



19. März 2013

BILANZPRESSEKONFERENZ

DR. NORBERT REITHOFER
VORSITZENDER DES VORSTANDS DER BMW AG

BMW
GROUP



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

BMW GROUP DER NEUE BMW 3er GRAN TURISMO



BMW GROUP AGENDA



Was haben wir im Geschäftsjahr 2012 erreicht?

Wie fällt die Bilanz nach fünf Jahren Strategie Number ONE aus?

Was dürfen unsere Kunden im Jahr 2013 erwarten?

Wie nehmen wir die nächste Etappe der Strategie im Jahr 2016 in Angriff?

BMW GROUP AGENDA



Was haben wir im Geschäftsjahr 2012 erreicht?

Wie fällt die Bilanz nach fünf Jahren Strategie Number ONE aus?

Was dürfen unsere Kunden im Jahr 2013 erwarten?

Wie nehmen wir die nächste Etappe der Strategie im Jahr 2016 in Angriff?

BMW GROUP

BMW UNTER DEN TOP 15 UNTERNEHMEN WELTWEIT

FORTUNE „World's Most Admired Companies“ 2013



BMW GROUP

ABSATZZAHLEN 2012 MARKEN UND MOTORRAD

	1.845.186	+ 10,6 %	↑
	1.540.085	+ 11,6 %	↑
	301.526	+ 5,8 %	↑
	3.575	+ 1,0 %	↑
	117.109	+ 3,1 %	↑

BMW GROUP

KENNZAHLEN GESCHÄFTSJAHR 2012

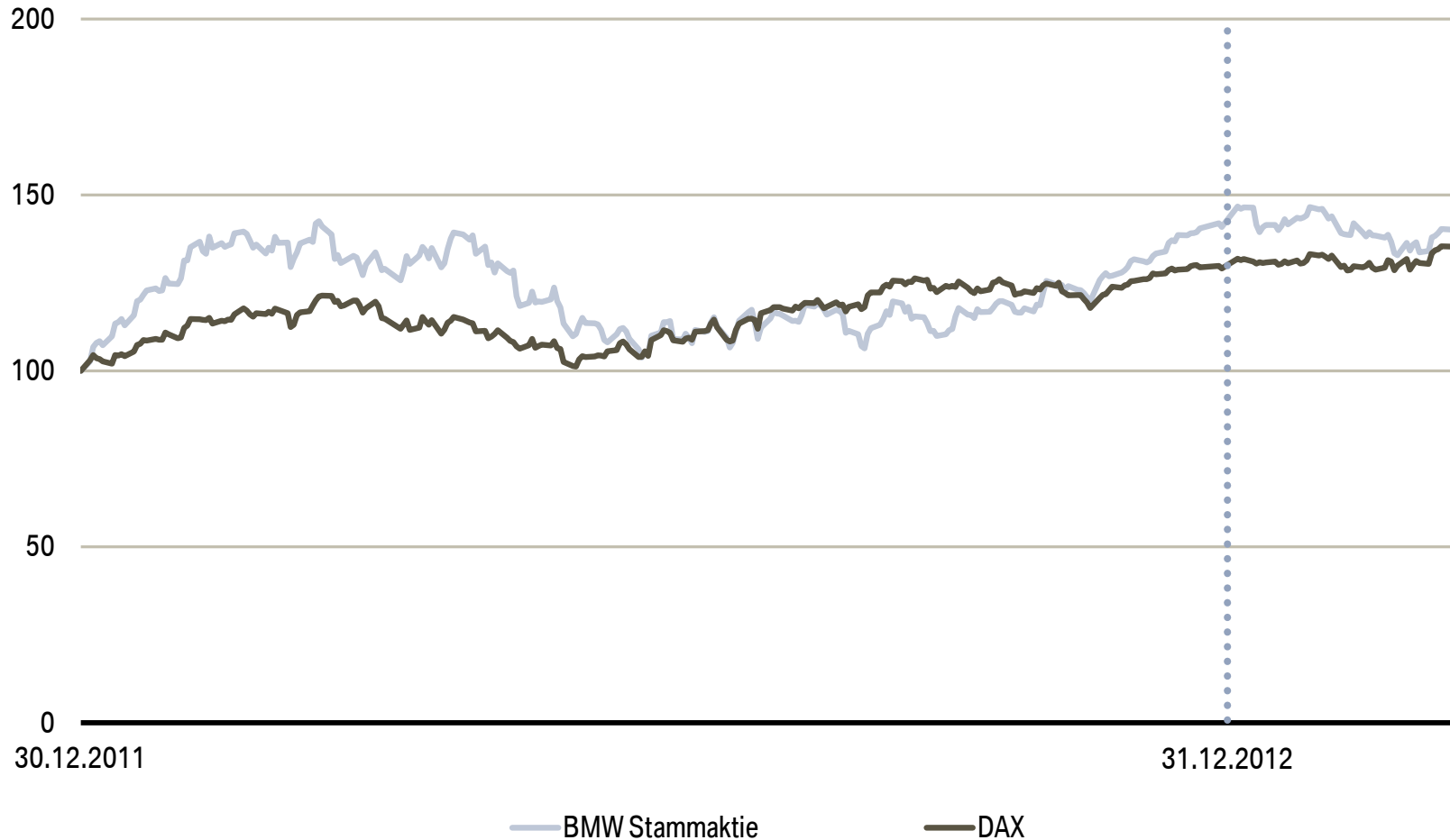
In Mrd. €	2012	2011	Veränderung in %
Umsatz – Konzern	76,85	68,82	+11,7
Ergebnis vor Steuern – Konzern	7,82	7,38	+ 5,9
Jahresüberschuss – Konzern	5,12	4,90	+ 4,4
EBIT-Marge Segment Automobile (in %)	10,9	11,8	
Ergebnis vor Steuern – Financial Services	1,56	1,79	- 12,8

BMW GROUP WIR INVESTIEREN IN UNSERE ZUKUNFT

Investitionen in Mrd. €

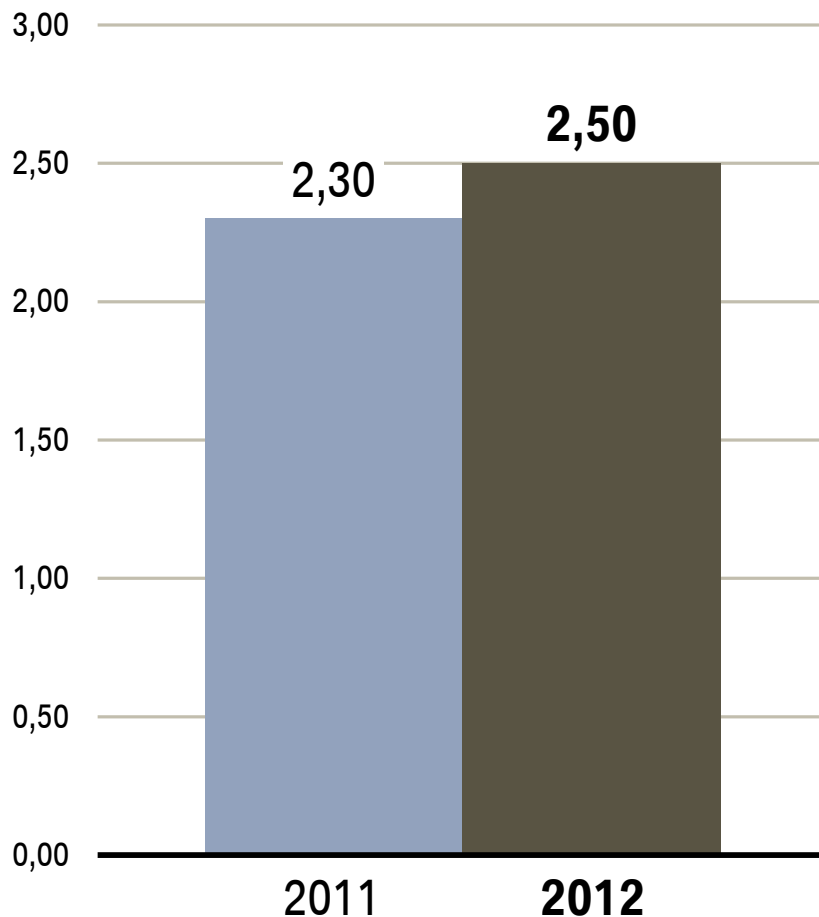


ENTWICKLUNG DER BMW STAMMAKTIE 2012 IM VERGLEICH ZUM DAX

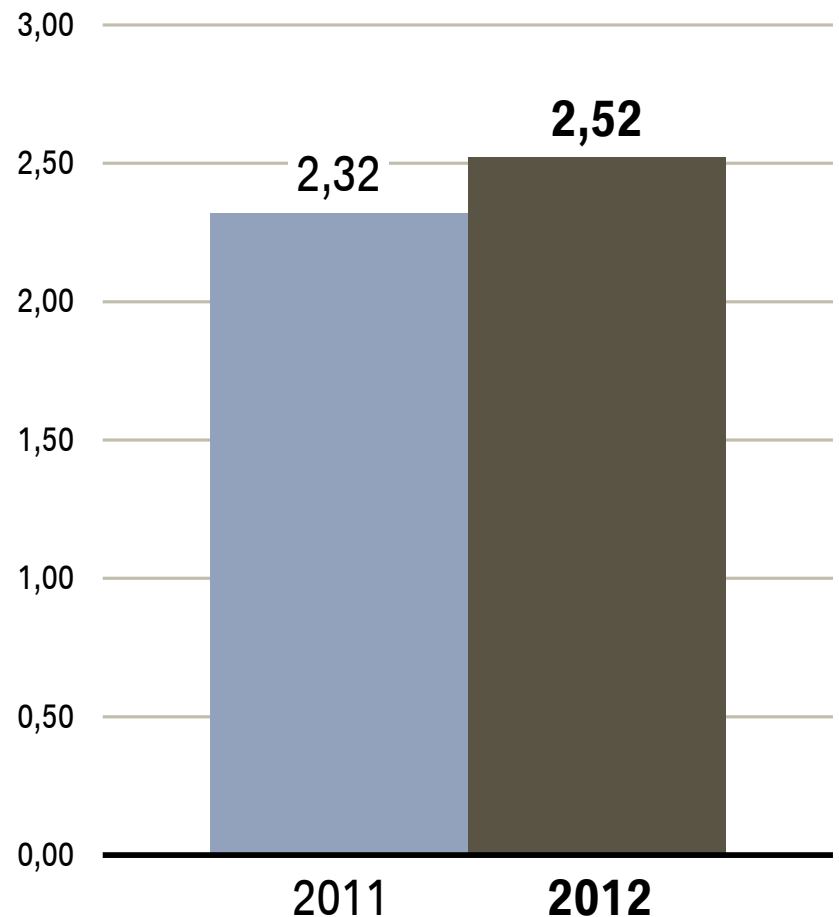


BMW GROUP STEIGERUNG DER DIVIDENDE

Dividende je Stammaktie in €



Dividende je Vorzugsaktie in €



BMW GROUP UNSERE MITARBEITER SICHERN UNSEREN ERFOLG



BMW GROUP WIR GEHEN UNSEREN EIGENEN WEG



1973 Werk Dingolfing



2005 Werk Leipzig



1994 Werk Spartanburg



2003 / 2012 Standort Shenyang

BMW GROUP WIR SCHONEN RESSOURCEN IN DER PRODUKTION



Windenergie im Werk Leipzig



Regionale Zulieferer auf dem Werksgelände Tiexi



CO₂-freie Gießerei im Werk Landshut



Methangas im Werk Spartanburg

BMW GROUP SEGMENT SPORTS ACTIVITY VEHICLES



BMW GROUP AGENDA



Was haben wir im Geschäftsjahr 2012 erreicht?

Wie fällt die Bilanz nach fünf Jahren Strategie Number ONE aus?

Was dürfen unsere Kunden im Jahr 2013 erwarten?

Wie nehmen wir die nächste Etappe der Strategie im Jahr 2016 in Angriff?

BMW GROUP STRATEGIE NUMBER ONE

Zukunftsbild

Wettbewerbsvorteil

Wachstum



Zukunft gestalten



Profitabilität



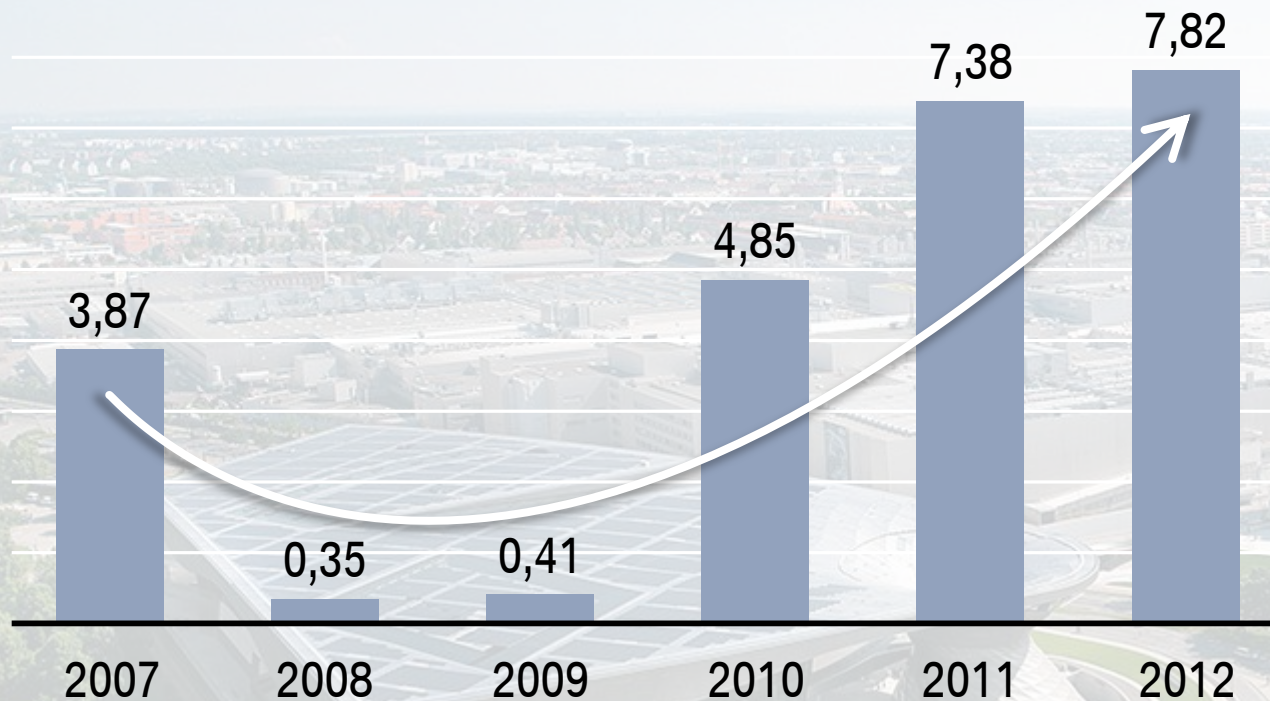
Neue Technologien
und Kunden



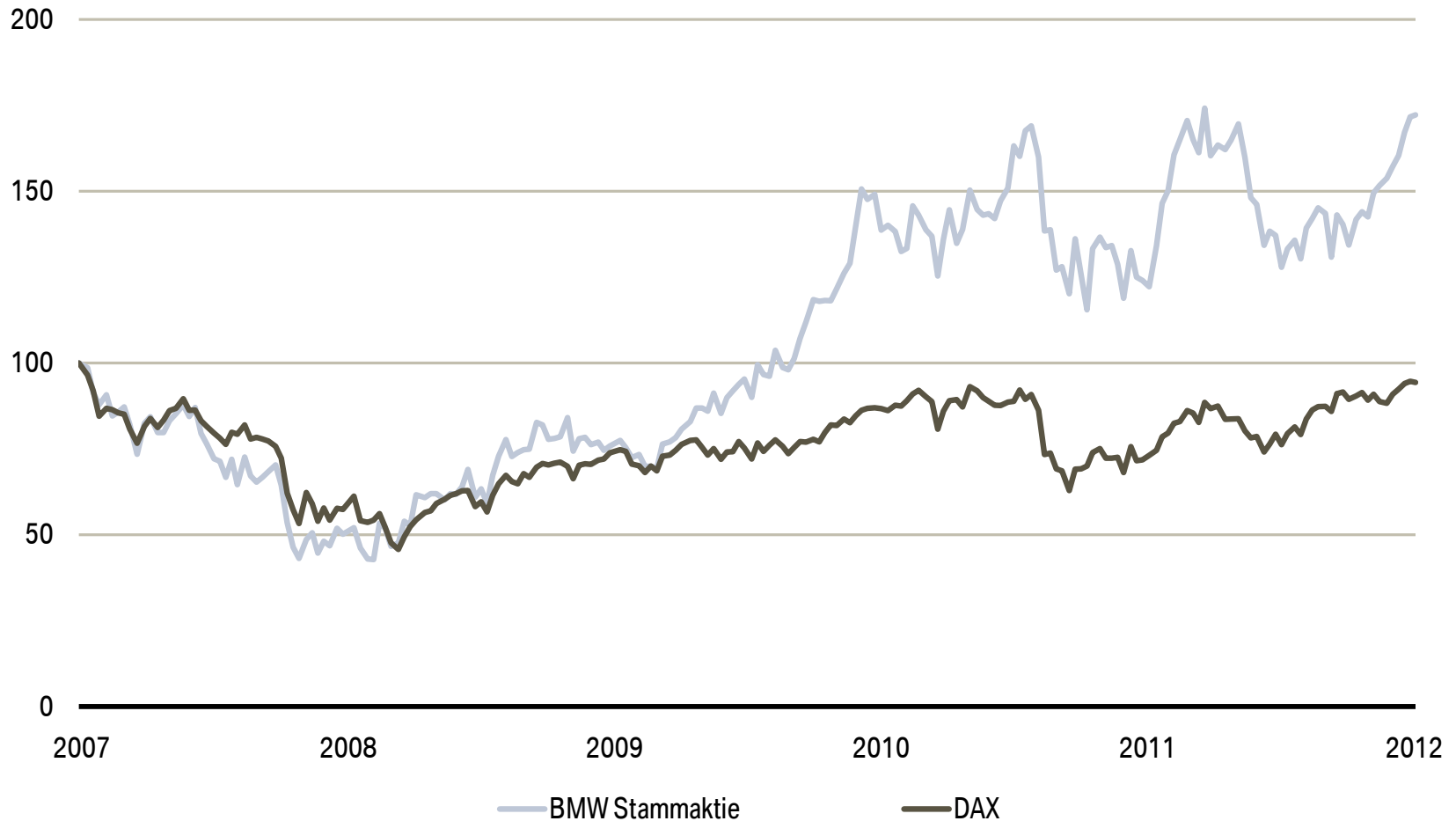
Grundüberzeugungen

BMW GROUP ERTRAG GESTEIGERT

Anstieg Konzernergebnis vor Steuern in Mrd. €



ENTWICKLUNG DER BMW STAMMAKTIE 2007-2012 IM VERGLEICH ZUM DAX



EFFICIENT DYNAMICS

35 MODELLE MIT 120 g/km CO₂ ODER WENIGER

Optimierung

ActiveHybrid

BMW eDrive



BMW 114d 5-Türer



BMW 116d 5-Türer



BMW 116d 5-Türer *



BMW 118d 5-Türer



BMW 120d 5-Türer



BMW 114d 3-Türer



BMW 116d 3-Türer



BMW 116d 3-Türer *



BMW 118d 3-Türer



BMW 120d 3-Türer



BMW 118d Coupé



BMW 316d



BMW 318d



BMW 320d



BMW 320d *



BMW 316d Touring



BMW 318d Touring



BMW 320d Touring*



BMW 520d *



BMW 318d GT



BMW X1 sDrive20d *



MINI One MINIMALIST



MINI One D



MINI Cooper D



MINI Cooper SD



MINI Cooper D Cabrio



MINI Cooper SD Cabrio



MINI One D Clubman



MINI Cooper D Clubman



MINI Cooper SD Clubman



MINI One D Countryman



MINI Cooper D Countryman



MINI Cooper SD Roadster



MINI Cooper SD Coupé



MINI Cooper D Paceman

* EfficientDynamics Edition.

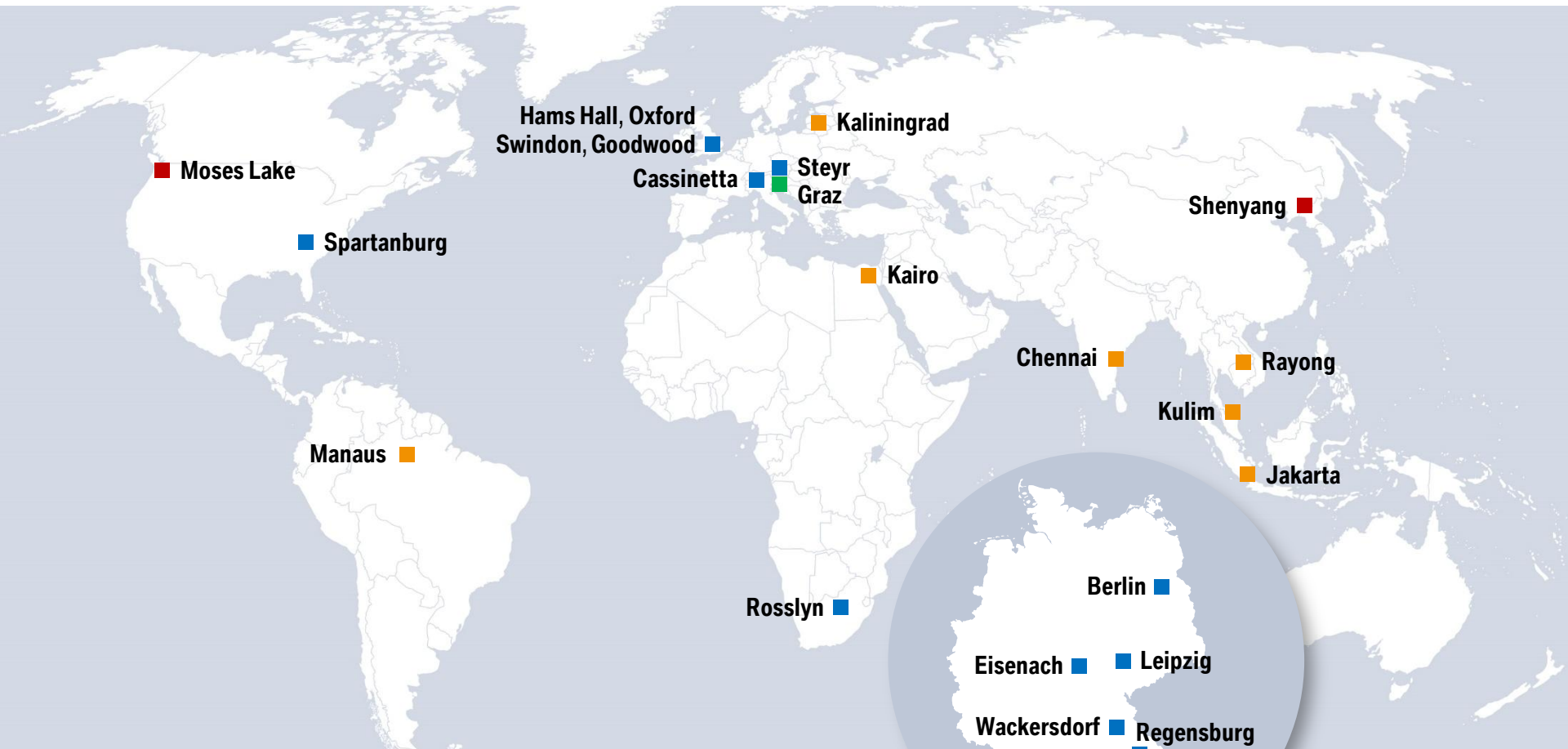
BMW GROUP WIR INVESTIEREN IN UNSERE MITARBEITER

Ausgaben für Aus- und Weiterbildung in Mio. €



BMW GROUP

29 STANDORTE IN 14 LÄNDERN ZUM ENDE 2012



- | | |
|----------------------------|---------------------|
| ■ Produktionsstandorte | ■ Montagewerke |
| ■ Gemeinschaftsunternehmen | ■ Auftragsfertigung |

BMW GROUP AGENDA



Was haben wir im Geschäftsjahr 2012 erreicht?

Wie fällt die Bilanz nach fünf Jahren Strategie Number ONE aus?

Was dürfen unsere Kunden im Jahr 2013 erwarten?

Wie nehmen wir die nächste Etappe der Strategie im Jahr 2016 in Angriff?

BMW GROUP NEUE MODELLE IM JAHR 2013



BMW 3er Gran Turismo



BMW M6 Gran Coupé



MINI Paceman



Rolls-Royce Wraith

BMW GROUP BMW 4er CONCEPT COUPÉ



BMW GROUP ZIELE 2013



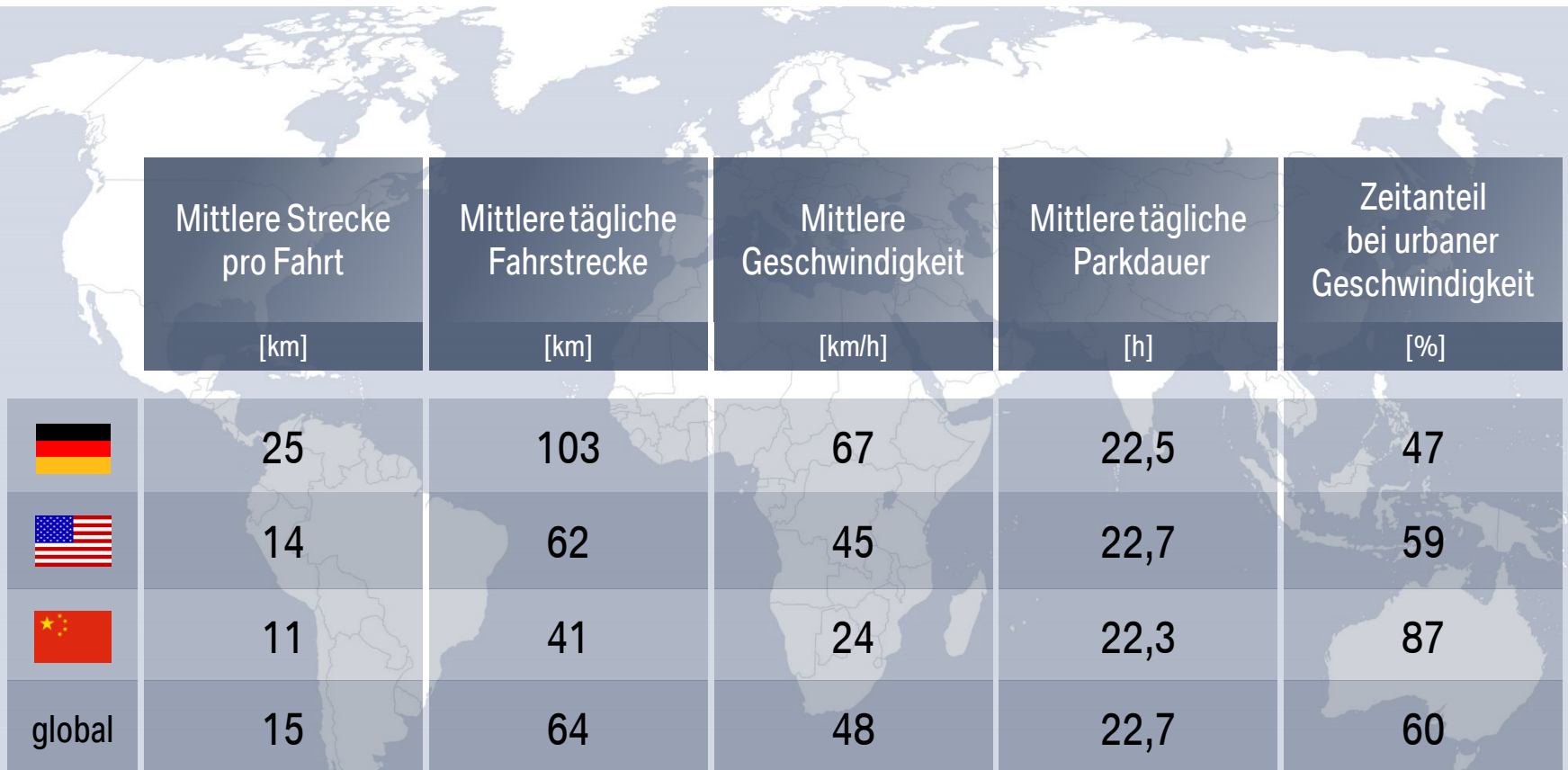
Bestmarke beim Absatz auf Group Ebene.




Konzernergebnis vor Steuern in der Größenordnung von 2012.

BMW GROUP 2013 START IN DIE ELEKTROMOBILITÄT



BMW GROUP TÄGLICHE NUTZUNG DES AUTOMOBILS



	Mittlere Strecke pro Fahrt [km]	Mittlere tägliche Fahrstrecke [km]	Mittlere Geschwindigkeit [km/h]	Mittlere tägliche Parkdauer [h]	Zeitanteil bei urbaner Geschwindigkeit [%]
	25	103	67	22,5	47
	14	62	45	22,7	59
	11	41	24	22,3	87
global	15	64	48	22,7	60

Basis: Untersuchung des Fahrzeugnutzungsverhaltens (BMW Kunden)

BMW GROUP BMW i FAMILIE



BMW GROUP BMW i – GANZHEITLICHER ANSATZ

LifeDrive



360° Electric



BMW eDrive



Mobilitäts-
Dienstleistungen



Ganzheitliche
Nachhaltigkeit



Karbonfaser



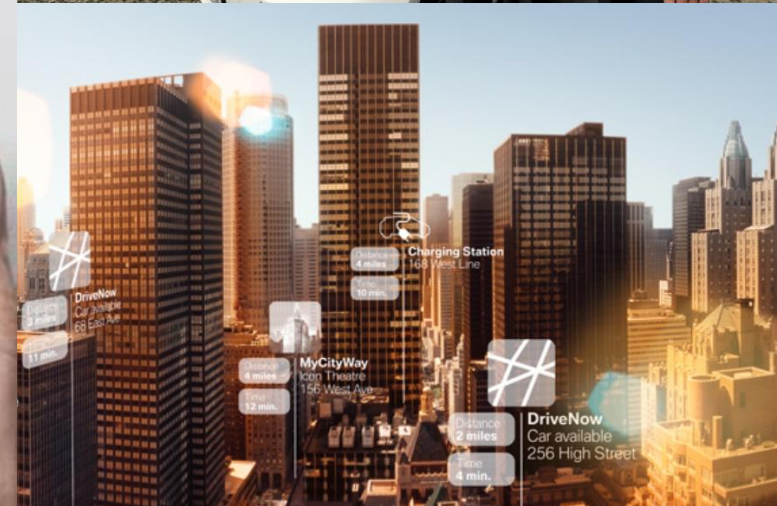
Premium
Design der Zukunft



Konnektivität



BMW GROUP INNOVATIVE MOBILITÄTSDIENSTLEISTUNGEN



BMW GROUP AGENDA



Was haben wir im Geschäftsjahr 2012 erreicht?

Wie fällt die Bilanz nach fünf Jahren Strategie Number ONE aus?

Was dürfen unsere Kunden im Jahr 2013 erwarten?

Wie nehmen wir die nächste Etappe der Strategie im Jahr 2016 in Angriff?

BMW GROUP NUMBER ONE – DIE NÄCHSTEN MEILENSTEINE

Wir werden der führende Anbieter
von Premium-Produkten und
Premium-Dienstleistungen
für individuelle Mobilität sein.



Mehr als zwei Millionen
Automobile.

BMW GROUP DREIFACHER TRIUMPH IN DER DTM 2012



BMW GROUP WIR GEHEN WEITER UNSEREN EIGENEN WEG

