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce stiegen um 2,3%. Verschiebungen im Produktmix wirkten sich hierbei auf die Umsatzentwicklung des Segments Automobile aus. Die Umsatzerlöse im Motorradgeschäft erhöhten sich volumenbedingt um 19,1%. Zur Umsatzsteigerung trugen insbesondere die im Rahmen der Produktoffensive neu eingeführten Modelle bei. Im Geschäft mit Finanzdienstleistungen wuchsen die Umsatzerlöse aufgrund des gestiegenen Geschäftsvolumens um 18,2%. Die

Umsatzerlöse aus den sonstigen Aktivitäten des Konzerns betragen 119 Mio. Euro und betreffen im Wesentlichen die softlab Gruppe. Die vergleichbare Vorjahreszahl der Umsatzerlöse aus den sonstigen Aktivitäten des Konzerns beträgt 85 Mio. Euro.

Die regionale Umsatzentwicklung war nicht einheitlich. Während in Deutschland die Konzernumsätze um 8,0% zurückgingen, stiegen sie im übrigen Europa um 9,1%. In der Region Amerika erhöhten sich die Umsatzerlöse gegenüber Vorjahr um 8,6%. In den Märkten Afrika, Asien und Ozeanien sind die Umsatzerlöse insgesamt um 15,7% gestiegen. Dies ist vor allem auf die Absatzsteigerungen in einzelnen asiatischen Märkten zurückzuführen.

Die Umsatzkosten des Konzerns sind gegenüber Vorjahr um 0,5 Prozentpunkte stärker gestiegen als die Umsatzerlöse. Hier spiegeln sich die bereits zu Beginn des Jahres 2005 vorhergesagten Belastungen wider, die sich durch die Währungseffekte aus im Vorjahresvergleich ungünstigeren Transferkursen sowie die Effekte aus gestiegenen Rohstoffpreisen ergaben. Trotz dieser Belastungen nimmt das Bruttoergebnis vom Umsatz um 3,6% zu. Es hat, bezogen auf das Umsatzvolumen, einen Anteil von 22,9% (i.Vj. 23,2%). Im Teilkonzern Industriegeschäft ist der Anteil des Bruttoergebnisses, bezogen auf das Umsatzvolumen, im Vergleich zum Vorjahr um 1,0 Prozentpunkte niedriger; im Teilkonzern Finanzgeschäft um 0,5 Prozentpunkte niedriger. Zum Konsolidierungskreis der Teilkonzerne siehe auch Anhangsangabe [1] in der Langfassung des Geschäftsberichts 2005.

Die Vertriebskosten und allgemeinen Verwaltungskosten sind aufgrund der Ausweitung des Geschäftsvolumens um 2,5% gestiegen, der Anstieg fiel jedoch vergleichsweise geringer aus als

- Alle Marken mit neuen Absatzhöchstwerten
- Externe Belastungseffekte dämpfen Ergebnisentwicklung
- Weiterhin Konzern- und Segmentergebnis auf hohem Niveau
- Operativer Cashflow deutlich über Vorjahreswert

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

	1.1. bis 31.12.2005	1.1. bis 31.12.2004*
Umsatzerlöse	46.656	44.335
Umsatzkosten	-35.992	-34.040
Bruttoergebnis vom Umsatz	10.664	10.295
Vertriebskosten und allgemeine Verwaltungskosten	-4.762	-4.648
Forschungs- und Entwicklungskosten	-2.464	-2.334
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen	355	461
Ergebnis vor Finanzergebnis	3.793	3.774
Finanzergebnis	-506	-191
Ergebnis vor Steuern	3.287	3.583
Ertragsteuern	-1.048	-1.341
Jahresüberschuss	2.239	2.242

*Werte angepasst

das Umsatzwachstum. Die Relation zu den Umsatzerlösen beträgt 10,2% und liegt damit um 0,3 Prozentpunkte unter der des Vorjahrs.

Die Forschungs- und Entwicklungskosten wurden gegenüber dem Vorjahr um 5,6% gesteigert. Dies entspricht unverändert 5,3% des Umsatzvolumens. In den Forschungs- und Entwicklungskosten sind Abschreibungen aktiver Entwicklungskosten von 745 Mio. Euro (i.Vj. 637 Mio. Euro) enthalten. Die gesamten Forschungs- und Entwicklungsleistungen, das sind die Forschungs- und nicht aktivierungsfähigen Entwicklungskosten sowie die Investitionen in aktivierungspflichtige Entwicklungskosten, betrugen im Berichtsjahr 3.115 Mio. Euro (i.Vj. 2.818 Mio. Euro). Bezogen auf den Umsatz im Berichtsjahr ergibt sich damit eine Forschungs- und Entwicklungsquote von 6,7% (i.Vj. 6,4%).

Die in den Umsatzkosten, Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten sowie in den Forschungs- und Entwicklungskosten enthaltenen

Abschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betragen insgesamt 3.025 Mio. Euro (i.Vj. 2.672 Mio. Euro).

Der positive Saldo aus den Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen ist gegenüber dem Vorjahr um 23,0% gesunken. Dabei sind die Sonstigen betrieblichen Erträge vor allem durch geringere Erträge aus der Auflösung von Wertminderungen durch im Jahresvergleich niedrigere Aufzinsungen sowie den Rückgang der Übrigen betrieblichen Erträge gesunken. Dagegen haben die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen zugenommen. Hier wurde eine Rückstellung aufgelöst, die in Zusammenhang mit der Rover-Entflechtung stand. Der Ertrag aus dieser Auflösung wird im Segment Überleitungen gezeigt. Der Rückgang der Sonstigen betrieblichen Aufwendungen beträgt gegenüber dem Vorjahr 5,8%. Er ist vor allem auf niedrigere Aufwendungen aus der Dotierung von Rückstellungen zurückzuführen.

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Das Finanzergebnis hat sich gegenüber dem Vorjahr um 315 Mio. Euro vermindert. Dies beruht vor allem auf der Entwicklung des Sonstigen Finanzergebnisses, das sich um 299 Mio. Euro reduzierte. Von dem Rückgang entfielen 308 Mio. Euro auf die negative Marktwertentwicklung der Optionsverpflichtung aus der Umtauschanleihe auf die von der BMW Group gehaltenen Anteile an der Rolls-Royce plc, London. Die negative Marktwertentwicklung der Optionsverpflichtung ergibt sich aus der Steigerung des Börsenkurses der Aktien der Rolls-Royce plc, London. Der Marktwert der von der BMW Group gehaltenen Anteile an Rolls-Royce plc, London, hat sich im Geschäftsjahr 2005 um 438 Mio. Euro erhöht. Diese Steigerung wird ergebnisneutral im Kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst und kann zum Ausgleich der negativen Marktwertentwicklung der

Optionsverpflichtung nicht herangezogen werden. Innerhalb des Finanzergebnisses ist das Beteiligungsergebnis um 52 Mio. Euro geringer ausgefallen; das Zinsergebnis verbesserte sich um 36 Mio. Euro. Der negative Saldo aus den Aufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsverpflichtungen und den erwarteten Vermögenserträgen aus Pensionsfonds ist gegenüber dem Vorjahr um 11,2% gestiegen.

Vor dem Hintergrund der oben beschriebenen Entwicklung des Finanzergebnisses ist das Ergebnis vor Steuern gegenüber dem Vorjahr um 8,3% gesunken. Die Umsatzrendite vor Steuern beträgt 7,0% (i.Vj. 8,1%).

Der Jahresüberschuss des Konzerns liegt um 3 Mio. Euro (0,1%) unter dem Vorjahreswert. Dies ist auf die gegenüber Vorjahr gesunkene Steuerlast-

Umsatzerlöse nach Segmenten

in Mio. Euro	1.1. bis 31.12.2005	1.1. bis 31.12.2004
Automobile	45.861	42.544
Motorräder	1.223	1.029
Finanzdienstleistungen	9.408	8.226
Überleitungen	-9.836	-7.464
Konzern	46.656	44.335

Ergebnis vor Steuern nach Segmenten

in Mio. Euro	1.1. bis 31.12.2005	1.1. bis 31.12.2004*
Automobile	2.976	3.164
Motorräder	60	31
Finanzdienstleistungen	605	515
Überleitungen	-354	-127
Konzern	3.287	3.583

*Werte angepasst

quote zurückzuführen, die im Wesentlichen auf Steuererstattungen für frühere Jahre sowie auf reduzierten Steuersätzen in einigen Ländern beruht. Ferner wurden aufgrund einer verbesserten Werthaltigkeit Wertberichtigungen auf aktive Latente Steuern aus der Nutzung von „capital allowances“ in Großbritannien zurückgenommen.

Im Segment Automobile wurden im Berichtsjahr 9,9% mehr Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert als im Vorjahr. Die Umsatzerlöse sind um 7,8% gestiegen. Dabei wirkten sich Verschiebungen im Produktmix auf die Umsatzentwicklung aus. Das Segmentergebnis hat aufgrund der bereits genannten externen Belastungen um 5,9% abgenommen.

Die Umsatzerlöse im Segment Motorräder sind im Vergleich zum Vorjahr volumenbedingt um 18,9% gestiegen. Das Segmentergebnis ist um 93,5% höher ausgefallen. Zur Ertragssteigerung trugen insbesondere die im Rahmen der Modelloffensive neu eingeführten Modelle R 1200 RT und K 1200 S sowie die R 1200 GS bei.

Das Segment Finanzdienstleistungen konnte sein Geschäft im Jahr 2005 wiederum erfolgreich ausbauen. Dadurch hat sich auch das Segmentergebnis mit einer Steigerung von 17,5% gegenüber dem Vorjahr sehr erfreulich entwickelt.

In den Überleitungen auf das Konzernergebnis ergibt sich wie im Jahr 2004 ein negativer Saldo, der im Vergleich zum Vorjahr um 227 Mio. Euro gestiegen ist. Dies ist im Wesentlichen auf die negative Marktwertentwicklung der Optionsverpflichtung aus der Umtauschanleihe auf die von der BMW Group gehaltenen Anteile an der Rolls-Royce plc, London, zurückzuführen.

Finanzlage

Die Kapitalflussrechnungen des Konzerns und der Teilkonzerne zeigen die Herkunft und Verwendung der Zahlungsströme in den Geschäftsjahren 2005 und 2004. Dabei wird in Zahlungsströme aus der laufenden Geschäftstätigkeit sowie aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit unterschieden.

Die Zahlungsströme aus der laufenden Geschäftstätigkeit werden, ausgehend vom Jahresüberschuss des Konzerns, indirekt abgeleitet. Die Zahlungsströme aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden demgegenüber zahlungsbbezogen ermittelt. Der in der Kapitalflussrechnung

betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den Flüssigen Mitteln in der Bilanz.

Aus der laufenden Geschäftstätigkeit des Konzerns ergibt sich im Geschäftsjahr ein Mittelzufluss von 10.691 Mio. Euro, der gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 1.380 Mio. Euro bzw. 14,8% gestiegen ist. Die Veränderungen im Netto-Umlaufvermögen führten im Geschäftsjahr 2005 zu einem Mittelzufluss von 923 Mio. Euro nach einem Mittelzufluss von 222 Mio. Euro im Vorjahr. Im Gegensatz zum Vorjahr ist bei den Vorräten ein Mittelzufluss zu verzeichnen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit des Konzerns liegt mit 11.963 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Bei den Nettoinvestitionen im Finanzdienstleistungsgeschäft ist wiederum ein deutlich angestiegener Mittelabfluss zu verzeichnen. Er lag im Berichtsjahr um 1.174 Mio. Euro über dem des Vorjahrs. Die Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen haben im Vergleich zum Vorjahr zu einem um 368 Mio. Euro niedrigeren Mittelabfluss geführt. Zudem hat die Zahlung der letzten Kaufpreisrate für Land Rover zu einem Mittelzufluss von 1.000 Mio. Euro geführt.

Im Bereich der Finanzierungstätigkeit kam es im Jahr 2005 zu einem Mittelzufluss von 699 Mio. Euro (i.Vj. 3.137 Mio. Euro). Die Dividendenzahlung stieg im Geschäftsjahr 2005 um 6,9% auf 419 Mio. Euro. Das Aktienrückkaufprogramm führte im Berichtsjahr zu einem Mittelabfluss von 506 Mio. Euro.

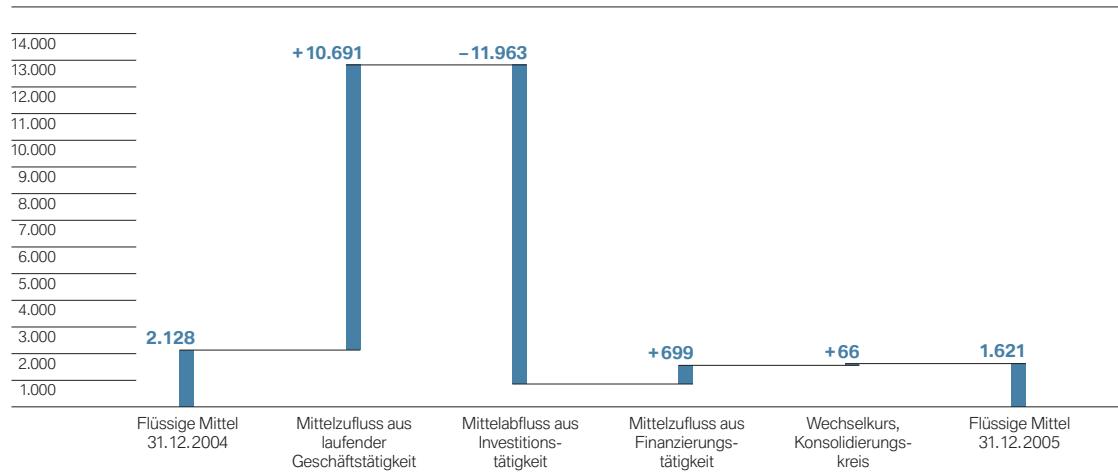
Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit wird zu 89,4% (i.Vj. 77,9%) durch den Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit gedeckt.

Die Kapitalflussrechnung des Teilkonzerns Industriegeschäft weist eine Überdeckung des Mittelzuflusses aus der laufenden Geschäftstätigkeit über den Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit von 150,7% (i.Vj. 49,6%) aus. Dagegen weist die Kapitalflussrechnung des Teilkonzerns Finanzgeschäft eine Unterdeckung des Mittelzuflusses aus der laufenden Geschäftstätigkeit gegenüber dem Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit von 52,5% (i.Vj. 59,8%) aus.

Aus der Entwicklung der einzelnen Cashflows ergibt sich nach Bereinigung der Flüssigen Mittel um wechselkurs- und konsolidierungskreisbedingte Effekte in Höhe von +66 Mio. Euro (i.Vj. -22 Mio. Euro) eine Reduzierung der Flüssigen Mittel im Konzern

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Veränderung der Flüssigen Mittel in Mio. Euro



um 507 Mio. Euro (i.Vj. Erhöhung von 469 Mio. Euro). Ein in den Flüssigen Mitteln enthaltener Betrag von 43 Mio. Euro wurde zur Sicherung von Verpflichtungen aus Altersteilzeit an die Deutsche Treuinvest Stiftung übereignet.

Das Nettofinanzvermögen im Teilkonzern Industriegeschäft beträgt zum 31.12.2005 inklusive der konzerninternen Forderungen gegenüber dem Finanzgeschäft 4.877 Mio. Euro. Es hat sich damit gegenüber dem Vorjahr um 2.245 Mio. Euro erhöht. Das Nettofinanzvermögen des Industriegeschäfts errechnet sich aus den Flüssigen Mitteln in Höhe von 1.372 Mio. Euro und den Wertpapieren des Industriegeschäfts in Höhe von 1.809 Mio. Euro sowie den Forderungen gegenüber dem Finanzgeschäft in Höhe von 3.236 Mio. Euro abzüglich der Finanzverbindlichkeiten des Industriegeschäfts. Diese betragen 1.540 Mio. Euro, ohne Berücksichtigung der Zins- und Währungsderivate.

Vermögenslage

Geänderte Darstellung in der Konzernbilanz

Die BMW Group hat zum 1.1.2005 den im Rahmen des „Improvement Project“ überarbeiteten IAS 1 („Presentation of Financial Statements“) angewendet. Dieser Standard sieht eine Bilanzgliederung nach Fristigkeiten vor und führt, wie schon in den

Quartalsberichten 2005 gezeigt, zu einer entsprechend geänderten Darstellung in der Konzernbilanz (siehe auch Anhangsangabe [8] (a) in der Langfassung des Geschäftsberichts 2005).

Die Bilanzsumme wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 6.932 Mio. Euro bzw. 10,2% auf 74.566 Mio. Euro. Ausschlaggebend für die Erhöhung waren auf der Aktivseite vor allem die Vermieteten Gegenstände (+51,6%), die Immateriellen Vermögenswerte (+22,2%) sowie die Forderungen aus Finanzdienstleistungen (+16,0%). Auf der Passivseite erhöhten sich vor allem die Sonstigen Verbindlichkeiten (+26,4%), die Rückstellungen für Pensionen (+24,4%) sowie die Finanzverbindlichkeiten (+12,1%). Währungseinflüsse, die im Wesentlichen durch den höheren Wechselkurs des US-Dollar zum Euro verursacht wurden, erhöhten das Bilanzvolumen um 3.526 Mio. Euro. Währungsbereinigt wäre die Bilanzsumme nur um 4,8% gestiegen.

Die Immateriellen Vermögenswerte nahmen um 22,2% auf 4.593 Mio. Euro zu. Innerhalb dieser Position hat sich der Bestand an aktivierten Entwicklungskosten um 18,6% auf 4.146 Mio. Euro erhöht. Die Investitionen in aktivierte Entwicklungskosten betragen im Berichtsjahr 1.396 Mio. Euro (+24,5%). Die Aktivierungsquote liegt damit bei 44,8% (i.Vj. 39,8%). Der Anstieg der aktivierten Entwicklungskosten ist vornehmlich auf die verstärkte Entwicklung des Modellportfolios zurückzuführen.

kosten ergibt sich aus dem im Jahr 2005 höheren Umfang von Serienentwicklungsprojekten. Die entsprechenden Abschreibungen belaufen sich auf 745 Mio. Euro (+17,0%).

Die Sachanlagen erhöhten sich um 3,4% auf 11.087 Mio. Euro. Der Großteil der Investitionen floss in den weiteren Ausbau des weltweiten Produktions- und Vertriebsnetzwerks. In Sachanlagen wurden 2.408 Mio. Euro bzw. 21,8% weniger als im Vorjahr investiert. Die Verminderung der Investitionen ergibt sich vor allem aus Sondereffekten im Jahr 2004, wie dem Aufbau des neuen BMW Werks Leipzig oder den Investitionen für den Modellwechsel beim BMW 3er. An Abschreibungen und Abgängen inklusive Währungseinflüssen sind 2.133 Mio. Euro angefallen (+3,4%). Die Vorräte erstmals konsolidierter Tochterunternehmen betragen 88 Mio. Euro. Die Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen liegen insgesamt bei 3.993 Mio. Euro (-8,1%). Sie wurden wie in den Vorjahren voll innenfinanziert. Der Anteil dieser Investitionen an den Umsatzerlösen beträgt 8,6% (i.Vj. 9,8%).

Aufgrund der guten Geschäftsentwicklung hat das Bilanzvolumen der Vermieteten Gegenstände gegenüber dem Vorjahr deutlich zugenommen und stieg um 51,6% auf 11.375 Mio. Euro. Währungsbereinigt wäre der Bestand an Vermieteten Gegenständen um 38,8% gewachsen.

Die Sonstigen Finanzanlagen sind um 67,3% auf 1.178 Mio. Euro gestiegen. Dieser Zuwachs beruht vor allem auf der Marktwertbewertung der Beteiligung an dem Triebwerkshersteller Rolls-Royce plc, London. Der Marktwert der Beteiligung hat gegenüber dem Bilanzstichtag des Vorjahres um 438 Mio. Euro zugenommen. Dieser Wertzuwachs wurde ergebnisneutral im Kumulierten übrigen Eigenkapital verrechnet.

Die Forderungen aus Finanzdienstleistungen haben, bedingt durch die Ausweitung des Geschäftsvolumens, um 16,0% auf 29.053 Mio. Euro zugenommen. Davon entfallen auf Kunden- und Händlerfinanzierungen 22.301 Mio. Euro (+18,7%) und auf Finance Leases 6.752 Mio. Euro (+7,7%).

Der Bestand an aktiven Latenten Ertragsteuern betrug zum Bilanzstichtag 772 Mio. Euro und hat gegenüber dem Vorjahr vor allem durch geringere Abwertungen sowie durch die neue Bilanzierung der

Pensionsverpflichtungen um 257 Mio. Euro zugenommen (siehe Anhangsangabe [8] (b) in der Langfassung des Geschäftsberichts 2005).

Die Vorräte liegen mit 6.527 Mio. Euro in etwa auf Vorjahresniveau. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind im Vergleich zum niedrigen Forderungsbestand vom 31.12.2004 um 14,3% angestiegen.

Die Finanzforderungen sind vor allem aufgrund des geringeren Volumens und der gesunkenen Marktwerte der derivativen Finanzinstrumente um 42,7% auf 3.296 Mio. Euro zurückgegangen.

Der Bestand an Liquiden Mitteln hat sich um 6,7% auf 3.695 Mio. Euro reduziert. Die Zusammensetzung der Liquiden Mittel hat sich zugunsten der Wertpapiere verschoben, die um 13,2% gegenüber Vorjahr gestiegen sind. Die Flüssigen Mittel haben sich vor allem durch den Aktienrückkauf vermindert.

Auf der Passivseite nahm das Eigenkapital um 2,7% auf 16.973 Mio. Euro zu. Der Jahresüberschuss des Konzerns erhöhte das Eigenkapital um 2.239 Mio. Euro. Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen verringerten das Eigenkapital um 875 Mio. Euro. Sie ergeben sich aus den Wechselkursveränderungen, der Bilanzierung der Marktwertveränderungen der Finanzinstrumente und der zur Veräußerung gehaltenen Wertpapiere sowie den versicherungsmathematischen Gewinnen bzw. Verlusten. Die Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2004 und der Aktienrückkauf reduzierten das Eigenkapital um weitere 925 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote des Konzerns sank damit um 1,6 Prozentpunkte auf 22,8%.

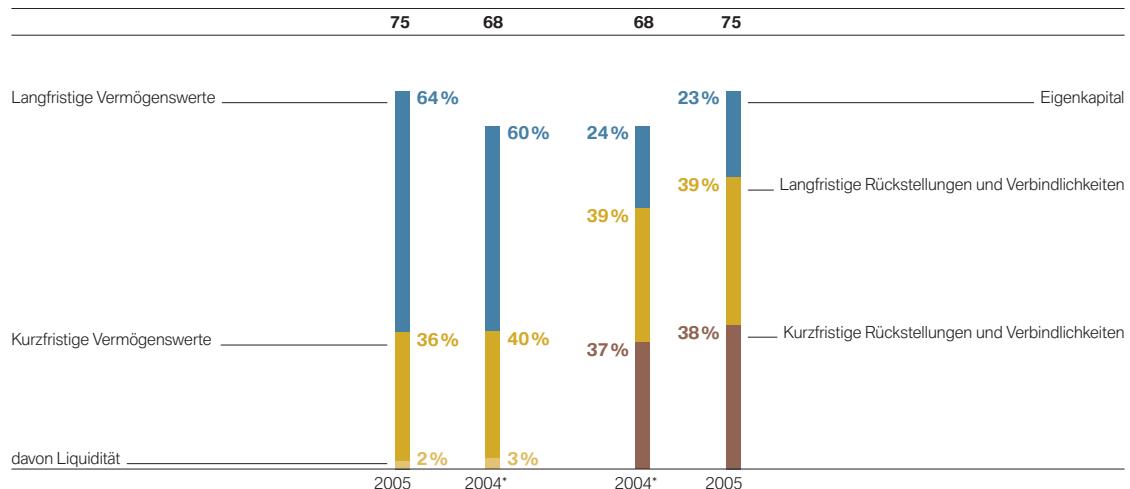
Für den Teilkonzern Industriegeschäft errechnet sich eine Eigenkapitalquote von 39,1% nach 41,6% im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote des Teilkonzerns Finanzgeschäft erhöhte sich um 0,7 Prozentpunkte auf 10,4%.

Der Bilanzausweis der Rückstellungen für Pensionen erhöhte sich um 24,4% auf 5.255 Mio. Euro. Durch die geänderte Bilanzierung der Pensionsverpflichtungen wird nun der gesamte Anwartschaftsbarwert der Versorgungszusagen (Defined Benefit Obligation) unter den Rückstellungen für Pensionen gezeigt. Sofern die Pensionsverpflichtungen durch Pensionsfonds gedeckt sind, wird das Fondsver-

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Bilanzstruktur Konzern

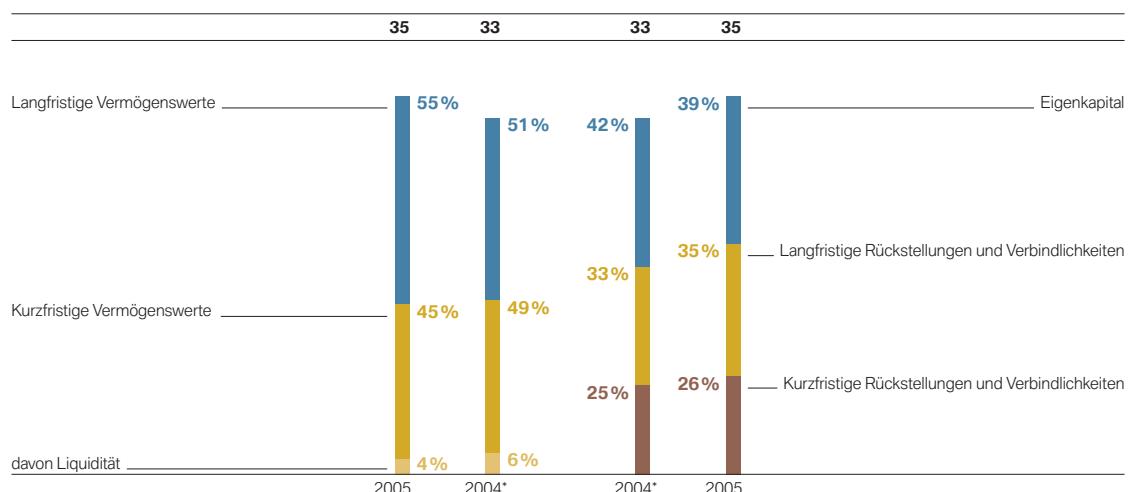
in Mrd. Euro



*Werte angepasst

Bilanzstruktur Industriegeschäft

in Mrd. Euro



*Werte angepasst

mögen zu Marktwerten von der Verpflichtung abgesetzt. Die Steigerung der Verpflichtungen ergibt sich vor allem durch niedrigere Diskontierungszinssätze in Deutschland und Großbritannien sowie neue Sterbetafeln in Deutschland.

Die höhere Dotierung der Sonstigen Rückstellungen ergibt sich im Wesentlichen aufgrund des gestiegenen Geschäftsvolumens und weiter gestiegener Verpflichtungen im Personalbereich. Die Rückstellungen für Andere Verpflichtungen reduzierten sich hingegen um 17,4 %. Hintergrund hierfür ist die bereits oben genannte Auflösung einer Rückstellung, die mit der Rover Entflechtung in Zusammenhang steht und im Segment Überleitungen gezeigt wird.

Die Latenten Ertragsteuern erhöhten sich um 10,8 % auf 2.522 Mio. Euro. Maßgeblich hierfür ist der Anstieg der Vermieteten Erzeugnisse in den USA, die steuerlich höher abgeschrieben werden als nach IFRS. Der Anstieg ist zudem währungsbedingt.

Die Finanzverbindlichkeiten sind um 12,1 % auf 34.668 Mio. Euro gestiegen. Innerhalb der Finanzverbindlichkeiten erhöhten sich die Anleihen um 21,8 % auf 15.162 Mio. Euro. Die Zunahme der Anleihen ergibt sich aus der Aufstockung des Medium Term Note Programs sowie anderer Anleihen. Ferner sind die Verbindlichkeiten aus dem Einlagengeschäft um 25,3 % auf 6.392 Mio. Euro deutlich gestiegen.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen 3.544 Mio. Euro und liegen damit um 5,0 % über dem Vorjahr.

Die Sonstigen Verbindlichkeiten von 5.236 Mio. Euro sind gegenüber dem Vorjahr um 26,4 % gestiegen. Innerhalb der Sonstigen Verbindlichkeiten sind die passiven Rechnungsabgrenzungen aus den Service- und Reparaturverträgen stark angewachsen.

Nachtragsbericht

Die BMW Group hat zum 1. Januar 2006 Mehrheitsanteile an der Sauber Holding AG, Vaduz, erworben.

Die BMW Group hat bis zum 21. Februar 2006 im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms Stammaktien in Höhe von 3 % des Grundkapitals erworben.

Im Rahmen der Umtauschanleihe auf die von der BMW Group gehaltenen Anteile an der Rolls-Royce

plc, London, sind bis zum 21.02.2006 von Investoren angekündigte und erklärte Wandlungsanfragen in Höhe von ca. 42 % der Umtauschanleihe bei der BMW Group eingegangen. Eine Bedienung der Anfragen durch die Lieferung von Stücken würde die Ertragslage der BMW Group im Jahr 2006 positiv beeinflussen.

Ansonsten sind keine weiteren Ereignisse eingetreten, die eine besondere Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns haben.

Wertschöpfungsrechnung

Die Wertschöpfungsrechnung zeigt die von der BMW Group im Geschäftsjahr erbrachten Unternehmensleistungen abzüglich der Vorleistungen. Im Rahmen der Netto-Wertschöpfung werden die Abschreibungen ebenso wie der Materialaufwand und die sonstigen Aufwendungen als Vorleistungen angesehen. Mit der Verteilungsrechnung wird der Anteil der am Wertschöpfungsprozess Beteiligten ausgewiesen. Die Brutto-Wertschöpfung betrachtet die Abschreibungen als eine Komponente der Wertschöpfung, die im Rahmen der Verteilungsrechnung als Innenfinanzierung auszuweisen wäre.

Die Netto-Wertschöpfung der BMW Group ist im Jahr 2005 um 2,2 % auf 12.486 Mio. Euro gestiegen. Die Steigerung gegenüber dem Vorjahr ist auf gestiegene Umsatzerlöse zurückzuführen. Die Brutto-Wertschöpfung hat mit einer Steigerung von 5,6 % noch stärker zugenommen, da sie durch die im Vergleich zum Vorjahr höheren Abschreibungen nicht belastet ist.

Der größte Anteil der Netto-Wertschöpfung kam mit 58,5 % wiederum den Mitarbeitern zugute, das sind 2,5 % mehr als im Vorjahr. Der Anteil der Kreditgeber ist um 27,6 % auf 10,9 % ebenfalls gestiegen. Der Öffentlichen Hand stehen einschließlich latenter Steuerschulden des Konzerns 12,7 % zu. Die Aktionäre liegen mit einem Anteil an der Netto-Wertschöpfung von 3,4 % auf dem Vorjahreswert. Der verbleibende Anteil an der Netto-Wertschöpfung von 14,5 % wird im Konzern zur Finanzierung der zukünftigen Geschäftstätigkeit zurückbehalten. Er ist gegenüber dem Vorjahr um 0,4 % geringer ausgefallen.

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

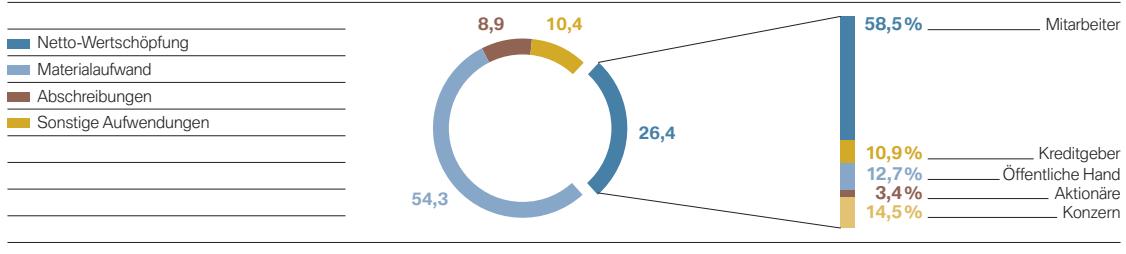
BMW Group Wertschöpfungsrechnung

in Mio. Euro	2005	2005 in %	2004*	2004 in %	Veränderung in %
Entstehungsrechnung					
Umsatzerlöse	46.656	98,6	44.335	97,7	
Finanzerträge	-188	-0,4	54	0,1	
Sonstige Erträge	844	1,8	980	2,2	
Unternehmensleistung	47.312	100,0	45.369	100,0	4,3
Materialaufwand	25.694	54,3	24.467	53,9	
Sonstige Aufwendungen	4.925	10,4	5.093	11,3	
Vorleistungen	30.619	64,7	29.560	65,2	3,6
Brutto-Wertschöpfung	16.693	35,3	15.809	34,8	5,6
Abschreibungen	4.207	8,9	3.589	7,9	
Netto-Wertschöpfung	12.486	26,4	12.220	26,9	2,2
Verteilungsrechnung					
Mitarbeiter	7.306	58,5	7.125	58,3	2,5
Kreditgeber	1.351	10,9	1.059	8,7	27,6
Öffentliche Hand	1.590	12,7	1.794	14,7	-11,4
Aktionäre	424	3,4	419	3,4	1,2
Konzern	1.815	14,5	1.823	14,9	-0,4
Netto-Wertschöpfung	12.486	100,0	12.220	100,0	2,2

*Werte angepasst

BMW Group Wertschöpfung 2005

in %



BMW Group
Gewinn-und-Verlust-Rechnung des Konzerns und der Teilkonzerne

in Mio. Euro	Konzern		Industriegeschäft ¹⁾		Finanzgeschäft ¹⁾	
	2005	2004 ²⁾	2005	2004 ²⁾	2005	2004 ²⁾
Umsatzerlöse	46.656	44.335	47.206	43.662	9.801	8.479
Umsatzkosten	-35.992	-34.040	-37.343	-34.083	-8.623	-7.423
Bruttoergebnis vom Umsatz	10.664	10.295	9.863	9.579	1.178	1.056
Vertriebskosten und allgemeine Verwaltungskosten	-4.762	-4.648	-4.312	-4.250	-479	-424
Forschungs- und Entwicklungskosten	-2.464	-2.334	-2.464	-2.334	-	-
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen	355	461	275	426	24	14
Ergebnis vor Finanzergebnis	3.793	3.774	3.362	3.421	723	646
Finanzergebnis	-506	-191	-474	-207	46	57
Ergebnis vor Steuern	3.287	3.583	2.888	3.214	769	703
Ertragsteuern	-1.048	-1.341	-934	-1.213	-242	-254
Jahresüberschuss	2.239	2.242	1.954	2.001	527	449
Ergebnis je Stammaktie in Euro	3,33	3,33				
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	3,35	3,35				

1] vor Konsolidierung der Beziehungen zwischen den Teilkonzernen; vom Konzernabschlussprüfer nicht geprüft

2] Werte angepasst

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

BMW Group **Konzernbilanz und Teilkonzernbilanzen zum 31. Dezember**

Aktiva in Mio. Euro	Konzern		Industriegeschäft ¹⁾		Finanzgeschäft ¹⁾	
	2005	2004 ²⁾	2005	2004 ²⁾	2005	2004 ²⁾
Immaterielle Vermögenswerte	4.593	3.758	4.569	3.739	24	19
Sachanlagen	11.087	10.724	11.060	10.703	27	21
Vermietete Gegenstände	11.375	7.502	230	221	14.110	9.450
At-Equity bewertete Beteiligungen	94	65	94	65	–	–
Sonstige Finanzanlagen	1.178	704	1.147	685	31	19
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	17.202	15.737	–	–	17.202	15.737
Finanzforderungen	642	1.236	126	193	516	1.043
Latente Ertragsteuern	772	515	1.144	390	-1.674	-992
Sonstige Vermögenswerte	613	581	908	849	273	366
Langfristige Vermögenswerte	47.556	40.822	19.278	16.845	30.509	25.663
Vorräte	6.527	6.467	6.521	6.458	6	9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.135	1.868	2.086	1.820	49	48
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	11.851	9.317	–	–	11.851	9.317
Finanzforderungen	2.654	4.517	2.022	3.254	632	1.263
Laufende Ertragsteuern	267	291	238	261	29	30
Sonstige Vermögenswerte	1.955	2.224	3.411	2.217	753	800
Flüssige Mittel	1.621	2.128	1.372	1.997	249	131
Kurzfristige Vermögenswerte	27.010	26.812	15.650	16.007	13.569	11.598
Bilanzsumme	74.566	67.634	34.928	32.852	44.078	37.261
Bilanzsumme bereinigt um Asset Backed Finanzierungen	70.667	63.365	–	–	40.179	32.992

1) vor Konsolidierung der Beziehungen zwischen den Teilkonzernen; vom Konzernabschlussprüfer nicht geprüft

2) Werte angepasst

Passiva in Mio. Euro	Konzern		Industriegeschäft ¹⁾		Finanzgeschäft ¹⁾	
	2005	2004 ²⁾	2005	2004 ²⁾	2005	2004 ²⁾
Gezeichnetes Kapital	674	674				
Kapitalrücklage	1.971	1.971				
Gewinnrücklagen	16.351	14.531				
Kumulierte übriges Eigenkapital	-1.517	-642				
Eigene Anteile	-506	-				
Eigenkapital	16.973	16.534	13.672	13.669	4.581	3.608
Rückstellungen für Pensionen	5.255	4.224	5.220	4.193	35	31
Sonstige Rückstellungen	3.243	2.991	2.921	2.938	322	53
Latente Ertragsteuern	2.522	2.277	1.611	1.464	658	618
Finanzverbindlichkeiten	16.830	15.667	1.070	1.117	15.760	14.550
Sonstige Verbindlichkeiten	1.659	1.358	1.224	1.046	1.457	1.195
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	29.509	26.517	12.046	10.758	18.232	16.447
Sonstige Rückstellungen	2.663	2.662	2.367	2.423	328	287
Laufende Ertragsteuern	462	497	322	406	140	91
Finanzverbindlichkeiten	17.838	15.264	655	463	17.183	14.801
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.544	3.376	3.118	3.070	426	306
Sonstige Verbindlichkeiten	3.577	2.784	2.748	2.063	3.188	1.721
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	28.084	24.583	9.210	8.425	21.265	17.206
Bilanzsumme	74.566	67.634	34.928	32.852	44.078	37.261
Bilanzsumme bereinigt um Asset Backed Finanzierungen	70.667	63.365	-	-	40.179	32.992

1] vor Konsolidierung der Beziehungen zwischen den Teilkonzernen; vom Konzernabschlussprüfer nicht geprüft

2] Werte angepasst

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

BMW Group **Kapitalflussrechnung des Konzerns und der Teilkonzerne**

	in Mio. Euro	Konzern 2005	2004 ²⁾
Jahresüberschuss	2.239	2.242	
Abwertungen von Vermieteten Gegenständen	3.441	2.869	
Abschreibungen auf das übrige Anlagevermögen	3.025	2.675	
Zunahme der Rückstellungen	764	746	
Veränderung der Latenten Steuern	236	467	
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen	176	75	
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen und Wertpapieren	-99	19	
Nicht ausgeschüttete Ergebnisse von Joint Ventures	-14	-4	
Veränderungen bei Positionen des Umlaufvermögens und der Verbindlichkeiten			
Veränderung der Vorräte	187	-865	
Veränderung der Forderungen	-239	218	
Zunahme der Verbindlichkeiten	975	869	
Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	10.691	9.311	
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-3.875	-4.243	
Erlöse aus Abgängen von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	42	42	
Investitionen in Finanzanlagen	-74	-43	
Erlöse aus dem Abgang von Finanzanlagen	13	34	
Erlöse aus dem Verkauf von Land Rover	1.000	-	
Investitionen in Vermietete Gegenstände	-9.461	-7.327	
Abgänge von Vermieteten Gegenständen	3.197	3.197	
Zugänge von Forderungen aus Finanzdienstleistungen	-45.365	-38.432	
Zahlungseingänge auf Forderungen aus Finanzdienstleistungen	42.634	34.741	
Investitionen in Wertpapiere	-455	-241	
Einnahmen aus Wertpapieren	381	315	
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-11.963	-11.957	
Rückkauf eigener Aktien	-506	-	
Zahlung von Dividenden für das Vorjahr	-419	-392	
Aufnahme von Anleihen	5.819	4.339	
Rückzahlung von Anleihen	-3.432	-3.126	
Konzerninterne Finanzierung des Finanzgeschäfts	-	-	
Veränderung der Finanzverbindlichkeiten	-214	1.451	
Veränderung der Commercial Paper	-549	865	
Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	699	3.137	
Wechselkurs- und konsolidierungskreisbedingte Änderung der Flüssigen Mittel	66	-22	
Veränderung der Flüssigen Mittel	-507	469	
Flüssige Mittel am 1. Januar	2.128	1.659	
Flüssige Mittel am 31. Dezember	1.621	2.128	

1) vom Konzernabschlussprüfer nicht geprüft

2) Werte angepasst

Industriegeschäft ¹⁾ 2005		Finanzgeschäft ¹⁾ 2005		
				2004 ²⁾
1.954	2.001	527	449	Jahresüberschuss
5	5	2.899	2.390	Abwertungen von Vermieteten Gegenständen
2.997	2.660	28	15	Abschreibungen auf das übrige Anlagevermögen
441	653	304	98	Zunahme der Rückstellungen
-54	482	418	111	Veränderung der Latenten Steuern
342	43	-166	32	Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen
-99	19	-	-	Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen und Wertpapieren
-14	-4	-	-	Nicht ausgeschüttete Ergebnisse von Joint Ventures
				Veränderungen bei Positionen des Umlaufvermögens und der Verbindlichkeiten
184	-864	3	-1	Veränderung der Vorräte
-73	472	218	-344	Veränderung der Forderungen
501	690	276	404	Zunahme der Verbindlichkeiten
6.184	6.157	4.507	3.154	Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit
-3.834	-4.225	-41	-18	Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen
39	40	3	2	Erlöse aus Abgängen von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen
138	-34	-212	-9	Investitionen in Finanzanlagen
6	31	7	3	Erlöse aus dem Abgang von Finanzanlagen
1.000	-	-	-	Erlöse aus dem Verkauf von Land Rover
-369	-337	-9.092	-6.990	Investitionen in Vermietete Gegenstände
355	336	2.842	2.861	Abgänge von Vermieteten Gegenständen
-	-	-45.365	-38.432	Zugänge von Forderungen aus Finanzdienstleistungen
-	-	42.634	34.741	Zahlungseingänge auf Forderungen aus Finanzdienstleistungen
-183	-241	-272	-	Investitionen in Wertpapiere
381	315	-	-	Einnahmen aus Wertpapieren
-2.467	-4.115	-9.496	-7.842	Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit
-506	-	-	-	Rückkauf eigener Aktien
-419	-392	-	-	Zahlung von Dividenden für das Vorjahr
-	-	5.819	4.339	Aufnahme von Anleihen
-	-	-3.432	-3.126	Rückzahlung von Anleihen
-3.456	-1.074	3.456	1.074	Konzerninterne Finanzierung des Finanzgeschäfts
-108	175	-106	1.276	Veränderung der Finanzverbindlichkeiten
129	-	-678	865	Veränderung der Commercial Paper
-4.360	-1.291	5.059	4.428	Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit
18	-1	48	-21	Wechselkurs- und konsolidierungskreisbedingte Änderung der Flüssigen Mittel
-625	750	118	-281	Veränderung der Flüssigen Mittel
1.997	1.247	131	412	Flüssige Mittel am 1. Januar
1.372	1.997	249	131	Flüssige Mittel am 31. Dezember

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzerneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

BMW Group **Entwicklung des Konzerneigenkapitals**

in Mio. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklagen	Kumulierte übriges Eigenkapital				Eigene Anteile	Gesamt
				Unterschiede aus Währungs- umrechnung	Marktbe- wertung Wert- papiere	Derivative Finanz- instru- mente	Pensions- zusagen		
31. Dezember 2003*	674	1.971	12.681	-720	-146	1.700	-761	-	15.399
Dividendenzahlungen	-	-	-392	-	-	-	-	-	-392
Währungsveränderungen	-	-	-	-43	-	-106	-	-	-149
Finanzinstrumente	-	-	-	-	218	-930	-	-	-712
Versicherungsmathematische Veränderungen aus Pensionszusagen	-	-	-	-	-	-	-446	-	-446
Latente Steuern auf direkt im Eigenkapital erfasste Transaktionen	-	-	-	-	-10	408	194	-	592
Jahresüberschuss 2004	-	-	2.242	-	-	-	-	-	2.242
31. Dezember 2004*	674	1.971	14.531	-763	62	1.072	-1.013	-	16.534
Erwerb von eigenen Anteilen	-	-	-	-	-	-	-	-506	-506
Dividendenzahlungen	-	-	-419	-	-	-	-	-	-419
Währungsveränderungen	-	-	-	117	-	110	-	-	227
Finanzinstrumente	-	-	-	-	515	-1.780	-	-	-1.265
Versicherungsmathematische Veränderungen aus Pensionszusagen	-	-	-	-	-	-	-736	-	-736
Latente Steuern auf direkt im Eigenkapital erfasste Transaktionen	-	-	-	-	-15	627	287	-	899
Jahresüberschuss 2005	-	-	2.239	-	-	-	-	-	2.239
31. Dezember 2005	674	1.971	16.351	-646	562	29	-1.462	-506	16.973

*Werte angepasst

Finanzwirtschaftliche Kennzahlen

		2005	2004*
Bruttomarge („Gross Margin“)	%	22,9	23,2
EBITDA-Marge	%	14,6	14,5
EBIT-Marge	%	8,1	8,5
Umsatzrendite vor Steuern	%	7,0	8,1
Umsatzrendite nach Steuern	%	4,8	5,1
Eigenkapitalrendite vor Steuern	%	19,9	23,3
Eigenkapitalrendite nach Steuern	%	13,5	14,6
Eigenkapitalausstattung Konzern	%	22,8	24,4
Industriegeschäft	%	39,1	41,6
Finanzgeschäft	%	10,4	9,7
Deckung der Immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen durch Eigenkapital	%	108,2	114,2
Return on Assets			
BMW Group	%	5,6	6,5
Finanzdienstleistungen	%	1,3	1,4
Return on Capital Employed			
Automobile	%	23,2	25,4
Motorräder	%	17,8	10,4
Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	Mio. Euro	10.691	9.311
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	Mio. Euro	11.963	11.957
Deckung des Mittelabflusses durch den Mittelzufluss	%	89,4	77,9
Nettofinanzvermögen des Industriegeschäfts	Mio. Euro	4.877	2.632

*Werte angepasst

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Erläuterungen zur BMW AG

Anders als der Konzernabschluss, dem die IFRSs des IASB zugrunde liegen, wird der Jahresabschluss der BMW AG nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften (HGB) aufgestellt. Soweit danach zulässig und sinnvoll, werden Regelungen der IFRSs auch im Einzelabschluss angewendet. So wird z.B. die Pensionsrückstellung auch im Einzelabschluss nach IAS 19 bewertet und die Verpflichtung (defined benefit obligation) in voller Höhe angesetzt. In zahlreichen anderen Bereichen weichen die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze im Jahresabschluss der BMW AG von denen des Konzernabschlusses ab. Die wesentlichen Unterschiede betreffen den Ansatz der Immateriellen Vermögensgegenstände, die Abschreibungsmethoden, die Vorräte- und Rückstellungsbewertung sowie die Behandlung von Finanzinstrumenten.

Die BMW AG entwickelt, fertigt und vertreibt eigene und von ausländischen Tochterunternehmen im Auftrag gefertigte Automobile und Motorräder. Der Vertrieb erfolgt dabei über eigene Niederlassungen, selbstständige Händler, Tochterunternehmen sowie Importeure. Die Produktion von Automobilen an den in- und ausländischen Standorten erhöhte sich um 5,8 % auf 1.323.119 Einheiten. Die Anzahl der am 31. Dezember 2005 bei der BMW AG beschäftigten Mitarbeiter reduzierte sich um 716 auf 76.536. Der Anteil der Lohnempfänger beträgt ca. 54%.

Im Jahr 2005 übertrafen die Umsatzerlöse den Wert des Vorjahres um 3,0 %. Auf den Umsatz von 41,8 Mrd. Euro entfiel ein konzerninterner Anteil mit ausländischen Vertriebsgesellschaften von 29,5 Mrd. Euro. Dies entspricht einer Quote von ca. 70 %. Die Herstellungskosten entwickelten sich im Vergleich zum Vorjahr mit +4,4 % leicht überproportional zum Umsatz. Danach lag das Bruttoergebnis vom Umsatz mit 5,4 Mrd. Euro um 5,8 % unter dem Vorjahrswert.

Aufgrund der negativen Währungseffekte aus dem US-Dollar erforderliche Anpassungen, die anhaltend starke Wettbewerbsintensität im Automobilmarkt sowie die deutlich gestiegenen Rohstoffpreise haben sich insbesondere auf das Ergebnis der BMW AG belastend ausgewirkt. Dem stehen im Vergleich zum Vorjahr höhere Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und aus Steuererstattungen gegenüber.

Im Geschäftsjahr wurden in Sachanlagen und Immaterielle Vermögensgegenstände 1.472 Mio. Euro (i.Vj. 2.321 Mio. Euro) investiert. Dies entspricht einer Verminderung von 36,6 %. Im Vorjahr wurden noch erhebliche Investitionen in das Werk Leipzig und in Sonderbetriebsmittel verschiedener Baureihen getätigt. Die Abschreibungen beliefen sich auf 1.770 Mio. Euro.

Durch den Rückkauf von 13.488.480 Stück eigener Stammaktien zu einem Anschaffungspreis von 506 Mio. Euro fiel die Eigenkapitalquote von 28,3 % auf 25,8 %. Das langfristige Fremdkapital (Namens-Gewinn-Scheine, Rückstellungen für Pensionen, Guthaben des BMW Unterstützungsvereins e.V. sowie Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit über einem Jahr) erhöhte sich um 22,7 % auf 4,7 Mrd. Euro. Verursacht wurde dies unter anderem durch die Zinssatzänderung von 4,75 % auf 4,25 % bei der Berechnung der Pensionsrückstellung sowie durch die Anwendung der neuen Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck.

BMW AG Bilanz zum 31. Dezember in Mio. Euro	2005	2004
<hr/>		
Aktiva		
Immaterielle Vermögensgegenstände	86	67
Sachanlagen	5.717	6.052
Finanzanlagen	4.774	4.774
Anlagevermögen	10.577	10.893
Vorräte	2.764	2.925
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.054	896
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	2.751	1.019
Übrige Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	558	1.616
Wertpapiere	1.488	1.395
Flüssige Mittel	518	982
Umlaufvermögen	9.133	8.833
Rechnungsabgrenzungsposten	92	77
	19.802	19.803
<hr/>		
Passiva		
Gezeichnetes Kapital	674	
Nennbeträge zur Einziehung erworbener Aktien	-13	
Ausgegebenes Kapital	661	674
Kapitalrücklage	1.971	1.971
Gewinnrücklagen	2.052	2.545
Bilanzgewinn	424	419
Eigenkapital	5.108	5.609
Namens-Gewinn-Scheine	35	35
Rückstellungen für Pensionen	4.174	3.289
Übrige Rückstellungen	6.447	7.002
Rückstellungen	10.621	10.291
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	500	500
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.858	1.355
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	941	1.403
Übrige Verbindlichkeiten	710	571
Verbindlichkeiten	4.009	3.829
Rechnungsabgrenzungsposten	29	39
	19.802	19.803

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

BMW AG	2005	2004
Gewinn-und-Verlust-Rechnung in Mio. Euro		
Umsatzerlöse	41.801	40.597
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-36.379	-34.842
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.422	5.755
Vertriebskosten	-2.731	-2.685
Allgemeine Verwaltungskosten	-904	-876
Forschungs- und Entwicklungskosten	-2.917	-2.666
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen	893	993
Beteiligungsergebnis	647	636
Zinsergebnis	-23	-83
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	387	1.074
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	50	-326
Sonstige Steuern	-13	-1
Jahresüberschuss	424	747
Einstellung in die Gewinnrücklagen	-	-328
Bilanzgewinn	424	419

Umsätze mit Autovermietern, bei denen eine Rücknahmeverpflichtung vorliegt, werden zurückgenommen. Auf der Grundlage des angewendeten Entwurfs der Stellungnahme des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW) zur Rechnungslegung vom 1.7.2004 „Einzelfragen zum Übergang des wirt-

schaftlichen Eigentums und zur Gewinnrealisierung nach HGB“ (IDW ERS HFA 13) werden die betreffenden Fahrzeuge im Umlaufvermögen zu fortgeführten Herstellungskosten ausgewiesen, da das wirtschaftliche Eigentum nicht an die Autovermieter übergegangen ist.

Der von der KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehene Abschluss der BMW AG, aus dem hier insbesondere die Bilanz und die Gewinn-und-Verlust-Rechnung wiedergegeben sind, wird im Bundesanzeiger veröffentlicht und beim Handelsregister des Amtsgerichts München hinterlegt. Dieser Abschluss kann bei der BMW AG, 80788 München, angefordert werden.

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

BMW AG **Anteilsbesitz**

Wesentliche verbundene Unternehmen der BMW AG zum 31. Dezember 2005

	Eigenkapital in Mio. Euro	Ergebnis in Mio. Euro	Kapitalanteil in %
<hr/>			
Inland ¹⁾			
BMW Bank GmbH, München ²⁾	268	–	100
BMW Finanz Verwaltungs GmbH, München	216	4)	100
BMW INTEC Beteiligungs GmbH, München ²⁾	113	–	100
softlab GmbH für Systementwicklung und EDV-Anwendung, München	56	3	100
BMW Ingenieur-Zentrum GmbH + Co., Dingolfing	47	8	100
BMW Maschinenfabrik Spandau GmbH, Berlin	39	1	100
BMW Leasing GmbH, München ²⁾	16	–	100
BMW Hams Hall Motoren GmbH, München ³⁾	15	–	100
BMW Fahrzeugtechnik GmbH, Eisenach ²⁾	11	–	100
BMW M GmbH Gesellschaft für individuelle Automobile, München ²⁾	4)	–	100

1) Die Werte bei den inländischen verbundenen Unternehmen entsprechen den nach handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellten Abschlüssen.

2) Ergebnisübernahmevertrag mit der BMW AG

3) Ergebnisübernahmevertrag mit einer Tochtergesellschaft der BMW AG

4) unter 0,5 Mio. Euro

5) Die Werte bei den ausländischen verbundenen Unternehmen entsprechen den nach einheitlichen IFRSs aufgestellten Abschlüssen.

Die Umrechnung der Auslandswerte erfolgt für Eigenkapital und Ergebnis mit dem Stichtagskurs.

**Wesentliche verbundene Unternehmen der BMW AG
zum 31. Dezember 2005**

	Eigenkapital in Mio. Euro	Ergebnis in Mio. Euro	Kapitalanteil in %
Ausland⁵⁾			
BMW Österreich Holding GmbH, Steyr	1.144	110	100
BMW Motoren GmbH, Steyr	765	206	100
BMW Austria Gesellschaft m. b. H., Salzburg	46	4	100
BMW Holding B.V., Den Haag	5.529	14	100
BMW Australia Finance Ltd., Melbourne, Victoria	449	22	100
BMW Finance N.V., Den Haag	423	-19	100
BMW Overseas Enterprises N.V., Willemstad	59	1	100
BMW Japan Corp., Tokio	324	47	100
BMW Japan Finance Corp., Tokio	250	21	100
BMW (South Africa) (Pty) Ltd., Pretoria	319	53	100
BMW (Schweiz) AG, Dielsdorf	309	26	100
BMW Italia S.p.A., Mailand	259	114	100
BMW France S.A., Montigny le Bretonneux	196	64	100
BMW Australia Ltd., Melbourne, Victoria	81	45	100
BMW Belgium Luxembourg S.A./N.V., Bornem	71	20	100
BMW Canada Inc., Whitby	66	50	100
BMW Sverige AB, Stockholm	32	8	100
BMW Korea Co., Ltd., Seoul	30	19	100
BMW Nederland B.V., Den Haag	27	15	100
BMW Automotive (Ireland) Ltd., Dublin	25	7	100
BMW New Zealand Ltd., Auckland	4	2	100
BMW (UK) Holdings Ltd., Bracknell	1.810	-65	100
BMW (UK) Manufacturing Ltd., Bracknell	658	179	100
BMW (GB) Ltd., Bracknell	533	235	100
BMW Financial Services (GB) Ltd., Hook	305	33	100
BMW (UK) Capital plc, Bracknell	145	6	100
BMW Malta Ltd., Valletta	707	71	100
BMW Malta Finance Ltd., Valletta	586	48	100
BMW Coordination Center V.o.F., Bornem	590	-1	100
BMW España Finance S.L., Madrid	247	35	100
BMW Ibérica S.A., Madrid	204	76	100
BMW de Mexico, S.A. de C.V., Mexico City	23	13	100
BMW (US) Holding Corporation, Wilmington, Del.	927	180	100
BMW Manufacturing, LLC, Wilmington, Del.	693	73	100
BMW of North America, LLC, Wilmington, Del.	626	216	100
BMW Financial Services NA, LLC, Wilmington, Del.	489	106	100
BMW US Capital, LLC, Wilmington, Del.	316	42	100

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Risikomanagement

Risikomanagement in der BMW Group

Als weltweit agierender Konzern ist die BMW Group mit einer Vielzahl möglicher Risiken konfrontiert. Gleichzeitig ergeben sich Chancen durch geänderte Rahmenbedingungen, die das Unternehmen zur Verbesserung seiner Wettbewerbsposition zu anticipieren versucht. Unternehmerische Risiken werden nur dann bewusst eingegangen, wenn dadurch der Unternehmenswert gesteigert werden kann und ihre möglichen Auswirkungen beherrschbar bleiben. Vorstand und Aufsichtsrat werden regelmäßig über Risiken informiert, die die Geschäftsentwicklung maßgeblich beeinflussen könnten.

Zur Identifikation, Bewertung und Dokumentation der wesentlichen und bestandsgefährdenden Risiken verwendet die BMW Group ein detailliertes Risikomanagementsystem, das durch die folgenden Prozesse gekennzeichnet ist:

- Unternehmerische Entscheidungen werden auf Basis von weit reichenden Projektvorlagen getroffen, in denen Chancen und Risiken im Einzelnen dargestellt werden. Darüber hinaus werden im Rahmen der langfristigen Unternehmensplanung, der jährlichen sowie der unterjährigen Planung die Chancen und Risiken aller Geschäftsaktivitäten beurteilt und daraus Zielerreichungs- und Risikobegrenzungsmaßnahmen abgeleitet.
- Über das konzernweite Berichtssystem werden alle Entscheidungsträger rasch und umfassend über den Grad der Zielerreichung sowie über Markt- und Wettbewerbsveränderungen informiert. Durch die permanente Beobachtung kritischer Erfolgsfaktoren werden Abweichungen frühzeitig erkannt, so dass entsprechende Maßnahmen zur Gegensteuerung eingeleitet werden können.
- Das gesamte Risikomanagement wird zentral durch das Konzerncontrolling gelenkt und regelmäßig durch eine externe sowie die interne Revision auf Angemessenheit und Wirksamkeit überprüft. Ein konzernweites Netzwerk von Risikobeauftragten führt regelmäßig eine Risikoerhebung durch, in der alle wesentlichen Risiken identifiziert und bewertet werden. Die Ergebnisse

werden in einem gesonderten Risikobericht zusammengefasst und dem Vorstand vorgelegt.

- Durch einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen stellt die BMW Group sicher, dass innovative Ansätze und Ideen in das Risikomanagement der BMW Group einfließen und eine Weiterentwicklung des operativen Risikomanagements gewährleistet ist.

Derzeit sind keine Risiken zu erkennen, die bestandsgefährdend sein könnten oder geeignet sind, die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens wesentlich zu beeinträchtigen. Dennoch können Risiken niemals vollständig ausgeschlossen werden.

Im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit wird die BMW Group mit verschiedenen Risikofeldern konfrontiert:

Risiken aufgrund wirtschaftlicher Rahmenbedingungen

- Als weltweit tätiges Unternehmen wird die BMW Group von weltwirtschaftlichen Rahmendaten wie der Veränderung von Währungsparitäten oder den Entwicklungen auf den Finanzmärkten beeinflusst. Insbesondere die Wechselkursentwicklung des US-Dollars, der im Fremdwährungsportfolio der BMW Group das höchste Einzelrisiko darstellt, ist dabei für die Umsatz- und Ertragsentwicklung des Unternehmens von Bedeutung. Zudem können sich auch Wechselkursveränderungen des Britischen Pfunds und des Japanischen Yen gegenüber dem Euro nennenswert auf das Konzernergebnis auswirken. Auf Basis der Planungen der BMW Group beträgt der Anteil dieser drei Währungen insgesamt rund 80 % des Fremdwährungsrisikos der BMW Group. Die BMW Group reduziert das Wechselkursrisiko unter anderem durch eine intensive Marktbeobachtung, die Herstellung von Produkten der BMW Group außerhalb des Euro-Raumes, den weltweiten Einkauf von Material und Anlagen sowie durch Wechselkursabsicherungen auf dem Finanzmarkt. Entsprechende Geschäfte werden nur mit Finanzierungspartnern einwandfreier

Bonität abgeschlossen. Art und Umfang der Maßnahmen sind durch eine entsprechende Konzernrichtlinie geregelt.

Zur Messung der Wechselkursrisiken werden ein Cashflow-at-Risk-Modell und Szenarioanalysen eingesetzt. Diese Instrumente dienen im Währungsmanagement auch zur Entscheidungsfindung.

- Die Entwicklung auf den internationalen Rohstoffmärkten beeinflusst ebenfalls die Geschäftsentwicklung der BMW Group. Um die Versorgung mit Produktionsmaterial sicherzustellen und das Kostenrisiko zu minimieren, unterliegen die für die BMW Group relevanten Rohstoffmärkte einer ständigen Beobachtung. Von Bedeutung ist dabei auch die Marktpreisentwicklung von Edelmetallen wie Platin, Palladium und Rhodium, für die in einem Rohstoffausschuss die entsprechenden Absicherungsstrategien entschieden werden.
- Die Preisentwicklung von Rohöl, das als Grundstoff für Komponenten eine wichtige Rolle spielt, wirkt sich indirekt auf die Produktionskosten der BMW Group aus. Langfristige Lieferverträge mit Zulieferern verringern dabei das Risiko für das Unternehmen. Als produzierendes Unternehmen wird die BMW Group zudem von der markt- und steuerpolitischen Entwicklung der Energiepreise beeinflusst.
- Konjunkturelle Schwankungen stellen Risikofaktoren für die Geschäftsentwicklung dar. Nicht vorhersehbare wirtschaftspolitische Eingriffe können zudem auf einzelnen Märkten die Geschäftsentwicklung der BMW Group beeinträchtigen. Die BMW Group antizipiert diese Risiken unter anderem mit einer detaillierten Marktbeobachtung und dem Verfolgen von Frühindikatoren. Durch die weltweiten Aktivitäten der BMW Group findet zudem eine Risikostreuung statt.
- Eine Eskalation politischer Spannungen, terroristische Aktivitäten oder mögliche Pandemien könnten negative Effekte auf die konjunkturelle Lage haben und damit auch die Geschäftsentwicklung der BMW Group negativ beeinflussen.

Branchenrisiken

- Die markt- und steuerpolitisch beeinflusste Entwicklung der Treibstoffpreise sowie die steigenden Anforderungen an die Reduktion des Flottenverbrauchs sowie der CO₂- und NO_x-Emissionen stellen weiterhin hohe Anforderungen an die Motoren- und Produktentwicklung.

Risiken aus den betrieblichen Aufgabenbereichen

- Risiken aus Betriebsunterbrechungen und Produktionsausfällen sind durch Versicherungsverträge wirtschaftlich sinnvoll abgedeckt. Risikoreduzierend wirkt sich zudem die hohe Flexibilität des Produktionsnetzwerks und der Arbeitszeitmodelle der BMW Group aus.
- Die in der Automobilbranche übliche enge Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Lieferanten verstärkt die gegenseitige Abhängigkeit ebenso wie die wirtschaftlichen Vorteile. Einzelne Zulieferer haben eine erhebliche Bedeutung für die Produktion der BMW Group erlangt. Lieferverzögerungen, Lieferausfälle, Streiks oder Qualitätsmängel können zu Produktionsstörungen führen und dadurch die Ertragslage negativ beeinflussen. Das Unternehmen hat derartige Risiken mittels aufwändiger Lieferantenauswahl-, Kontroll- und Steuerungsverfahren begrenzt. So werden die Lieferanten bei der Auswahl beispielsweise hinsichtlich technischer und wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit überprüft. Ein umfangreiches Supplier Relationship Management, das auch soziale und ökologische Aspekte erfasst, trägt zur Risikominderung bei.

Risiken aus den Finanzdienstleistungen

- Mit dem zunehmenden Leasinggeschäft wächst für die BMW Group volumenbedingt das Restwertrisiko aus der Vermarktung der Fahrzeuge, die nach Ablauf des Leasingvertrages bei der BMW Group verbleiben. Die Entwicklungen der Restwerte von Fahrzeugen der BMW Group auf den Gebrauchtwagenmärkten werden deshalb

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn- und Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzernneigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

kontinuierlich verfolgt und prognostiziert. Vierteljährlich wird die Gesamtrisikoposition durch den Abgleich von prognostiziertem Marktwert und Vertragswert auf Modell- und Marktebene bewertet.

Die identifizierten Risiken werden durch Rückstellungen abgedeckt sowie über Abwertungen von Leasingfahrzeugansätzen in der Bilanz berücksichtigt. Risikomindernd wirken zudem Maßnahmen wie ein aktives Lebenszyklusmanagement sowie ein internationales Gebrauchtwagenmanagement, die sich stabilisierend auf die Restwertentwicklung von Fahrzeugen der BMW Group auswirken.

- Operationale Risiken in den Finanzdienstleistungen begegnet die BMW Group durch einen Prozess, der die Erfassung und Bewertung derartiger Risiken umfasst und auch entsprechende Maßnahmen zur Risikovermeidung einschließt. Damit minimiert die BMW Group die Gefahr von Verlusten, die infolge der Unangemessenheit oder des Versagens von internen Verfahren und Systemen, durch menschliches Versagen oder durch externe Faktoren eintreten können.
- Liquiditäts- und Zinsänderungsrisiken begegnet die BMW Group durch fristenkongruente Finanzierung sowie den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten. Vorgehaltene Kreditlinien bei verschiedenen Banken stellen die Liquidität sicher. Im Rahmen einer wertorientierten Zinsbuchsteuerung erfolgt die Messung und Limitierung der Zinsrisiken auf Basis des Value-at-Risk-Ansatzes. Daneben werden regelmäßig Sensitivitätsanalysen durchgeführt, die Auswirkungen möglicher Zinsänderungen auf das Ergebnis aufzeigen.
- Das Finanzierungs- und Leasinggeschäft wird in den einzelnen Märkten zur Vermeidung von Währungsrisiken grundsätzlich in der jeweiligen Landeswährung refinanziert.
- Das Finanzierungs- und Leasinggeschäft im Segment Finanzdienstleistungen wird zu einem überwiegenden Teil über den Kapitalmarkt refinanziert. Durch die gute Bonität der BMW Group, die sich

auch in den seit Jahren erstklassigen Kurzfrist-ratings bei Moody's (P-1) bzw. Standard & Poor's (A-1) zeigt, können wettbewerbsfähige Konditionen erreicht werden. Im September 2005 veröffentlichten Standard & Poor's und Moody's ein Langfristorating für die BMW Group. Aufgrund des starken Finanz- und Geschäftsprofils der BMW Group hält das Unternehmen eines der besten Ratings im Automobilsektor. Moody's veröffentlichte ein A1, Standard & Poor's ein A+, beide mit stabilem Ausblick.

- Für die Kreditrisikosteuerung kommen – auch vor dem Hintergrund der Basel-II-Anforderungen – verschiedene Methoden und Systeme, z.B. Rating und Scoring, zum Einsatz. Finanzierungen für internationale Händler und Flottenkunden werden abhängig von der beantragten Kreditsumme und dem vergebenen Kreditrisikorating den lokalen, regionalen oder dem zentralen Kreditausschuss zur Entscheidung vorgelegt. Ein zweistufiger Kreditantragsprozess trägt zur Verminderung des Adressausfallrisikos im Geschäft mit weltweiten Finanzdienstleistungen bei. Zur weiteren Risikominderung arbeitet die BMW Group laufend an der weltweiten Standardisierung der Kreditentscheidungsprozesse und -qualität sowie einer einheitlichen Ratingsystematik. In der Kundenfinanzierung verwendet die BMW Group validierte Scorecards zur schnelleren Kreditentscheidung und Risikoüberwachung. Monatlich werden Kriterien wie Überfälligkeitssraten und Kreditausfallquoten erfasst und zur aktiven Kreditportfoliosteuerung und Verbesserung der Portfolioqualität eingesetzt.

Rechtliche Risiken

- Die BMW Group ist nicht in Gerichts- oder Schiedsverfahren verwickelt, die einen erheblichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns haben.
- Wie jedes Unternehmen ist auch die BMW Group mit Gewährleistungsansprüchen konfrontiert. Zur Absicherung gegen derartige Ansprüche hat

die BMW Group ausreichend Rückstellungen gebildet. Einen Teil der Risiken, insbesondere aus dem amerikanischen Markt, hat die BMW Group zudem durch entsprechende Versicherungen wirtschaftlich sinnvoll abgedeckt. Risikoverringern wirkt hier der hohe Qualitätsstandard der Produkte der BMW Group, der durch regelmäßige Überwachungsaudits und kontinuierliche Verbesserungsmaßnahmen sichergestellt wird.

Personalrisiken

- Als attraktiver Arbeitgeber hat die BMW Group im intensiven Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte seit Jahren eine sehr gute Position. Hohe Mitarbeiterzufriedenheit und eine niedrige Fluktuation minimieren zudem das Risiko des Know-how-Verlusts.
- Eine alternde und zugleich schrumpfende Bevölkerung in Deutschland wird die Bedingungen auf den Arbeits-, Produkt-, Dienstleistungs- und Finanzmärkten dauerhaft beeinflussen. Für die Unternehmen resultieren aus dem demografischen Wandel Risiken und Chancen, die in den kommenden Jahren verstärkt zu spüren sein werden. Die BMW Group beschäftigt sich intensiv mit den betrieblichen Folgen des demografischen Wandels und konzentriert sich dabei auf die folgenden Handlungsfelder:
 - Zukunftsorientierte Gestaltung des Arbeitsumfelds
 - Förderung und Erhalt der Leistungs- und Beschäftigungsfähigkeit
 - Qualifizierung
 - Stärkung des Bewusstseins der Mitarbeiter für die Eigenverantwortung bei der individuellen Zukunftsvorsorge
 - Individuelle Lebensarbeitszeitmodelle für Mitarbeiter
- Eine allgemein gestiegene Lebenserwartung der Bevölkerung wirkt sich auch auf die Pensionsverpflichtungen der BMW Group aus. Von nicht unerheblichem Einfluss ist dabei auch der Zinssatz zur Diskontierung der Pensionsverpflichtun-

gen, der gemäß IAS nach der Rendite fristadäquater Unternehmensanleihen bemessen wird. Für ihre Pensionsverpflichtungen gegenüber den Mitarbeitern in Deutschland bildet die BMW AG Rückstellungen auf Basis eines versicherungsmathematischen Gutachtens. Die Mittel verbleiben somit im Unternehmen und tragen zur Finanzierung des laufenden Geschäftsbetriebs bei. Die Mittel für Pensionsansprüche in den USA sowie für die Pensionsverpflichtungen in Großbritannien sind im Wesentlichen in verzinsliche Wertpapiere mit hoher Bonität sowie in Aktien investiert.

IT-Risiken

- Im Bereich der Informationstechnik schützt sich die BMW Group gegen unberechtigte Datenzugriffe oder Datenmissbrauch durch verschiedene Maßnahmen, die sich auf Mitarbeiter, Organisation, Anwendungen, Systeme und Netzwerk beziehen.

Für die Mitarbeiter gibt es unternehmensweite Richtlinien für den Umgang mit Informationen generell sowie interne Regelungen zur sicheren Nutzung von Informationssystemen. Durch interne Kommunikationsmaßnahmen wird das Bewusstsein der Mitarbeiter für das Thema Sicherheit weiter geschärft.

Zu den technischen Schutzmaßnahmen gehören Standardaktivitäten wie der Einsatz von Virenscannern, Firewallsystemen, Zugangs- und Zugriffskontrollen auf Betriebssystemebene und zum Teil auch auf Anwendungsebene. Dies dient dem Schutz der Vertraulichkeit, Integrität und Authentizität.

Das Jahr 2005	12
Das Geschäftsjahr im Überblick	12
Rahmenbedingungen	15
Geschäftsverlauf	19
Die BMW Aktie im Jahr 2005	42
Finanzwirtschaftliche Situation	45
Gewinn-und-Verlust-Rechnungen	55
Bilanzen	56
Kapitalflussrechnungen	58
Entwicklung des Konzern eigenkapitals	60
Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	61
Erläuterungen zur BMW AG	62
Risikomanagement	68
Prognosebericht/Ausblick	72

Prognosebericht/Ausblick

Konjunktur im Jahr 2006

Die BMW Group geht davon aus, dass der globale Aufschwung auch im Jahr 2006 eine ähnliche Dynamik zeigen wird wie im Vorjahr. Aufgrund der anhaltenden Engpässe bei der Ölförderung und -verarbeitung ist in naher Zukunft weiterhin mit einem hohen Preisniveau zu rechnen, ein dauerhafter Anstieg ist jedoch nicht wahrscheinlich. Noch präsentiert sich die Weltwirtschaft relativ robust gegenüber dem hohen Ölpreisniveau. Ein erneuter kräftiger Anstieg könnte die globale Wirtschaftsdynamik allerdings deutlich beeinträchtigen, zumal die geld- und fiskalpolitischen Impulse in den meisten Ländern schwächer werden.

In den Vereinigten Staaten wird sich die Dynamik trotz der geringeren Impulse von Seiten der US-Wirtschaftspolitik im Jahr 2006 allenfalls leicht abschwächen. Insgesamt bleibt der Aufschwung intakt, so dass auch weiterhin mit einem robusten Wachstum in den USA gerechnet werden kann. Dies gilt ebenfalls für die Schwellenländer in Asien, Lateinamerika und Osteuropa. In den genannten Ländern wird für das Jahr 2006 ein Wachstum auf dem hohen Niveau des Vorjahres erwartet. Auch in Japan wird sich die konjunkturelle Erholung mit einem weiterhin recht kräftigen Wachstum fortsetzen.

Im Euroraum wird sich das Wachstumstempo im Jahr 2006 zwar leicht erhöhen, es wird jedoch weiterhin hinter der globalen Entwicklung zurückbleiben. Eine mögliche Belebung hängt maßgeblich davon ab, inwieweit sich die Binnennachfrage von ihrer jahrelangen Schwäche erholen kann.

Automobilkonjunktur im Jahr 2006

Die größte Dynamik für die weltweite Automobilkonjunktur wird auch im Jahr 2006 von den Märkten in den asiatischen Schwellenländern ausgehen. China und Indien werden ihre hohen Wachstumsraten weiter aufrechterhalten können. Auch für die Automobilmärkte in Lateinamerika rechnet die BMW Group erneut mit hohen Steigerungsraten. Die Automobilkonjunktur in den Triademärkten USA, Japan und Westeuropa wird dagegen im Jahr 2006 weiterhin eher eine Seitwärtsbewegung aufweisen.

In Deutschland ist im Zuge der geplanten Mehrwertsteuererhöhung mit Vorzieheffekten der Konsumanten zu rechnen, so dass hier beim Automobilabsatz im Vorjahresvergleich ein leichtes Wachstum zu erwarten ist.

Weiter uneinheitliche Entwicklung der Motorradmärkte

Auf den internationalen Motorradmärkten rechnet die BMW Group mit einer Fortsetzung der sehr heterogenen Entwicklung. Für Deutschland, den größten Markt für BMW Motorräder, geht das Unternehmen davon aus, dass der seit Jahren rückläufige Trend im Jahr 2006 zum Stillstand kommt.

Steigendes Zinsniveau abzusehen

Die erwartete Straffung der Geldpolitik durch wichtige Zentralbanken wird im Jahr 2006 zu weiter steigenden Zinsen und damit zu erhöhten Refinanzierungskosten für das Finanzdienstleistungsgeschäft führen. Gleichzeitig geht die BMW Group davon aus, dass Finanzdienstleistungen allgemein und insbesondere das Leasingangebot weiterhin eine hohe Bedeutung für den Fahrzeugabsatz haben werden.

Erwartungen der BMW Group für das Jahr 2006

Auf Basis der genannten Rahmenbedingungen geht die BMW Group davon aus, im Geschäftsjahr 2006 ihre erfolgreiche Geschäftsentwicklung fortzusetzen. Mit dem weiteren Ausbau der Produktpalette und der systematischen Erschließung neuer Märkte und Segmente eröffnet sich das Unternehmen Chancen und schafft so das Potenzial für weiteres profitables Wachstum.

Im Segment Automobile erwartet das Unternehmen ein weiteres Absatzwachstum, wobei aufgrund der hohen Basis des Vorjahres sowie durch modellzyklusbedingte Effekte von einer moderateren Entwicklung als im Jahr 2005 auszugehen ist. Zudem ist mit einer stärkeren Saisonalisierung im Absatz zu rechnen. Basiseffekte im ersten Halbjahr und modellzyklusbedingte Effekte führen dazu, dass der Absatz der BMW Group im Vorjahresver-

gleich in den ersten Monaten des Jahres deutlich stärker wachsen wird als in der zweiten Jahreshälfte.

Die weiter bestehenden exogenen Belastungsfaktoren werden auch im Jahr 2006 die Ergebnisentwicklung des Segments Automobile beeinflussen. Dennoch strebt die BMW Group an, im Vorjahresvergleich eine Verbesserung im Ergebnis vor Steuern im Segment Automobile zu erreichen, da die weiterhin positive Absatzentwicklung und die kontinuierlichen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung unterstützend wirken.

Im Motorradgeschäft geht die BMW Group für das Jahr 2006 insgesamt von einer robusten Geschäftsentwicklung aus. Die zahlreichen im Rahmen der Produktoffensive neu vorgestellten Modelle, der damit verbundene Eintritt in neue Segmente und eine intensivierte Marktbearbeitung werden sich positiv auf die Absatzentwicklung auswirken. Kontinuierlich laufende Programme zur Effizienzsteigerung werden die Wettbewerbsfähigkeit weiter verbessern, so dass für BMW Motorrad 2006 ein weiteres profitables Wachstum zu erwarten ist.

Im Geschäft mit Finanzdienstleistungen der BMW Group wird sich das Wachstum der vergangenen Jahre auch 2006 fortsetzen. Dem durch die Steigerung der Refinanzierungszinsen ausgelösten Margendruck begegnet das Segment Finanzdienstleistungen durch weitere Prozessoptimierungen und Effizienzsteigerungen sowie durch die Einführung neuer, genau auf Kundenwünsche abgestimmter Produkte. Die regionale Expansion sowie die Ausweitung der Produktpalette werden diese Entwicklung zusätzlich unterstützen und zu einer weiteren Steigerung des Geschäftsvolumens führen. Auf Basis dieser erfreulichen Geschäftsentwicklung wird sich auch das Ergebnis des Segments Finanzdienstleistungen weiter erhöhen.

Die Überleitungen des Konzerns sind auch im Jahr 2006 weiter stark von externen Effekten geprägt, wie beispielsweise von der Entwicklung des Marktpreises der Optionsverpflichtung aus der Umtauschanleihe auf die von der BMW Group gehaltenen Anteile der Rolls-Royce plc, London.

In den Jahren 2005 bis 2009 investiert die BMW Group rund 19 Mrd. Euro in neue Produkte und in produktinduzierte Produktionserweiterungen.

Nachdem die BMW Group im Rahmen der Produkt- und Marktoffensive in den vergangenen fünf Jahren weltweit mehr als 12.000 Arbeitsplätze geschaffen hat, ist davon auszugehen, dass der Personalstand der BMW Group in den kommenden Jahren nahezu konstant bleiben wird.

Auch im Jahr 2006 belasten Währungseffekte, hohe Rohstoffpreise und der anhaltend intensive Wettbewerb die Ergebnisentwicklung der BMW Group. Auch wenn diese dämpfenden Effekte im Vorjahresvergleich nicht mehr so stark wirken, ergibt sich für das Jahr 2006 dennoch eine erneute Belastung für die BMW Group. Dies ist unter anderem auf im Vorjahresvergleich ungünstigere Sicherungskurse zurückzuführen, die sich vor allem in der ersten Jahreshälfte auswirken. Weiter positiv auf das Konzernergebnis wirken dagegen die kontinuierlichen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und Produktivitätsverbesserung.

Auf der Grundlage einer weiterhin robusten Geschäftsentwicklung in allen Segmenten geht die BMW Group daher davon aus, auf Konzernebene im Geschäftsjahr 2006 ein Ergebnis vor Steuern zu erreichen, das über dem Wert des Jahres 2005 liegt. Die Steuerquote des Konzerns wird im Jahr 2006 wieder ansteigen, nachdem sie im Jahr 2005 zum Teil von Sondereffekten beeinflusst war.

Für die folgenden Jahre strebt die BMW Group eine Fortführung des profitablen Wachstumskurses an. Das Unternehmen wird weiter eine im Branchenvergleich überdurchschnittliche Rendite erzielen.

Corporate Governance	74
Mitglieder des Aufsichtsrats	74
Mitglieder des Vorstands	77
Corporate Governance bei der BMW Group	78
Prinzipien der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat	79
Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß §161AktG	81

Mitglieder des Aufsichtsrats

Prof. Dr.-Ing. Dr. h. c. Dr.-Ing. E. h.

Joachim Milberg

Vorsitzender

ehem. Vorsitzender des Vorstands der BMW AG

Vorsitzender des Präsidiums sowie der Ausschüsse für Personal und Bilanz

Mitglied des Vermittlungsausschusses

Mandate**

Allianz Versicherungs-AG

Bertelsmann AG

FESTO AG

MAN AG (stellv. Vorsitzender)

Deere & Company

Leipziger Messe GmbH

Manfred Schoch*

stellv. Vorsitzender

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats

Mitglied des Präsidiums, der Ausschüsse für Personal und Bilanz sowie des Vermittlungsausschusses

Stefan Quandt

stellv. Vorsitzender

Dipl.-Wirtschaftsingenieur

Mitglied des Präsidiums, der Ausschüsse für Personal und Bilanz sowie des Vermittlungsausschusses

Mandate**

DELTON AG (Vorsitzender)

Dresdner Bank AG

Gerling-Konzern Allgemeine Versicherungs-AG

DataCard Corp.

Konrad Gottinger*

stellv. Vorsitzender

Mitglied des Betriebsrats Standort Dingolfing

Mitglied des Präsidiums, der Ausschüsse für Personal und Bilanz sowie des Vermittlungsausschusses

Dr. Hans-Dietrich Winkhaus

stellv. Vorsitzender

ehem. Vorsitzender der Geschäftsführung der Henkel KGaA

Mitglied des Präsidiums sowie der Ausschüsse für Personal und Bilanz

Mandate**

Degussa AG

Deutsche Lufthansa AG

ERGO Versicherungsgruppe AG

Schwarz-Pharma AG (Vorsitzender)

Henkel KGaA

Volker Doppelfeld

ehem. Mitglied des Vorstands der BMW AG

Mandate**

D.A.S. Deutsche Automobilschutz Allgem. Rechtsschutz-Versicherungs AG

Bizerba GmbH & Co. KG

* Arbeitnehmervertreter

** Mandate

Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien zum Stichtag 31.12.2005

Bertin Eichler*

geschäftsführendes Vorstandsmitglied der IG Metall

Mandate**

ThyssenKrupp AG (stellv. Vorsitzender)

BHW Holding AG

BGAG Beteiligungsgesellschaft der
Gewerkschaften AG (Vorsitzender)

Ulrich Eckelmann*

Bereichsleiter Wirtschaft-Technologie-Umwelt der
IG Metall

Mandate**

ThyssenKrupp Automotive AG

Werner Eisgruber*

Mitglied des Betriebsrats Standort Dingolfing

Franz Haniel

Geschäftsführer der Giesecke & Devrient GmbH

Mandate**

Franz Haniel & Cie. GmbH (Vorsitzender)

secunet Security Networks AG

Arthur L. Kelly

geschäftsführender Gesellschafter der KEL
Enterprises L.P.

Mandate**

BASF AG

DataCard Corp.

Deere & Company

Northern Trust Corp.

Robert Bosch Corp.

Snap-on Inc.

Susanne Klatten

Betriebswirtin, MBA

Senatorin e. h. der Technischen Universität München

Mandate**

ALTANA AG (stellv. Vorsitzende)

ALTANA Pharma AG

UnternehmerTUM GmbH

Willibald Löw*

Vorsitzender des Betriebsrats Standort Landshut

Corporate Governance	74
Mitglieder des Aufsichtsrats	74
Mitglieder des Vorstands	77
Corporate Governance bei der BMW Group	78
Prinzipien der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat	79
Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß §161AktG	81

Prof. Dr. rer. nat. Drs. h. c. mult. Hubert Markl
 ehem. Präsident der Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften e.V.
 Professor für Biologie i.R.

Mandate**
 Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG
 Georg von Holtzbrinck GmbH
 Sanofi-Aventis S.A.

Wolfgang Mayrhuber
 Vorsitzender des Vorstands der Deutsche Lufthansa AG

Mandate**
 Eurowings Luftverkehrs AG
 LSG Lufthansa Service Holding AG
 Lufthansa Cargo AG
 Lufthansa Cityline GmbH (Vorsitzender)
 Lufthansa Technik AG
 Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG
 Thomas Cook AG (stellv. Vorsitzender)
 HEICO Corp.
 SWISS International Air Lines AG

Werner Neugebauer*
 Bezirksleiter der IG Metall Bayern

Franz Oberländer*
 Mitglied des Betriebsrats Standort München

Anton Ruf*
 Leiter Technische Integration

Prof. Dr. Jürgen Strube
 Vorsitzender des Aufsichtsrats der BASF AG

Mandate**
 Allianz Lebensversicherungs-AG
 BASF AG (Vorsitzender)
 Bertelsmann AG (stellv. Vorsitzender)
 Commerzbank AG
 Fuchs Petrolub AG (Vorsitzender)
 Hapag-Lloyd AG
 Linde AG

Werner Zierer*
 Vorsitzender des Betriebsrats Standort Regensburg

* Arbeitnehmervertreter

** Mandate

Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien zum Stichtag 31.12.2005

Mitglieder des Vorstands

Dr. Helmut Panke

Vorsitzender

Mandate**

Microsoft Corp.

UBS AG

Ernst Baumann

Personal- und Sozialwesen, Arbeitsdirektor

Mandate**

Krones AG

Dr. Michael Ganal

Vertrieb und Marketing

Mandate**

BMW Brilliance Automotive Ltd.

Prof. Dr.-Ing. Dr.-Ing. E. h. Burkhard Göschel

Entwicklung und Einkauf

Stefan Krause

Finanzen

Mandate**

BMW Brilliance Automotive Ltd. (stellv. Vorsitzender)

Dr.-Ing. Norbert Reithofer

Produktion

Mandate**

BMW Brilliance Automotive Ltd.

BMW Motoren GmbH (Vorsitzender)

BMW Österreich Holding GmbH (Vorsitzender)

BMW (South Africa) (Pty) Ltd. (Vorsitzender)

Chefsyndikus:

Dr. Dieter Löchelt

** Mandate

Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien zum Stichtag 31.12.2005

Corporate Governance	74
Mitglieder des Aufsichtsrats	74
Mitglieder des Vorstands	77
Corporate Governance bei der BMW Group	78
Prinzipien der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat	79
Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß §161 AktG	81

Corporate Governance

Corporate Governance bei der BMW Group

Für die BMW Group ist Corporate Governance ein umfassender Anspruch, der alle Bereiche des Unternehmens umfasst. Transparente Berichterstattung und eine an den Interessen der Stakeholder ausgerichtete Unternehmensführung haben für die BMW Group Tradition; die verantwortungsbewusste und vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat ist seit je die Basis für das unternehmerische Handeln. Die Unternehmenskultur der BMW Group ist bestimmt vom Vertrauen in die Arbeit des anderen, von Eigenverantwortlichkeit und Transparenz.

Entsprechenserklärung und BMW Group Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat einer in Deutschland börsennotierten Gesellschaft sind gesetzlich verpflichtet (§ 161 AktG), einmal jährlich zu erklären, ob den amtlich veröffentlichten und zum Erklärungszeitpunkt maßgeblichen Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird. Die Unternehmen sind außerdem verpflichtet, zu erklären, welche Empfehlungen des Kodex nicht angewendet wurden oder werden.

Vorstand und Aufsichtsrat der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft sehen in den Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) einen Beitrag, um den Finanzplatz Deutschland insbesondere auch für ausländische Investoren attraktiver zu gestalten. Beide Gremien haben seit dem 3. Dezember 2002 jährlich die Entsprechenserklärung (§ 161 AktG) abgegeben und veröffentlicht. Jede Entsprechenserklärung wird für fünf Jahre im Internet zugänglich gehalten. In ihrer gemeinsamen Sitzung vom 6. Dezember 2005 haben Vorstand und Aufsichtsrat der BMW AG die Entsprechenserklärung zu der seit dem 12. Juli 2005 gültigen Neufassung des Deutschen Corporate Governance Kodex verabschiedet. Darüber hinaus haben Vorstand und Aufsichtsrat auf der Basis des DCGK bereits in den vergangenen Jahren einen eigenen Corporate Governance Kodex

für die BMW Group entwickelt, der den unternehmensspezifischen Gegebenheiten der BMW Group Rechnung trägt. Ziel ist es, den Aktionären und sonstigen Stakeholdern ein umfassendes und abgeschlossenes Dokument zu der bei der BMW Group praktizierten Corporate Governance zur Verfügung zu stellen. Im Zusammenhang mit der Neufassung des DCGK wurde auch der Corporate Governance Kodex für die BMW Group überarbeitet. Neben Änderungen, die sich aus dem Anlegerschutzverbesserungsgesetz und dem Gesetz zur Unternehmensintegrität und Modernisierung des Anfechtungsrechts ergaben, wurden auch die durch die Neufassung des DCGK hinzugekommenen Empfehlungen berücksichtigt. Der Corporate Governance Kodex für die BMW Group ist zusammen mit weiteren Informationen für Aktionäre, wie beispielsweise Mitteilungen gemäß § 15 a Wertpapierhandelsgesetz (Directors' Dealings), auf der Website der BMW Group abrufbar. Unter der Adresse www.bmwgroup.com/ir finden Interessenten zudem Basisinformationen zum Unternehmen, aktuelle Einschätzungen von Analysten sowie sämtliche Finanzpublikationen des Unternehmens.

Zum Schutz der Anleger und um unternehmensintern einen gesetzeskonformen Umgang mit möglichen Insiderinformationen zu gewährleisten, wurde durch den Vorstand ein Ad-hoc-Gremium eingesetzt, in dem Vertreter verschiedener Fachbereiche Sachverhalte auf ihre Ad-hoc-Relevanz überprüfen. Die Arbeitsweise und Entscheidungsfindung des bereits 1994 eingerichteten Gremiums wurde den durch das Anlegerschutzverbesserungsgesetz geänderten Erfordernissen angepasst. Sämtliche Personen, die für das Unternehmen tätig sind und bestimmungsgemäß Zugang zu Insiderinformationen haben, wurden in ein Insiderverzeichnis aufgenommen und über die sich aus dem Insiderrecht ergebenden Pflichten belehrt.

Ein Koordinator für alle mit dem Thema Corporate Governance zusammenhängenden Fragen berichtet direkt und regelmäßig an Vorstand und Aufsichtsrat.

Jährliches Dokument gemäß § 10 Wertpapierprospektgesetz

Die börsen- und wertpapierhandelsrechtlichen Mitteilungen, die die BMW AG im Geschäftsjahr 2005 veröffentlicht oder dem Publikum zur Verfügung gestellt hat, sind unter der Adresse www.bmwgroup.com/ir abrufbar. Damit setzt die BMW AG zugleich eine neue Bestimmung des Wertpapierprospektgesetzes (WpPG) vom 22. Juni 2005 um.

Prinzipien der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Die BMW Group unterstützt die Bestrebungen des Deutschen Corporate Governance Kodex, die Transparenz hinsichtlich der Vergütungsbestandteile zu erhöhen. Es werden deshalb die Prinzipien beschrieben, die für die Vergütung des Vorstands gelten, sowie die Festlegungen der Satzung für die Vergütung des Aufsichtsrats. Neben der Struktur der Vergütung wird auch das Verhältnis der Vergütungsbestandteile in Zahlen erläutert.

1. Vergütung des Vorstands

Zuständigkeit

Die Struktur und die Festlegung der Vorstandsvergütung sind Aufgabe des Personalausschusses des Aufsichtsrats. Der Personalausschuss setzt sich zusammen aus dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats und seinen vier Stellvertretern.

Zielsetzungen

Das Vergütungsmodell für den Vorstand soll im Wettbewerb um hochqualifizierte Führungspersönlichkeiten attraktiv sein. Als Anreiz für erfolgreiche Arbeit soll der variable Teil der Vergütung eine starke Abhängigkeit vom wirtschaftlichen Erfolg der BMW Group haben. Die Vergütungsstruktur für den Vorstand soll außerdem Parallelen aufweisen zum Vergütungssystem der Mitarbeiter und Führungskräfte.

Vergütungselemente

Die Vergütung des Vorstands enthält als Elemente feste und variable Bezüge. Für die Gesamtvergütung des Vorstands legt der Personalausschuss unter Berücksichtigung der Situation und der Planungen der BMW Group einen Einkommensrahmen mit einem hohen Anteil der Tantieme fest.

Die Faktoren, aus denen sich die variable Vergütung zusammensetzt, ermöglichen in erfolgreichen Geschäftsjahren der BMW Group ein wettbewerbsfähiges Einkommen des Vorstands mit einem sehr hohen Tantiemeanteil (2005: 83,6%, i.Vj.: 84,0%). Als Messgrößen für die Berechnung des variablen Vergütungsanteils dienen der jeweilige Jahresüberschuss der BMW Group und die Dividende. Für die Vergütung des Vorstands sind individuelle Obergrenzen festgelegt.

Das Vergütungssystem enthält keine Aktienoptionen, Wertzuwachsrechte, die Aktienoptionen nachgebildet sind, oder andere aktienbasierte Vergütungskomponenten. In regelmäßigen Abständen überprüft der Personalausschuss das Vergütungssystem hinsichtlich Struktur und Höhe der Vorstandsvergütung.

Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2005

Die Bezüge für die Mitglieder des Vorstands der BMW AG betragen für das Geschäftsjahr 2005 auf Basis der vorgeschlagenen Dividende 12,2 Mio. Euro (i.Vj. 11,9 Mio. Euro). Davon entfallen auf fixe Bestandteile 2,0 Mio. Euro und auf variable Bestandteile 10,2 Mio. Euro (i.Vj. 10,0 Mio. Euro).

in Mio. Euro	2005		2004	
	Höhe	Anteil	Höhe	Anteil
Feste Bezüge	2,0	16,4 %	1,9	16,0 %
Variable Bezüge	10,2	83,6 %	10,0	84,0 %
Bezüge	12,2	100 %	11,9	100 %

Corporate Governance	74
Mitglieder des Aufsichtsrats	74
Mitglieder des Vorstands	77
Corporate Governance bei der BMW Group	78
Prinzipien der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat	79
Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß §161AktG	81

Ferner sind für aktive Mitglieder des Vorstands Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses in Höhe von 0,5 Mio. Euro (i.Vj. 0,5 Mio. Euro) vorgesehen. Hierbei handelt es sich um Aufwendungen für die Dotierung von Pensionsrückstellungen. Insgesamt ergibt sich so aus den im Jahr 2005 geleisteten und für 2005 zugesagten Bestandteilen eine Gesamtvergütung des aktiven Vorstands in Höhe von 12,7 Mio. Euro.

Die laufenden Zahlungen an frühere Mitglieder des Vorstands und Hinterbliebene belaufen sich auf 2,6 Mio. Euro (i.Vj. 2,5 Mio. Euro). Die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und Hinterbliebenen sind nach IAS 19 mit 37,0 Mio. Euro (i.Vj. 36,8 Mio. Euro *) zurückgestellt.

2. Vergütung des Aufsichtsrats Zuständigkeit

Die Vergütung des Aufsichtsrats wird durch Beschluss der Aktionäre in der Hauptversammlung bestimmt. Die derzeitige Vergütungsregelung ist Ergebnis der Beschlüsse der Hauptversammlung am 18. Mai 1999 und in §15 der Satzung niedergelegt. Auch die Satzung der BMW AG ist im Internet einsehbar.

Vergütungselemente

Neben dem Ersatz der Auslagen erhält der Aufsichtsrat eine Festvergütung und eine von der Dividende abhängige Tantieme.

Aufsichtsratsvergütung im Geschäftsjahr 2005

Auf Grundlage der vorgeschlagenen Dividende erhält der Aufsichtsrat für seine Tätigkeit im Geschäftsjahr 2005 insgesamt 2,5 Mio. Euro (i.Vj. 2,4 Mio. Euro). Davon sind 0,1 Mio. Euro feste Vergütung (i.Vj. 0,1 Mio. Euro) und 2,4 Mio. Euro variable Vergütung (i.Vj. 2,3 Mio. Euro).

in Mio. Euro	2005		2004	
	Höhe	Anteil	Höhe	Anteil
Feste Vergütung	0,1	4,0%	0,1	4,3%
Variable Vergütung	2,4	96,0%	2,3	95,7%
Vergütung	2,5	100%	2,4	100%

Beratungs- und Vermittlungsleistungen sowie andere persönliche Leistungen wurden durch Mitglieder des Aufsichtsrats auch im Jahr 2005 nicht erbracht. Entsprechend wurden keine zusätzlichen Vergütungen gewährt. Es entspricht vielmehr der Unternehmenspolitik und der Praxis, dass mit Mitgliedern des Aufsichtsrats keine Vertragsbeziehungen eingegangen werden, mit denen diese zur Erbringung von vergütungspflichtigen, persönlichen Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, verpflichtet werden (vgl. BMW Group Corporate Governance Kodex Ziffer 4.4).

* angepasst nach Neubehandlung der Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen

Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ gemäß § 161 AktG

Vorstand und Aufsichtsrat der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft erklären zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“:

Den am 4.7.2003 im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemachten Empfehlungen (Kodexfassung vom 21.5.2003) wurde entsprochen mit den bereits in der Erklärung vom 7.12.2004 näher beschriebenen Abweichungen von den Ziffern 4.2.2 Abs. 1, 4.2.4 Satz 2, 5.4.5 Abs. 3 und 6.6 Abs. 2 Satz 1.

Den am 12.7.2005 im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemachten Empfehlungen (Kodexfassung vom 2.6.2005) wird entsprochen mit folgenden Abweichungen:

- Die Beratung und regelmäßige Überprüfung der Struktur des Vergütungssystems für den Vorstand erfolgt durch den Personalausschuss und nicht zusätzlich durch das Aufsichtsratsplenum (Ziffer 4.2.2 Abs. 1 DCGK).
- Der Ausweis der Vergütung der Vorstandsmitglieder im Anhang des Konzernabschlusses erfolgt aufgeteilt nach Fixum und erfolgsbezogenen Komponenten, aber nicht individualisiert (Ziffer 4.2.4 Satz 2 DCGK).
- Der Ausweis der Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder im Corporate Governance Bericht erfolgt aufgeteilt nach Bestandteilen, aber nicht individualisiert (Ziffer 5.4.7 Abs. 3 DCGK).
- Erwerb oder Veräußerung von BMW Aktien oder von sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten, insbesondere Derivaten, durch Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder der Gesellschaft oder sonstige Personen mit Führungsaufgaben oder mit diesen in enger Beziehung stehenden Personen werden gemäß §15a WpHG veröffentlicht, aber nicht zusätzlich im Corporate Governance Bericht angegeben (Ziffer 6.6 Abs. 3 DCGK).

München, 6. Dezember 2005

Bayerische Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Der Aufsichtsrat

Der Vorstand

Begründung für die Abweichungen

zu Ziffer 4.2.2 Abs. 1 DCGK:

Die Beratung und regelmäßige Überprüfung der Struktur der Vorstandsvergütung hat der Aufsichtsrat dem Personalausschuss übertragen. Der Aufsichtsrat wird regelmäßig über die Arbeit des Personalausschusses unterrichtet.

zu Ziffer 4.2.4 Satz 2 bzw. 5.4.7 Absatz 3 DCGK:

Die Grundzüge der Vergütung der Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat werden im Internet in allgemein verständlicher Form bekannt gemacht und im Geschäftsbericht erläutert. Außerdem wird die Gesamtvergütung von Vorstand und Aufsichtsrat unter Angabe von festen und erfolgsbezogenen Bestandteilen veröffentlicht. Darüber hinaus informiert der Vorsitzende des Aufsichtsrats die Hauptversammlung über diese Grundzüge und deren Veränderung. Aus Sicht der BMW Group schafft diese Veröffentlichung ausreichend Transparenz. Sie ermöglicht eine Beurteilung der Angemessenheit der Vergütung im Wettbewerbsumfeld wie auch im Hinblick auf den Unternehmenserfolg.

zu Ziffer 6.6 Absatz 3 DCGK:

Bei der BMW Group eingegangene Mitteilungen über so genannte Directors' Dealings werden unverzüglich und aktuell unter www.bmwgroup.ir im Internet veröffentlicht. Jede Veröffentlichung bleibt zudem mindestens 30 Tage im Netz. Dadurch sind aus Sicht der BMW Group die Interessen der Aktionäre und sonstiger Stakeholder an zeitnaher Information gewahrt. Darüber hinaus werden die unterjährig bereits veröffentlichten Meldungen nochmals nachträglich im Rahmen des Jährlichen Dokuments nach §10 Wertpapierprospektgesetz veröffentlicht. Eine weitere Auflistung im Corporate Governance Bericht – möglicherweise über ein Jahr nach der Transaktion – erscheint angesichts der bestehenden, durch das Wertpapierprospektgesetz im Jahr 2005 nochmals erweiterten gesetzlichen Veröffentlichungspflichten nicht erforderlich.

Weitere Informationen	82
BMW Group 10-Jahres-Vergleich	82
BMW Group Standorte	84
Kontakte	86
Finanzkalender	87

BMW Group im 10-Jahres-Vergleich

			2005 IASs/IFRSs	2004 IASs/IFRSs angepasst ¹¹
Auslieferungen				
Automobile ^{3]}	Einheiten	1.327.992	1.208.732	
Motorräder ^{4]}	Einheiten	97.474	92.266	
Produktion				
Automobile ^{3]}	Einheiten	1.323.119	1.250.345	
Motorräder ^{5]}	Einheiten	92.012	93.836	
Finanzdienstleistungen				
Vertragsbestand	Verträge	2.087.368	1.843.399	
Bilanzielles Geschäftsvolumen	Mio. Euro	40.428	32.556	
Gewinn-und-Verlust-Rechnung				
Umsatz	Mio. Euro	46.656	44.335	
Bruttomarge Konzern ^{8]}	in %	22,9	23,2	
Bruttomarge Industriegeschäft ^{9]}	in %	20,9	21,9	
Bruttomarge Finanzgeschäft ^{9]}	in %	12,0	12,5	
Ergebnis vor Finanzergebnis	Mio. Euro	3.793	3.774	
Ergebnis vor Steuern	Mio. Euro	3.287	3.583	
Umsatzrendite (EBT/Umsatz)	in %	7,0	8,1	
Ertragsteuern	Mio. Euro	1.048	1.341	
Steuerquote	in %	31,9	37,4	
Jahresüberschuss	Mio. Euro	2.239	2.242	
Bilanz				
Langfristige Vermögenswerte	Mio. Euro	47.556	40.822	
Kurzfristige Vermögenswerte	Mio. Euro	27.010	26.812	
Eigenkapital	Mio. Euro	16.973	16.534	
Eigenkapitalquote Konzern	in %	22,8	24,4	
Industriegeschäft ^{9]}	in %	39,1	41,6	
Finanzgeschäft ^{9]}	in %	10,4	9,7	
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	Mio. Euro	29.509	26.517	
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	Mio. Euro	28.084	24.583	
Bilanzsumme	Mio. Euro	74.566	67.634	
Kapitalflussrechnung				
Flüssige Mittel zum Stichtag	Mio. Euro	1.621	2.128	
Cashflow ^{9]}	Mio. Euro	5.602	5.187	
Operativer Cashflow ^{10]}	Mio. Euro	6.184	6.157	
Investitionen	Mio. Euro	3.993	4.347	
Investitionsquote (Investitionen/Umsatz)	in %	8,6	9,8	
Personal				
Mitarbeiter am Jahresende ^{7]}		105.798	105.972	
Personalaufwand je Mitarbeiter	Euro	75.238	73.241	
Dividende				
Dividendensumme	Mio. Euro	424	419	
Dividende je Stammaktie/Vorzugsaktie	Euro	0,64/0,66	0,62/0,64	

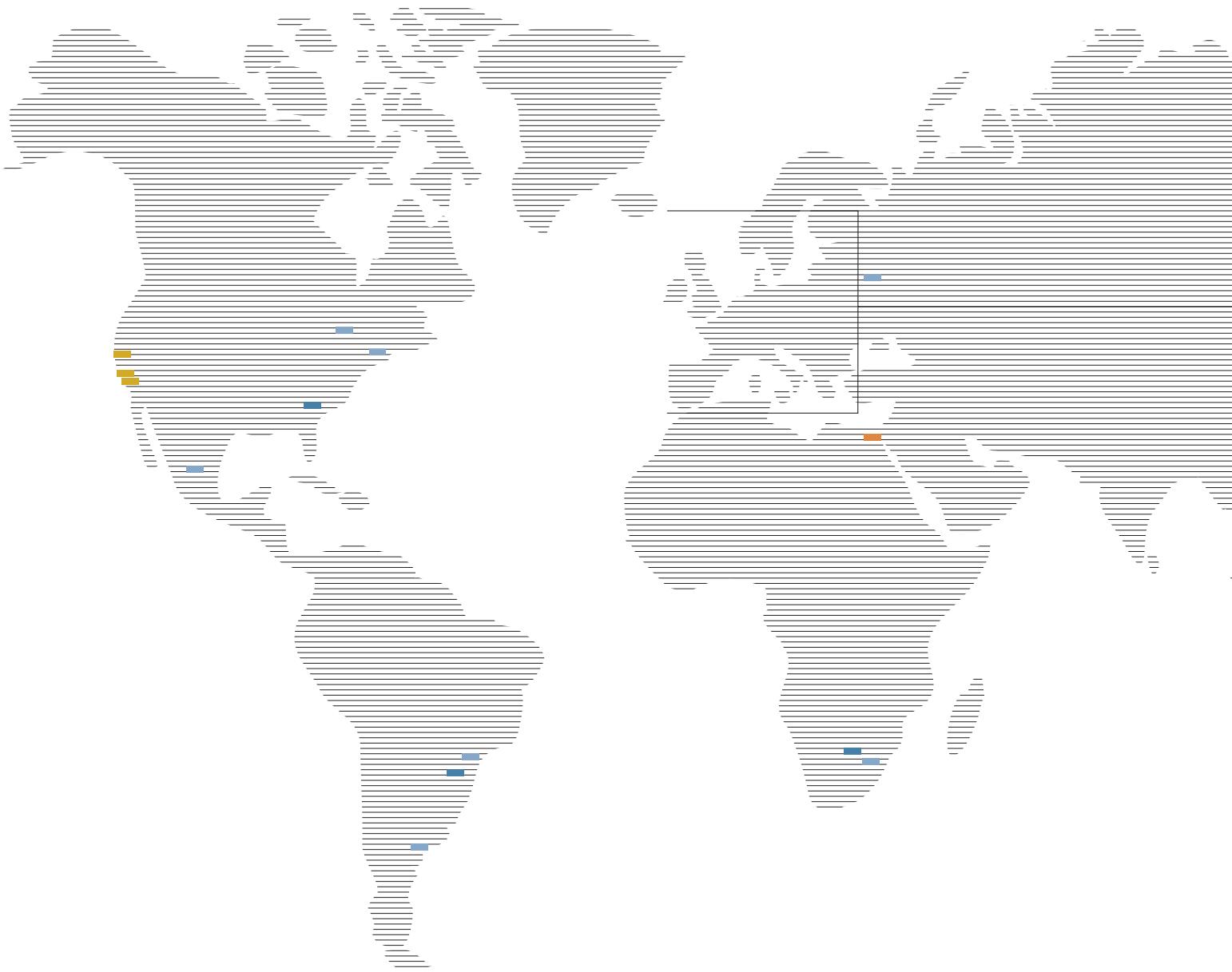
^{1]} angepasst nach Neubehandlung der Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen ^{2]} angepasst nach Harmonisierung der internen und externen Rechnungslegung ^{3]} bis zum C1 Fertigung bei Bertone, Produktion C1 bis 2002: 33.489 Einheiten ^{6]} Jahresüberschuss vor außerordentlichem Ergebnis betrug 663 Mio. Euro ^{7]} Werte seit 1998 ohne Berechnung des Cashflows an die im Finanzmarkt üblichen Standards angepasst. Künftig weist das Unternehmen neben dem bisher verwendeten, vereinfachten Cashflow-Begriff auch

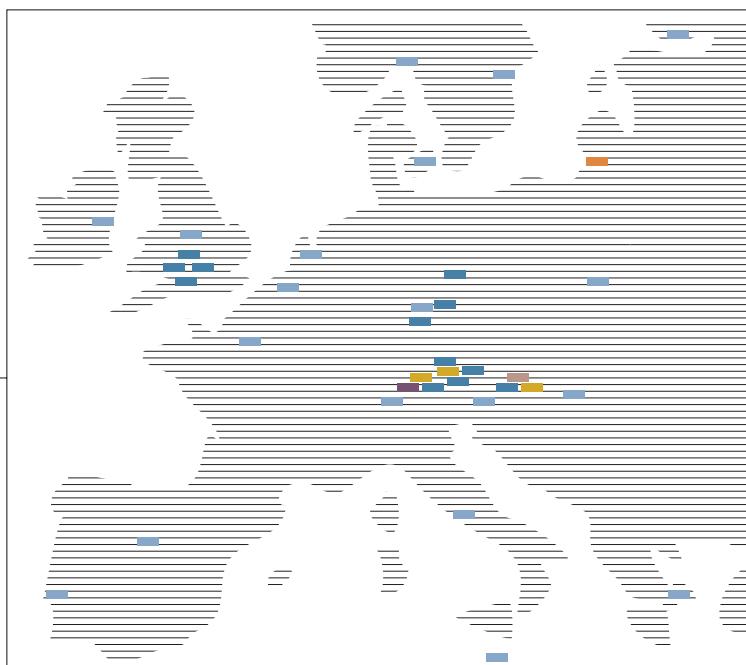
2003 IASs/IFRSs	2002 IASs/IFRSs angepasst ²⁾	2001 IASs/IFRSs	2000 IASs/IFRSs	2000 HGB	1999 HGB	1998 HGB	1997 HGB	1996 HGB
1.104.916	1.057.344	905.657	1.011.874	1.011.874	1.180.429	1.187.115	1.196.096	1.151.364
92.962	92.599	84.713	74.614	74.614	65.168	60.308	54.014	50.465
1.118.940	1.090.258	946.730	1.026.775	1.026.775	1.147.420	1.204.000	1.194.704	1.143.558
89.745	93.010	90.478	74.397	74.397	69.157	60.152	54.933	48.950
1.623.425	1.443.236	1.297.702	1.317.150	970.747	1.010.839	855.250	719.861	665.234
28.647	26.505	25.306	24.958	17.578	16.859	12.564	10.862	8.589
41.525	42.411	38.463	37.226	35.356	34.402	32.280	30.748	26.723
22,7	22,8	25,3	22,8	18,1	16,4	16,0	17,1	-
22,1	22,7	24,0	23,5	-	-	-	-	-
12,3	10,5	16,0	12,0	-	-	-	-	-
3.353	3.505	3.356	2.065	1.578	931	1.232	1.451	965
3.205	3.297	3.242	2.032	1.663	1.111	1.061	1.293	849
7,7	7,8	8,4	5,5	4,7	3,2	3,3	4,2	3,2
1.258	1.277	1.376	823	637	448	537	590	365
39,3	38,7	42,4	40,5	38,3	40,3	50,6	45,6	43,0
1.947	2.020	1.866	1.209	1.026	-2.487 ⁶⁾	462	638	420
36.921	34.667	31.282	30.079	20.056	19.857	18.586	16.735	13.413
24.554	20.844	19.977	19.261	15.819	17.650	12.053	10.506	9.770
16.150	13.871	10.770	9.432	4.896	3.932	6.445	5.240	4.636
26,3	25,0	21,0	19,1	13,6	10,5	21,0	19,2	20,0
45,4	43,1	37,0	35,9	19,1	11,9	28,7	25,3	25,0
9,8	9,4	8,4	8,1	8,0	8,7	10,0	10,0	11,5
22.090	20.028	19.223	17.386	13.457	14.785	9.331	10.288	8.597
23.235	21.612	21.266	22.522	17.522	18.790	14.863	11.713	9.950
61.475	55.511	51.259	49.340	35.875	37.507	30.639	27.241	23.183
1.659	2.333	2.437	2.927	2.879	2.055	1.935	1.257	1.379
4.490	4.374	4.202	3.779	3.198	2.807	2.479	2.518	2.092
4.970	4.553	4.304	3.966	-	-	-	-	-
4.245	4.042	3.516	2.781	2.138	2.155	2.179	2.311	1.958
10,2	9,5	9,1	7,5	6,0	6,3	6,8	7,5	7,3
104.342	101.395	97.275	93.624	93.624	114.952	118.489	117.624	116.112
73.499	69.560	66.711	63.548	62.307	55.710	51.703	50.493	46.122
392	351	350	310	310	269	234	203	152
0,58/0,60	0,52/0,54	0,52/0,54	0,46/0,48	0,46/0,48	0,40/0,42	10,23/10,74	10,23/10,74	7,67/8,18

9. Mai 2000 inkl. Rover Cars und bis zum 30. Juni 2000 inkl. Land Rover 4] ohne C1, Auslieferungen bis 2003: 32.859 Einheiten 5] bis 1999 einschließlich BMW F650 Montage bei Aprilia S.p.A./ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Altersteilzeit und Freizeitphase, ohne Geringverdiener 8] bis 1996 Gesamtkostenverfahren 9] Mit dem Jahresabschluss 2005 hat die BMW Group die den operativen Cashflow aus, der dem in der Kapitalflussrechnung aufgeführten Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit des Industriegeschäfts entspricht. 10] Werte verfügbar seit 2000

Weitere Informationen	82
BMW Group 10-Jahres-Vergleich	82
BMW Group Standorte	84
Kontakte	86
Finanzkalender	87

BMW Group Standorte. Mit 22 Produktionsstätten und 35 eigenen Vertriebsstandorten sowie dem Forschungs- und Entwicklungsbund ist die BMW Group weltweit präsent.





Zentrale ■

Forschung und Entwicklung

BMW Group Forschungs- und Innovationszentrum (FIZ), München
BMW Group Forschung und Technik, München
BMW Group Car IT, München
BMW Innovations- und Technologiezentrum für Leichtbau, Landshut
BMW Entwicklungszentrum für Dieselmotoren, Steyr, Österreich
BMW Group Designworks, Newbury Park, USA
BMW Group Technology Office, Palo Alto, USA
BMW Group Engineering and Emission Test Center, Oxnard, USA
BMW Group Technology Office, Tokio, Japan
BMW Group Entwicklungsbüro, Peking, China

Produktion

- Werk Berlin
- Werk Dingolfing
- Werk Eisenach
- Werk Goodwood, GB (Unternehmenssitz)
- Rolls-Royce Motor Cars Limited)
- Werk Hams Hall, GB
- Werk Landshut
- Werk Leipzig
- Werk München
- Werk Oxford, GB
- Werk Regensburg (mit Wackersdorf)
- Werk Rosslyn, Südafrika
- BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang, China (Gemeinschaftsunternehmen mit Brilliance China Automotive Holdings)
- Werk Spartanburg, USA
- Werk Steyr, Österreich
- Werk Swindon, GB
- TRITEC Motors Ltda., Curitiba, Brasilien (Gemeinschaftsunternehmen mit DaimlerChrysler)

Auftragsfertigung

Magna Steyr Fahrzeugtechnik, Österreich

Montagewerke

Fertigung Jakarta, Indonesien
Fertigung Kairo, Ägypten
Fertigung Kaliningrad, Russland
Fertigung Kuala Lumpur, Malaysia
Fertigung Rayong, Thailand

Vertriebsstandorte

Vorlesungsstandorte
Argentinien
Australien
Belgien
Brasilien
China
Dänemark
Deutschland
Finnland
Frankreich
Griechenland
Großbritannien
Indonesien
Irland
Italien
Japan
Kanada
Malaysia
Malta
Mexiko
Neuseeland
Niederlande
Norwegen
Österreich
Philippinen
Polen
Portugal
Russland
Schweden
Schweiz
Spanien
Südafrika
Südkorea
Thailand
Ungarn
USA

Weitere Informationen	82
BMW Group 10-Jahres-Vergleich	82
BMW Group Standorte	84
Kontakte	86
Finanzkalender	87

Kontakte

Wirtschaftspresse

Telefon +49 89 382-2 33 62
+49 89 382-2 41 18
Telefax +49 89 382-2 44 18
E-Mail presse@bmwgroup.com

Investor Relations

Telefon +49 89 382-2 42 72
+49 89 382-2 53 87
Telefax +49 89 382-2 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.

Die Rubrik Investor Relations können Sie unter der Adresse www.bmwgroup.com/ir direkt erreichen.

Informationen zu den Marken der BMW Group finden Sie unter www.bmw.com, www.mini.com und www.rolls-roycemotorcars.com.

Die Langfassung des BMW Group Geschäftsberichts 2005 mit dem vollständigen Konzernabschluss können Sie telefonisch, per Fax oder im Internet bestellen:

Telefon +49 89 382-2 95 20
Telefax +49 89 382-2 44 18
Internet www.bmwgroup.com/ir

Finanzkalender

Zwischenbericht zum 31. März 2006	3. Mai 2006
Hauptversammlung	16. Mai 2006
Zwischenbericht zum 30. Juni 2006	2. August 2006
Zwischenbericht zum 30. September 2006	2. November 2006

Herausgeber
Bayerische Motoren Werke
Aktiengesellschaft
80788 München
Telefon +49 89 382-0