

Aktionärsbrief über das Geschäftsjahr 2001

BMW Group



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Jahr 2001 war das mit Abstand erfolgreichste Geschäftsjahr in der Geschichte der BMW Group. Wir haben wesentliche Meilensteine in der strategischen Ausrichtung unseres Unternehmens erreicht und erneut Rekorde bei Umsatz und Ergebnis erzielt. Noch nie wurden in einem Jahr mehr BMW Automobile und Motorräder produziert und an Kunden ausgeliefert. Insgesamt konnten wir 905.657 Automobile der Marken BMW und MINI verkaufen. Im Segment BMW Motorräder haben wir mit 95.327 Einheiten das neunte Rekordjahr in Folge geschafft. Der Bereich Finanzdienstleistungen setzte die positive Geschäftsentwicklung des Vorjahres ebenfalls fort.

Umsatz auf Rekordniveau

Mit einem Umsatz von 37.853 Mio. Euro erreichte die BMW Group einen neuen Spitzenwert, der um 7,1% über dem Vorjahreswert liegt. Neben dem gestiegenen Absatz und seiner regionalen Verteilung ist dies auch auf den anhaltenden Trend zu höherwertiger Ausstattung und stärkeren Motorisierungen zurückzuführen.

Umsatz nach Segmenten (nach HGB)

in Mio. Euro	2001	2000	Veränd.
BMW Group	37.853	35.356	7,1%
Segmente			
BMW Automobile	33.512	29.639	13,1%
Rover Group Automobile	0	3.896	-100%
BMW Motorräder	1.059	928	14,1%
Finanzdienstleistungen	7.459	7.050	5,8%
Sonstige, Konsolidierungen	-4.177	-6.157	32,2%

Produkt- und Marktoffensive fortgesetzt

Die BMW Group hat ihre Produkt- und Marktoffensive im Jahr 2001 vorangetrieben. So haben wir im Lauf des Jahres den neuen BMW 3er compact, das M3 Cabrio, die Modellüberarbeitung der BMW 3er Reihe, den X5 4.6is und in Europa die neue BMW 7er Reihe erfolgreich in den Markt eingeführt. Zudem startete in der zweiten Hälfte 2001 mit großem

Erfolg der Verkauf des MINI One und MINI Cooper, zunächst in Großbritannien, im September dann auch in den anderen europäischen Ländern.

Mit diesem Portfolio ist die BMW Group das einzige Mehrmarken-Automobilunternehmen weltweit, das eine konsequente Premium-Strategie verfolgt. Diese Ausrichtung trug dazu bei, dass sich die BMW Group den zum Teil schwierigen konjunktuellen Verhältnissen auf den internationalen Märkten weitgehend entziehen konnte.

Wie bereits im Lauf des Jahres angekündigt, hat die BMW Group im Jahr 2001 eine kräftige Ergebnisverbesserung erzielt. Die Umsatzrendite haben wir kräftig gesteigert, sie liegt deutlich über 6%. Im Segment Automobile konnte das Rekordergebnis aus dem Jahr 2000 übertroffen werden. Angesichts der hohen Aufwendungen im Zuge der laufenden Produkt- und Marktoffensive ist dies besonders erfreulich.

Fast 5.000 neue Arbeitsplätze geschaffen

Aufgrund der anhaltend positiven Geschäftsentwicklung hat die BMW Group im Geschäftsjahr 2001 vor allem in Produktion, Vertrieb und Entwicklung 4.991 neue Arbeitsplätze geschaffen. Zum 31. Dezember 2001 waren weltweit 97.275 Mitarbeiter in der BMW Group beschäftigt. Bereinigt um die Ausgliederung des Zulieferwerks Powertrain Ltd., Bracknell, sowie den Verkauf der British Motor Heritage in 2001 ergibt sich für das Jahr 2000 ein vergleichbarer Personalstand von 92.284 Mitarbeitern und damit ein Zuwachs von 5,4%.

Dem weiterhin hohen Arbeitskräftebedarf trägt die BMW Group auch auf dem Ausbildungssektor Rechnung. So wurden im Jahr 2001 allein in Deutschland mehr als 1.100 Auszubildende eingestellt.

Mitarbeiter der BMW Group zum Jahresende

	2001	2000 (bereinigt)	Veränd.
BMW Group	97.275	92.284	5,4%

Automobilmärkte: Premium-Marken behaupten sich in negativem Umfeld

Weltweit war im Jahr 2001 das Konsumverhalten geprägt von der konjunkturellen Abkühlung und der

Schwäche der Finanzmärkte. Politische Unsicherheiten verstärkten im Anschluss an den 11. September die Kaufzurückhaltung. Aus unserer Sicht bleiben die wirtschaftlichen Folgen der Terroranschläge des 11. September für die BMW Group jedoch beherrschbar.

In Annäherung an die langfristige Tendenzentwicklung auf den Automobilmärkten setzte – nach mehrjähriger Expansion – die erwartete Konsolidierungsphase ein. Der weltweite Automobilmarkt konnte sein hohes Niveau mit 53,8 Mio. Fahrzeugen (Vorjahr 53,7 Mio. Fahrzeuge) behaupten. Weitgehend ungeachtet des konjunkturellen Umfeldes konnte sich das Premium-Segment vom Gesamtmarkt absetzen, der Anteil des Segments am Gesamtmarkt erhöhte sich.

Besonders robust zeigte sich der nordamerikanische Automobilmarkt, der Zulassungsrekord des Vorjahres wurde nur knapp verfehlt. Getragen wurde die relative Stärke in den Massensegmenten von Stützungsmaßnahmen der US-Hersteller. Die europäischen Hersteller konnten ihre Marktposition in den Premiumsegmenten weiter ausbauen. Auch in Südamerika – und insbesondere in Brasilien – überraschte die Marktentwicklung positiv, lediglich Argentinien entwickelte sich wegen der Finanzkrise gegen den Trend.

In Westeuropa wurde das hohe Absatzniveau des Vorjahrs um 0,6% knapp übertroffen. Die positive Entwicklung in Großbritannien und Frankreich konnte die zum Teil kräftigen Rückgänge in kleineren Märkten ausgleichen. In Deutschland führte die bereits im Vorjahr eingetretene Marktberuhigung zu einer rückläufigen Zulassungsentwicklung von -1,1%.

In Japan war die wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2001 enttäuschend, die Zulassungen sanken trotz umfangreicher Modellaktivitäten um rund 1% gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt haben die Märkte Südostasiens auch in 2001 ihren Erholungskurs seit der Asienkrise in 1998 fortgesetzt. Der Gesamtmarkt legte um rund 3% zu, wesentlich getragen von der positiven Entwicklung in China.

BMW Group: Deutschland bleibt wichtigster Markt

Für die BMW Group bleibt Deutschland der absatzstärkste Markt. Mit 240.910 Fahrzeugen der Marke BMW und 4.938 Fahrzeugen der Marke MINI konnten wir uns hier gegen einen rückläufigen Gesamtmarkt behaupten.

In den übrigen Ländern Westeuropas wuchs der Absatz der BMW Group auf 308.050 Automobile. Davon entfielen 288.238 Fahrzeuge auf die Marke BMW (+7,5%) sowie 19.812 Fahrzeuge auf die Marke MINI. In fast allen europäischen Märkten verzeichnete die BMW Group positive Absatzentwicklungen, allen voran Großbritannien mit einem Zuwachs von 17,4% auf 80.228 Fahrzeuge der Marke BMW und – in nur sechs Monaten seit Verkaufsstart – 10.643 Fahrzeugen der Marke MINI. Auch Frankreich, Italien, Spanien und die Schweiz trugen mit Absatzsteigerungen zu dem insgesamt sehr guten Ergebnis in 2001 bei.

Eine herausragende Rolle haben im Geschäftsjahr 2001 erneut die USA gespielt. Erstmals konnten wir dort mehr als 200.000 Automobile in einem Jahr absetzen. Mit 213.127 Fahrzeugen erzielten wir ein Wachstum von 12,5% im Vergleich zum Vorjahr. Damit haben wir in den letzten 10 Jahren unseren Absatz in den USA nahezu vervierfacht und sind die Nummer 1 unter den europäischen Premium-Herstellern. Eine Entwicklung, die sich auch in der Mitarbeiterzahl widerspiegelt: Während die amerikanischen Hersteller in großem Umfang Arbeitsplätze abbauten, stellte die BMW Group im vergangenen Jahr mehr als 700 neue Mitarbeiter in den USA ein.

Asien erwies sich im Jahr 2001 als Wachstumsregion für die BMW Group. Mit einem Absatzplus von 5,6% entwickelte sich die BMW Group hier deutlich besser als der Gesamtmarkt. In den Märkten Asiens erwarten wir in den nächsten 10 Jahren das weltweit größte Wachstum und verfolgen deshalb schon seit vielen Jahren eine langfristige Strategie. Im Jahr 2001 haben wir in Asien 61.067 BMW Fahrzeuge verkauft. Mehr als die Hälfte dieses Volumens

entfiel dabei auf Japan, wo wir 35.845 Einheiten BMW Automobile absetzen konnten.

In China wurden im Jahr 2001 5.742 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, der Zuwachs lag im Vergleich zum Vorjahr bei +51,2 %. Erfreuliche Steigerungsraten erzielten auch unsere neu gegründeten Tochtergesellschaften in Indonesien (+13,7 % auf 2.749 Fahrzeuge) und auf den Philippinen (+96,9 % auf 500 Fahrzeuge).

Marke BMW mit Absatzrekord – X5 mit Spitzenwerten

Mit insgesamt 880.677 verkauften Automobilen der Marke BMW haben wir im Jahr 2001 einen neuen Absatzrekord aufgestellt (+7,1 %). Besonders hervorzuheben ist dabei der BMW X5, den wir im vergangenen Jahr 82.645 mal an Kunden ausliefern und damit den Absatz im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppeln konnten (+118 %).

Die unverändert hohe Attraktivität der BMW 3er Baureihe wird im vergangenen Jahr durch einen Zuwachs von 4,5 % auf 533.952 verkaufte Fahrzeuge belegt. Besonders das BMW 3er Cabrio und der BMW 3er touring unterstützten diese positive Entwicklung. Darüber hinaus konnten von BMW Z3 roadster und BMW Z3 coupé 35.175 Fahrzeuge im Jahr 2001 abgesetzt werden.

Die BMW 5er Baureihe ist auch im mittlerweile sechsten Produktionsjahr sehr gefragt, der weltweite Absatz legte um 0,5 % zu. Rund jedes fünfte der insgesamt 193.948 in 2001 abgesetzten Fahrzeuge dieser Baureihe war ein touring.

Der im Werk München in Handarbeit hergestellte Supersportwagen BMW Z8, dessen Aluminium-Spaceframe-Karosserie aus dem Werk Dingolfing stammt, konnte 2.202 mal an Kunden übergeben werden.

Der neue BMW 7er stößt seit seiner Markteinführung im Herbst auf eine sehr positive Kundenresonanz, rund 3.000 Fahrzeuge wurden zwischen der Markteinführung im November und dem Jahres-

ende 2001 bereits ausgeliefert. Der neue 7er setzt Maßstäbe in Fahrdynamik, Leistung, Sicherheit und Komfort – ein Automobil, das für lange Zeit wegweisend sein wird. Das letzte Fahrzeug des Vorgängermodells lief im Juli vom Band. Im Jahr 2001 wurden noch 29.770 Einheiten verkauft, in der siebenjährigen Laufzeit dieses Modells konnten wir insgesamt 327.671 Fahrzeuge an Kunden ausliefern.

Die Nachfrage nach Diesel-Modellen ist weiterhin ungebremst. Während im Jahr 1996 der Diesel-Anteil der Marke BMW weltweit noch bei 12 % lag, hat inzwischen jeder vierte BMW einen Diesel-Motor. In Europa liegt der Diesel-Anteil sogar bei über 40 %.

MINI erfolgreich in Europa gestartet

Ein weiterer Höhepunkt des Jahres 2001 war die erfolgreiche Einführung der Marke MINI. Nach dem vielversprechenden Verkaufsstart des MINI One und MINI Cooper im Juli in Großbritannien folgten Anfang September auch die anderen europäischen Märkte. Seitdem konnten wir bereits 24.980 Fahrzeuge an Kunden ausliefern – 10.643 davon in Großbritannien, dem „Mutterland“ des MINI. Unsere Erwartungen haben sich damit voll erfüllt, die Verkaufszahlen zeigen, dass sich die Premium-Marke MINI im Kleinwagensegment etabliert.

Erneuter Produktionsrekord – weiterer Ausbau des Werkeverbunds

Mit 946.730 produzierten Automobilen – davon 42.395 der Marke MINI – konnte die BMW Group erneut einen Spitzenwert erreichen. In den Werken München, Dingolfing, Regensburg, Spartanburg und Rosslyn sowie in den weltweiten Montagewerken liefen insgesamt 904.335 BMW Automobile vom Band, 8,4 % mehr als im Vorjahr.

Dies ist ein neuer Höchstwert, der durch die kontinuierliche Effizienzsteigerung unserer Produktionsysteme, den gezielten Ausbau unserer Kapazitäten sowie die Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter möglich wurde. In Verbindung mit der hohen Flexibilität unserer Arbeitszeitmodelle und der Leistungsfähigkeit unserer Produktionssysteme können wir

so der hohen Nachfrage nach unseren Produkten auch in 2002 durch ausreichende Produktionskapazitäten gerecht werden.

Bereits in 2001 haben wir wichtige Schritte zur Erweiterung unserer Kapazitäten unternommen. So haben wir im Werk Spartanburg in den USA die Produktionskapazitäten für den BMW X5 um mehr als 80% gesteigert. In Großbritannien startete im Januar 2001 wie geplant die Produktion im neuen Motorenwerk in Hams Hall. Im neuen Werk Oxford laufen seit April 2001 Fahrzeuge der Marke MINI vom Band. Anfang November haben wir dort den Drei-Schicht-Betrieb aufgenommen. Zudem investieren wir kontinuierlich in unsere Stammwerke in München, Dingolfing, Regensburg, Berlin und im südafrikanischen Rosslyn. In Goodwood entsteht planmäßig „The new home of Rolls-Royce“.

Investitionen des Konzerns (nach HGB)

in Mio. Euro	2001	2000	Veränd.
BMW Group	2.828	2.138	32,3%

Auch künftig schaffen wir mit umfangreichen Investitionen im Rahmen unserer Produkt- und Markt-offensive die Basis für weitere Absatzsteigerungen. Einen hohen Stellenwert hat dabei das neue Werk in der Region Leipzig/Halle, wo wir in den nächsten Jahren 1,3 Mrd. Euro investieren werden. Ab 2005 sollen in dem neuen Werk Modelle der 3er Reihe gefertigt werden.

Ende Oktober hat die BMW Group mit der Steyr-Daimler-Puch Fahrzeugtechnik im österreichischen Graz, einer Tochtergesellschaft des Magna-Konzerns, Kooperationsverträge über die Serienentwicklung und Fertigung des neuen BMW X3 Sports Activity Vehicle vereinbart. Das von Ingenieuren der BMW Group erarbeitete detaillierte Fahrzeugkonzept wurde bereits an SFT zur weiteren Serienentwicklung übergeben. Mit dieser Kooperation steigern wir die Schnelligkeit sowie die Flexibilität unseres Unternehmens – ein Meilenstein in der konsequenten Umsetzung der Produktoffensive der BMW Group.

Segment Motorräder mit neuntem Rekordjahr in Folge

Mit 95.327 verkauften Einheiten setzte das Segment Motorräder die Reihe der Spitzenwerte im Absatz weiter fort. Zum neunten Mal in Folge konnte der Vorjahreswert übertroffen werden, der Zuwachs im Jahr 2001 lag bei 17,3%.

Vor allem Frankreich (+39,2%) und Großbritannien (+38,9%) trugen mit Absatzsteigerungen zu der positiven Gesamtentwicklung bei. Japan konnte mit einem Absatz von 2.801 Einheiten ein Plus von 18,6% verbuchen und damit ebenfalls einen neuen Höchstwert erreichen.

Meistverkauftes Motorrad in 2001 war mit mehr als 17.000 Einheiten die F 650 GS. Als weiteres Einzylindermodell haben wir im Herbst die F 650 CS Scarver vorgestellt, die vor allem auch jüngere Kunden ansprechen soll. In der Klasse der Motorräder über 750 Kubikzentimeter führt die R 1150 GS die Verkaufsrangliste an, mehr als 14.500 große Reiseenduros wurden in 2001 an Kunden ausgeliefert. Erfreulich entwickelte sich im Jahr 2001 auch der Absatz des BMW C1, des alternativen Verkehrsmittels für Großstädte und Ballungsräume. Mit 10.614 verkauften Fahrzeugen konnte der Vorjahreswert um 59,6% übertroffen werden.

Den hervorragenden Absatzzahlen folgte auch die Produktion: Mit 90.478 BMW Motorrädern wurde auch hier ein neuer Rekord aufgestellt, der Zuwachs lag bei 21,6%. Hinzu kamen 9.735 C1, die bei unserem italienischen Produktionspartner Bertone produziert wurden.

Financial Services baut strategische Geschäftsfelder aus

Das Geschäftsvolumen des Segments Financial Services lag im Geschäftsjahr 2001 mit 20,6 Mrd. Euro nahezu auf Vorjahresniveau.

Im Neugeschäft konnte der Wegfall des Rover Finanzierungsgeschäftes nahezu kompensiert werden. 1,21 Mio. Finanzierungsverträge wurden in 2001 abgeschlossen (im Vorjahr 1,23 Mio.). Knapp 45% davon entfielen auf das Kundengeschäft,

rund 55 % auf die Händlerfinanzierung. Die Durchdringungsrate im BMW Neuwagenabsatz – also der Anteil der über BMW Financial Services finanzierten BMW Neuwagen – liegt mit 35,0 % weiterhin über dem Branchendurchschnitt. Jedes dritte Fahrzeug der Marke BMW wird durch BMW Financial Services finanziert.

Die erfolgreiche Expansion wurde durch die geografische Erweiterung der Geschäftstätigkeiten unterstützt, die strategischen Geschäftsfelder Flottenmanagement, Fremdmarkenfinanzierung und Direct Banking wurden planmäßig ausgebaut.

CleanEnergy weltweit auf Tour

Die BMW Group setzte im Jahr 2001 ihr Engagement im Bereich der Wasserstofftechnologie fort. Mit der erstmals durchgeführten CleanEnergy WorldTour gelang es uns, die weit fortgeschrittene Wasserstoff-Technologie international ins Rampenlicht zu rücken. In sechs Städten (Dubai, Brüssel, Mailand, Tokio, Los Angeles und Berlin) informierte die BMW Group weltweit Meinungsbildner aus Politik, Medien und Wirtschaft zum Thema Wasserstoff. Die Resonanz war außerordentlich positiv und macht deutlich, dass der Weg in eine Wasserstoffwirtschaft unumkehrbar ist.

Für die BMW Group sind nachhaltige Unternehmensstrategien ein wesentlicher Baustein, um den Erfolg des Unternehmens langfristig zu sichern. CleanEnergy leistet dabei einen entscheidenden Beitrag zur nachhaltigen Mobilitätssicherung. Noch während der Laufzeit des jüngst vorgestellten neuen 7ers wird auch eine Wasserstoffvariante für den Kunden erhältlich sein.

Erste Siege in der Formel 1 – dritter Platz in der Konstrukteursweltmeisterschaft

Mit vier Siegen, vier Polepositionen und acht Rundenrekorden hat sich das BMW WilliamsF1 Team in der Formel-1-Weltmeisterschaft 2001 als drittes Top-Team etabliert. Dieser Erfolg übertraf bei weitem die eigenen Erwartungen für die zweite Saison und der BMW Motor hatte entscheidenden Anteil daran.

Die BMW Aktie im Jahr 2001

Bereits vor den Terroranschlägen des 11. September waren die internationalen Aktienmärkte geprägt von der Unsicherheit über die Konjunkturaussichten in den USA und einer sich verschlechternden Einschätzung über die Gewinnerwartungen vieler Unternehmen, insbesondere des Technologiesektors.

Der DAX erreichte mit 6.795 Punkten bereits am 31. Januar seinen Jahreshöchststand und gab anschließend kontinuierlich nach. Einer kurzen Zwischenerholung im März folgte eine Seitwärtsbewegung innerhalb eines relativ engen Kurskorridors. Im Juli und August sank der DAX aufgrund gestiegener Unsicherheiten über die gesamtwirtschaftliche Situation um rund 25 %. Die Terroranschläge am 11. September führten zu weiteren Einbußen, die in Deutschland noch stärker ausfielen als an den amerikanischen Börsen und den DAX auf bis zu 3.787 Punkte drückten.

Bis zum Jahresende erholte sich der Index, lag jedoch mit 5.160 Punkten um 19,8 % unter dem Jahresschlusskurs 2000.

Die Automobilaktien, repräsentiert durch den CDAX-Automobile, profitierten in der ersten Jahreshälfte von Portfolioumschichtungen. So konnten sie sich bis Mitte August dem allgemeinen Abwärtstrend weitgehend entziehen, bevor in der ersten Septemberwoche ein Kursrückgang von rund 15 % verzeichnet wurde.

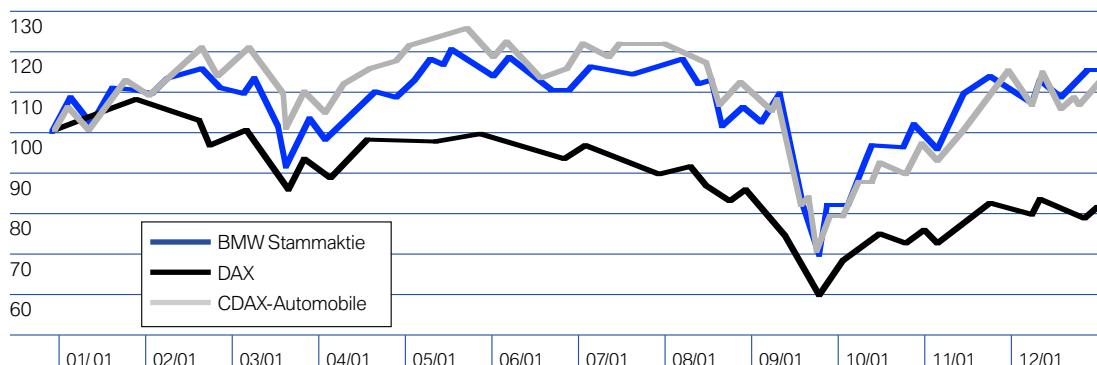
In Folge der Neueinschätzung der Märkte bezüglich der Aussichten der Automobilindustrie fiel der CDAX-Automobile nach dem 11. September deutlich stärker als der Gesamtmarkt um weitere knapp 30 % auf einen Tiefststand von 242,29 Punkten, bevor er sich bis Jahresschluss auf 379,57 erholte. Im Vergleich mit dem Schlusskurs des Vorjahres ergab sich so ein Plus von 40 Punkten oder 11,8 %.

Die BMW Stammaktie, die im ersten Quartal unterdurchschnittlich zum CDAX-Automobile gestiegen war, entwickelte sich während des gesamten zweiten Quartals leicht besser als der Branchenindex und deutlich besser als der DAX.

Nachdem die Aktie am 18. Mai mit 41,65 Euro einen

Wertsteigerung der Aktien der BMW AG im Vergleich zu Börsenindizes

(Index: 2.Januar 2001=100)



neuen Höchststand erreicht hatte, ging der Kurs aufgrund von Gewinnmitnahmen zurück und entwickelte sich bis Mitte August weitgehend seitwärts. Bis zum 10. September war trotz eines zwischenzeitlichen Kursrückgangs von knapp 10% eine bessere Entwicklung als beim DAX zu sehen.

In Folge des generellen Börsenabschwungs nach dem 11. September gab auch die BMW Stammaktie bei hohen Umsätzen deutlich nach und verzeichnete am 20. September mit 24,01 Euro einen neuen Jahrestiefstand.

In den folgenden Wochen erholte sich die Aktie wieder und schloss am 28. Dezember 2001 mit 39,55 Euro um 13,6% über dem Jahresschlusskurs 2000. Damit war die BMW Aktie einer von nur vier Werten im DAX-30, der im Jahr 2001 einen Kursgewinn verzeichnen konnte.

Premium-Segmente auch in 2002 besser als Gesamtmarkt

Unsere Prognose für das Jahr 2002 geht aufgrund der gedämpften weltwirtschaftlichen Entwicklung für das erste Halbjahr von einer Beruhigung der Automobilnachfrage aus. In der zweiten Jahreshälfte rechnen wir – ausgehend von den USA – mit einer konjunkturellen Erholung.

Auch im Jahr 2002 muss man in der Betrachtung des Automobilmarktes klar zwischen Massen- und Premiumsegmenten trennen. Im Massenmarkt

gehen wir nach dem heutigen Stand von einer eher schwächeren Entwicklung aus. Die bereits in den vergangenen Jahren stark gewachsene Nachfrage nach Premium-Automobilen wird dagegen weiter steigen.

Die BMW Group in 2002

Für die BMW Group sind wir zuversichtlich, auch im vor uns liegenden Jahr den eingeschlagenen Wachstumskurs fortzusetzen. Im Jahr 2002 wird das Unternehmen seine Produkt- und Marktoffensive planmäßig fortsetzen. Eine wichtige Rolle spielt dabei die neue BMW 7er Reihe, die im ersten Quartal 2002 in Großbritannien und den außereuropäischen Märkten an den Start geht. Erste Verkaufszahlen aus den europäischen Märkten zeigen, dass der neue 7er den weltweiten Erfolg des Vorgängermodells überzeugend weiterführen wird.

Unter dem Motto „MINI goes global“ wird die Marke MINI im Jahr 2002 außerhalb Europas eingeführt und damit einen wichtigen Beitrag zum Wachstum der BMW Group leisten.

Veränderungen im Vorstand

Zum Jahresende hat Professor Werner Sämann seine Tätigkeit als Mitglied des Vorstands der BMW Group beendet und ist in den Ruhestand getreten, nachdem er die Entflechtung mit Rover Cars abgeschlossen und unsere Aktivitäten in

Großbritannien neu geordnet hat. Er hat dies mit viel Sachverstand, großem Engagement und besonderem Empfinden für soziale Belange getan, wofür ihm Vorstand und Aufsichtsrat großen Dank und hohe Anerkennung ausgesprochen haben.

Ich selbst werde, wie im Dezember bereits angekündigt, den Vorstandsvorsitz am 16. Mai 2002, dem Tag der Hauptversammlung, an Dr. Helmut Panke übergeben. Unter seiner Leitung wird die BMW Group ihren Erfolgskurs fortsetzen. Wir wollen der erfolgreichste Automobilhersteller im Premium-Segment sein – mit herausragenden Marken, neuen Modellen und hochmotivierten Mitarbeitern werden wir dieses Ziel erreichen.

Mit freundlichen Grüßen



Joachim Milberg
Vorsitzender des Vorstands
Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft

München, im Januar 2002

Hauptversammlung

Die 82. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG findet am Donnerstag, den 16. Mai 2002 um 10 Uhr in der Olympiahalle im Olympiapark in München statt.

Anschrift

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

Kontakte

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

Investor Relations

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

Die BMW Group im Internet

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

Hinweis:

Wie in den Quartalsberichten des Jahres 2001 wurden auch die Angaben in diesem Aktionärsbrief nach den deutschen Rechnungslegungsvorschriften erstellt (HGB). Mit dem Jahresabschluss 2001 stellt die BMW Group ihre Rechnungslegung auf International Accounting Standards (IAS) um.