

BMW-CHEF NORBERT REITHOFER

12.07.2012, 12:30 Uhr

## „Wir wollen noch schneller und besser werden“

von Markus Fasse, Carsten Herz und Wolfgang Reuter

BMW will künftig mit Toyota kooperieren. Konzernchef Reithofer erklärt im Interview, wie weit diese Zusammenarbeit gehen wird, warum Allianzen mehr als Notlösungen sind - und wieso die Wirtschaft den Euro braucht.



Norbert Reithofer beim Interview mit dem Handelsblatt.

Quelle: Thomas Einberger für Handelsblatt

### Herr Reithofer, künftig kooperiert BMW mit Toyota. Können Sie schon Japanisch?

Ich kann „guten Tag“ auf Japanisch sagen, aber mehr leider nicht.

### Sie wollen mit Toyota bei den Zukunftstechnologien Brennstoffzelle und Leichtbau kooperieren und einen Sportwagen entwickeln. Zu Jahresbeginn war noch PSA Peugeot Citroën Ihr bevorzugter Partner für den Weg ins Elektrozeitalter. Warum der abrupte Kurswechsel?

Einen abrupten Kurswechsel kann ich hier nicht erkennen. Schon Ende 2011, als wir die Lieferung von effizienten Dieselmotoren der BMW Group für Toyota-Fahrzeuge in Europa sowie eine Kooperation bei der Grundlagenforschung für die nächste Generation von Lithium-Ionen-Batterietechnologie vereinbarten, haben wir angekündigt, weitere Möglichkeiten der Zusammenarbeit zu prüfen.

### Stärken+Schwächen BMW

Alles anzeigen

#### Stärke 1: Sicherheit durch Großaktionäre

Seit mehr als 50 Jahren hat BMW einen Großaktionär, um den die Münchener in der Branche beneidet werden. Gut 48 Prozent der Stimmrechte halten Johanna Quandt sowie ihre Kinder Stefan Quandt und Susanne Klatten. Am Bekenntnis zu dem Erbe ihres Vaters lassen die Kinder wenig Zweifel: Beide nehmen als Mitglieder des Aufsichtsrats aktiv Einfluss auf die Geschicke des Unternehmens. Das Ergebnis ist eine stetige Unternehmenspolitik, die den Kapitalmarkt nicht mit kurzfristigen Renditen beeindruckern will. Dennoch fährt BMW Spitzengewinne ein und schüttet in diesem Jahr eine Rekorddividende aus.

## **Stärke 2: Volle Kassen**

Noch nie war BMW so profitabel wie heute. Längst operiert die Autosparte deutlich über dem Zielkorridor von acht bis zehn Prozent Umsatzrendite. Das Ergebnis ist eine schon fast überbordende Liquidität. Inzwischen hortet der Konzern Bargeld von mehr als zwölf Milliarden Euro. Noch ist unklar, was die Münchener mit dem Geld vorhaben. Die Aktionäre sollen eine Dividende von rund 1,5 Milliarden Euro erhalten, fast die Hälfte davon geht an die Großaktionäre der Quandt-Familie. Ein weiterer Teil steckt der Konzern in die Entwicklung alternativer Antriebe. BMW will im kommenden Jahr Elektroautos in Großserie produzieren und als erster Autohersteller der Welt Karosserien aus Kohlefaser in großen Stückzahlen herstellen.

## **Stärke 3: Verbessertes Rating**

Außerdem steht die Erweiterung der Produktion in China auf dem Programm, in Russland und den USA sollen ebenfalls die Fertigungen ausgebaut werden. Ein Großteil des Geldes dürfte jedoch als Polster für schlechte Zeiten dienen und sichert BMW am Kapitalmarkt ab. Der Konzern hat in den vergangenen Jahren aufgrund seiner guten Finanzlage sein Rating deutlich verbessert. Zurzeit bezahlen die Münchener für dreijährige Anleihen etwas über zwei Prozent Zinsen. Während der Finanzkrise waren es fast neun Prozent. Als ausgeschlossen gilt ein Zukauf in der Autosparte. BMW hatte 1994 den Massenhersteller Rover übernommen und war anschließend in Schieflage geraten.

## **Stärke 4: Die Marke ist ein Magnet**

Das wohl größte Vermögen der Münchener schlummert in ihren Markenwerten. BMW, Mini und Rolls-Royce sind weltweit ausgezeichnet positioniert, die Kunden sind bereit, mehr zu zahlen als für ein Allerweltsprodukt. Alleine BMW wird mittlerweile auf einen Markenwert von über 22 Milliarden Dollar geschätzt, damit ist die Marke deutlich mehr wert als die Konkurrenten Daimler und Audi. In den guten Namen wird reichlich investiert. So eröffneten die Münchener für fast eine halbe Milliarde Euro ein Abholzentrum direkt neben dem Stammwerk. Die "BMW-Welt" gilt mittlerweile als die größte Touristenattraktion der Stadt und zieht mehr Besucher an als das Schloss Neuschwanstein.

## **Stärke 5: Strikte Markentrennung**

Peinlich genau legt BMW Wert auf strikte Markentrennung. Mini, BMW und Rolls-Royce laufen über strikt getrennte Vertriebskanäle. In Markenlabors werden Verkäufer und Händler geschult, um die Zielgruppen klar voneinander zu trennen. Die Aufteilung lautet: Mini ist hip und cool, BMW steht für Sachlichkeit und Präzision, Rolls-Royce ist der Luxus für die Superreichen. Angedockt werden Submarken. So startet unter dem Namen "BMW i" im kommenden Jahr ein Label für die geplanten Elektroautos. Der hohe Markenwert hilft aber nicht nur dem Absatz. BMW zählt bei Umfragen seit Jahren zu den beliebtesten Arbeitgebern in Deutschland - ein wichtiger Trumpf im Kampf um die Köpfe von morgen.

## **Stärke 6 : Vorreiterrolle beim Leichtbau**

Der „i3“ wird neben einem vollelektrischen Antrieb auch eine Karosserie aus Kohlefaser erhalten. Das bereits im Flugzeugbau erprobte Material soll das Gewicht der Batterien kompensieren und dem "i3" einen Vorsprung vor der Konkurrenz verschaffen. Gemeinsam mit dem Kohlefaserexperten SGL Carbon wurde ein Joint Venture gegründet, um die Kohlefaser in den USA herzustellen. BMW selbst verarbeitet den Werkstoff in den Standorten Wackersdorf, Landshut und Leipzig. An dem strategisch wichtigen Zulieferer SGL Carbon haben der Autobauer und BMW-Großaktionärin Susanne Klatten jetzt kombiniert 43 Prozent und damit gegenüber Volkswagen mit acht Prozent das Sagen. Der Nachteil: Noch ist Kohlefaser mindestens um den Faktor zehn teurer als Stahl und schwer zu verarbeiten. Nur hohe Stückzahlen und große Fortschritte im Verarbeitungsprozess machen eine solche Produktion rentabel. Die wahren Kosten des Abenteuers Kohlefaser lassen sich für BMW und seine wichtigste Anteilseignerin bislang nur erahnen.

## **Schwäche 1: Der Mini**

Für Norbert Reithofer ist ausgemacht: Die Schlacht um die Vorherrschaft im Premiumsegment tobt in den kommenden Jahren vor allem bei Kleinwagen. Jahrelang war das für BMW kaum ein Thema. Doch 2001 retteten die Münchener aus den Trümmern ihrer Rover-Beteiligung die Kleinwagenmarke Mini. Seitdem entwickelt sich die britische Tochter prächtig. Waren einst 100 000 Stück pro Jahr geplant, so peilt BMW in diesem Jahr fast dreimal so hohe Mini-Verkäufe an. Mini ist ein Pionier: Erstmals sind Kunden bereit, für Kleinwagen deutlich mehr als 20 000 Euro zu bezahlen. Neben dem Basismodell bietet die britische Kultmarke mittlerweile ein Cabrio, einen Geländewagen, einen Roadster und ein Coupé an.

## **Schwäche 2: Starke Konkurrenz bei Kleinwagen**

Audi und Daimler wollen ihre Stückzahlen bei den Stadtflytern deutlich erhöhen. Der VW-Konzern zieht seine Synergien aus viel höheren Stückzahlen, der Mini-Konkurrent A1 ist eine Ableitung des Massenprodukts VW-Polo. Bei BMW sind die Synergien zwischen Mini (Frontantrieb) und BMW (Heckantrieb) jedoch gleich null. Das soll sich jetzt ändern. Zum einen bauen die Münchener ihre Zusammenarbeit mit Peugeot-Citroën aus, zum anderen sollen ab 2014 alle BMW-Kompaktmodelle und Mini auf eine gemeinsame technische Plattform gestellt werden.

## **Schwäche 3: fehlende Brennstoffzelle**

Die Ölpreise steigen fast so schnell wie die Vorschriften für den Klimaschutz. Wer im Jahr 2020 in Europa, den USA oder Japan noch Autos verkaufen will, kommt an alternativen Antrieben nicht mehr vorbei. BMW gehört zu den Autoherstellern, die das schon relativ früh erkannt haben. Konsequenter als andere setzt der Konzern auf Elektroautos. Doch während Daimler zusätzlich an der Einführung von Brennstoffzellen arbeitet, ist BMW skeptisch. "Wir sehen keinen nennenswerten

Serieneinsatz des Wasserstoffantriebs bis 2025", sagt Konzernchef Norbert Reithofer. Es fehle vor allem an der Infrastruktur. Trotz aller Ankündigungen haben weder der Gasekonzern Linde, noch die Ölkonzerne ein nennenswertes Netz von Wasserstofftankstellen aufgebaut.

#### **Schwäche 4: Anfälligkeit für Währungseffekte**

Kürzlich machte eine Meldung die Runde, die BMW sofort dementierte. In der Slowakei, nahe der ukrainischen Grenze, plane der Konzern ein Werk für Kleinwagen mit einer Kapazität von mehreren Hunderttausend Autos pro Jahr. Alles nur halb gäre Meldungen slowakischer Regionalmedien? Wie kaum ein anderer Autohersteller ist BMW mit seiner Produktion auf Deutschland fixiert. Anders als die Konkurrenten Daimler und Volkswagen haben sich die Münchener Anfang des Jahrtausends für Leipzig als neue Produktionsstätte entschieden.

#### **Schwäche 5: Euro-Krise bedroht den Gewinn**

Die Konkurrenz setzt auf günstigere Löhne in der Slowakei und Ungarn. Auch weltweit betrachtet droht dem Verhältnis Absatz und Produktion eine Unwucht. Noch profitiert BMW von dem schwachen Euro, der die Exporte aus Deutschland zusätzlich attraktiv macht. Doch die Schere geht immer weiter auf: Zwölf Milliarden Euro jährlich beträgt nach Analystenschätzungen BMWs Umrechnungsvolumen gegenüber chinesischem Yuan und dem US-Dollar. Eine so hohe Summe ist gegen Währungsschwankungen anfällig. Ein Auseinanderbrechen der Währungsunion und die Aufwertung eines "Folge-Euros" wäre für BMW fatal. BMW reagiert und schafft zusätzliche Produktionskapazitäten in China, den USA und den Schwellenländern. Dort wachsen die Märkte. Das hat Folgen: Sollte der Absatz in Europa weiter lahmen, bekommen mittelfristig auch die deutschen BMW-Werke ein Problem mit der Auslastung.

### **Bleibt aber die Frage, warum es plötzlich mit den Franzosen nicht mehr passte.**

Der Einstieg von General Motors bei unserem französischen Partner im Frühjahr hat die Situation bei unserem Hybrid-Gemeinschaftsunternehmen verändert. Wir sprechen derzeit mit PSA über Lösungsmöglichkeiten. Am Ende könnte es sein, dass sich die Eigentümerstrukturen bei dem Joint Venture verändern. Unsere Kooperation mit Peugeot Citroën bei kleinen Benzinmotoren für Mini- und PSA-Modelle ist davon jedoch nicht betroffen und wird zumindest bis 2016 fortgesetzt.

### **Ist das unübersehbare Geflecht von Allianzen und Kooperationen in der Autobranche Ausdruck von Schwäche?**

Davon kann überhaupt keine Rede sein. Auf unsere Branche kommen enorme Herausforderungen zu, die dem einen oder anderen so noch gar nicht bewusst sein dürften. Die EU gibt beispielsweise vor, bis 2020 die durchschnittlichen Emissionen von Kohlendioxid bei Neuwagen auf 95 Gramm zu reduzieren, ähnliche Vorschriften gelten für China und die USA. Die BMW Group liegt derzeit bei 148 Gramm. Das heißt: Die Einsparungen, die vor uns und der gesamten Branche liegen, sind enorm und erfordern massive Investitionen in neue Technologien.

#### **BMW**

##### **AMERIKA IMMER WICHTIGER**

Deutsche Firmen finden zweite Heimat in den USA

##### **SCHWEIZ**

Wettbewerbsrüster verpassen BMW Millionenstrafe

##### **AUTOMOBILBRANCHE**

BMW's Stärken und Schwächen

#### **Und die kann BMW nicht allein meistern?**

Grundsätzlich sind wir natürlich in der Lage, jede Technik auch allein zu entwickeln. In bestimmten Bereichen ist es aber sinnvoller, sich einen Partner zu suchen und die Kosten zu teilen. Dabei achten wir darauf, dass der Charakter und die Eigenständigkeit unserer Marken gewahrt bleiben. Mit unseren Kooperationen wollen wir nicht größer werden, sondern noch schneller und noch besser. Dies gilt auch für die Zusammenarbeit mit Toyota. Warum sollten wir davon nicht gegenseitig profitieren?



BMW-Chef Norbert Reithofer (rechts) und der Präsident des japanischen Automobilkonzerns Toyota, Akio Toyoda, wollen künftig zusammenarbeiten.

Quelle: dapd

**„Wir können ohnehin alles besser, wozu brauchen wir Partner?“**

**Weil Kooperation nicht nur Nehmen, sondern auch Geben bedeutet. Wie weit werden Sie Toyota jetzt in Ihre Leichtbau-Allianz mit dem Karbon-Spezialisten SGL Carbon hineinlassen, die Sie vor VW noch eifersüchtig geschützt haben?**

Wir haben uns viel Know-how und Patente beim Leichtbau erarbeitet. Über dieses Thema sprechen wir nun auch mit unserem japanischen Partner. Wir werden nun in den kommenden Monaten die gemeinsamen Projekte konkretisieren - dann wissen wir mehr.

**Auch bei Sportwagen machen Sie gemeinsame Sache mit den Japanern. Wird der Nachfolger Ihres Prestigeprojekts i8 - des wohl mehr als 120 000 Euro teuren Leichtbau-Hybrid-Sportwagens, der 2014 starten soll - auf einer gemeinsamen Basis mit Toyota stehen?**

Es ist zu früh, um über Preise für unsere BMW-iFahrzeuge zu sprechen. Dies gilt auch für die Frage nach Details zur geplanten gemeinsamen Entwicklung von Komponenten für einen zukünftigen nachhaltigen Sportwagen.

## Allianzen der Autobauer

[Alles anzeigen](#)

### Daimler/ Chrysler

In der Vergangenheit hatte vor allem die Achterbahnfahrt von Daimler und Chrysler lange für Schlagzeilen gesorgt. 1998 gaben die Daimler-Benz AG und Chrysler Corporation die Fusion zur DaimlerChrysler AG bekannt. Der damalige Daimler-Chef Jürgen Schrempp übernahm Chrysler für knapp 40 Milliarden Dollar. Doch das US-Unternehmen entpuppte sich als milliardenschwerer Sanierungsfall. 2007 wurde das Ende der Allianz besiegelt. Chrysler wird nun vom italienischen Autobauer Fiat kontrolliert.

### BMW/ Rover

Auch BMW musste für die Übernahme der britischen Rover Lehrgeld zahlen. Der damalige Vorstandschef Bernd Pischetsrieder fädelt 1994 die Fusion ein. BMW zahlte zwei Milliarden DM und steckte erhebliche Summen in die Entwicklung neuer Modelle. Als diese sich nicht verkaufen ließen, stieg BMW 2000 wieder aus.

### Renault/ Nissan

Segensreich für beide Partner war dagegen die Liaison des Renault-Konzerns mit dem japanischen Autobauer Nissan. 1999 wurde die französische Nummer zwei größter Anteilseigner bei Nissan und machte aus dem angeschlagenen Hersteller ein ertragreiches Unternehmen.

### Renault-Nissan/ Daimler

Renault-Nissan verbündete sich 2010 zudem mit Daimler. Renault und Nissan halten 3,1 Prozent an Daimler und die Schwaben wiederum halten 3,1 Prozent an Renault und 3,1 Prozent an Nissan. Die zwei Seiten versorgen sich gegenseitig mit Antrieben und Antriebsteilen.

### Volkswagen/ Porsche

Volkswagen konnte erst nach einem erbitterten Übernahme- Machtkampf mit Porsche das Rennen für sich entscheiden.

Zwar ist eine geplante Fusion wegen milliardenschwerer Schadensersatzklagen geplatzt. VW will aber nun die Porsche AG - in der das Autogeschäft gebündelt ist - schrittweise übernehmen. Derzeit hält VW 49,9 Prozent Volkswagen baut sein Imperium mit Milliardeninvestitionen massiv aus.

#### **Volkswagen/ Suzuki**

Im Dezember 2009 beteiligte sich der VW-Konzern für 1,7 Milliarden Euro mit knapp 20 Prozent an Japans viertgrößtem Autobauer Suzuki. Mittlerweile gibt es allerdings reichlich Ärger. Suzuki Motor will seine Kooperation mit Volkswagen nach Vorwürfen des gegenseitigen Vertragsbruchs beenden und den eigenen Anteil von rund 20 Prozent von VW zurückkaufen. Doch die Deutschen stellen sich quer. Im November haben die Japaner deswegen ein Schiedsgericht angerufen.

### **Die Allianz zwischen VW und Suzuki ist gescheitert. Wird es zwischen BMW und Toyota besser laufen?**

BMW und Toyota sind sich in vielen Punkten ähnlich. Wir teilen die gleiche strategische Vision, was nachhaltige Mobilität angeht. Beide Unternehmen sind ingenieurgetrieben. Der Großteil der Führungsriege von Toyota besteht aus Ingenieuren - genau wie bei uns. Wir sind zudem in unseren jeweiligen Segmenten in puncto Innovationen führend. Inzwischen haben wir bei BMW zudem Erfahrungen bei Kooperationen gesammelt. Das war vor zehn Jahren noch anders.

#### **Was hat sich geändert?**

Damals war BMW im Grunde nicht kooperationsfähig. Das ging stark in die Richtung: „Wir können ohnehin alles besser, wozu brauchen wir Partner?“ Aber wir haben einen Kulturwandel geschafft und im Rahmen der Zusammenarbeit mit PSA gelernt, ein Konstrukt zu schaffen, das für beide Seiten hohe Einspareffekte bringt - und die Marken nicht beschädigt. Klar ist auch, dass jede Kooperation Kompromisse erfordert...

#### **...und deshalb eine Notlösung ist. Sind Allianzen nur Beziehungen auf Zeit?**

Natürlich sind Kooperationen in der Regel zeitlich begrenzt. Aber sie als Notlösung zu bezeichnen wird der Sache nicht gerecht. Wenn ich das Beispiel der Motorenkooperation mit Peugeot nehme, dann haben wir auf diese Weise über einen Zeitraum von über zehn Jahren deutlich höhere Synergien erzielt, als wenn wir es allein gemacht hätten. Das scheint mir also doch eine gute und lukrative Lösung zu sein.

#### **BMW I-MODELLE**

#### **Die Zukunftsversion Marke Leichtbau**



### **Doch gegen Markteinbrüche hilft auch keine Partnerschaft. Sind Sie weiter überzeugt, dass Sie Ihren Aktionären trotz der Euro-Krise den versprochenen Rekordabsatz liefern können?**

Wir sind da sehr zuversichtlich. Im ersten Halbjahr haben wir weltweit rund 900 000 Autos verkauft. Das ist ein Wachstum von etwa acht Prozent. Natürlich gibt es Märkte wie Spanien und Italien, die stark von der Euro-Krise betroffen sind. Dort mussten wir - wie andere Hersteller auch - Rückgänge von rund zehn Prozent hinnehmen. Aber es gibt auch positive Beispiele wie die Niederlande, Schweiz oder Österreich, wo wir deutlich zulegen konnten. Auch in Übersee sind wir teilweise zweistellig gewachsen. Wir sind also auf dem besten Weg, 2012 einen neuen Absatzrekord zu erzielen.

### **Aber Ihre Abhängigkeit von China wächst, die Volksrepublik ist bereits Ihr größter Einzelmarkt. Wie gefährlich ist das für BMW angesichts der starken politischen Einflussnahme dort?**

Wir rechnen auch in Zukunft mit einer positiven Geschäftsentwicklung in China. Darüber hinaus setzen wir weiterhin auf eine weltweit ausbalancierte Absatzverteilung. China macht bei uns derzeit etwa 20 Prozent des Gesamtabsatzvolumens aus, Europa dagegen rund 45 Prozent. Ich würde eher sagen, dass wir immer noch sehr europa-lastig sind - vor allem wenn ich die Probleme in der Euro-Zone sehe.





Der Mini gehörte zu einem der ersten Kleinwagen im Premiumsegment.

Quelle: gms

**„Die EU kann nicht nur von Deutschland getragen werden“**

**Glauben Sie, dass der jüngste EU-Gipfel und die Zugeständnisse von Kanzlerin Angela Merkel Teil einer Lösung sind - oder Teil des Problems?**

Ich würde sagen, dass der Gipfel Teil der Lösung ist.

**Auch wenn Deutschland Haftungsrisiken für die Schuldnerländer eingeht, die viele Ökonomen inzwischen für untragbar halten?**

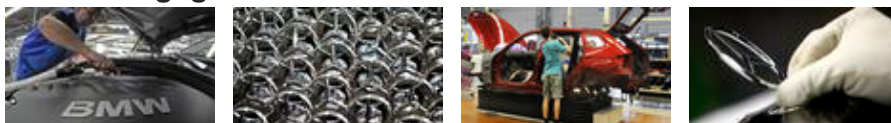
Aber was kostet uns ein Zusammenbruch der Euro-Zone? Bei einer Rückkehr zur D-Mark hätte Deutschland mit einer massiven Aufwertung zu kämpfen, die das deutsche Exportwunder weitgehend zunichte machen würde. Die wirtschaftlichen Folgen wären gravierend. Das muss gegeneinander abgewogen werden.

**Sie würden also dafür plädieren, dass Deutschland für die Schulden auch der anderen Euro-Länder haften und die politische Integration in Europa weiter vorantreiben sollte?**

Alle Länder der Euro-Zone müssen Verantwortung übernehmen, um möglichst schnell eine dauerhafte Lösung zu erreichen. Wesentliche Punkte sind dabei Haushaltsdisziplin und das Angehen von Strukturthemen. Sonst befinden wir uns auch in einigen Jahren noch immer in einer ähnlichen Situation wie heute. Die Europäische Union kann nicht nur von Deutschland getragen werden.

#### KENNZAHLEN IM VERGLEICH

#### Mercedes gegen BMW



**BMW ist ein bayerischer Konzern, trägt die Heimat sogar im Firmennamen. Haben Sie diese Sichtweise schon in der bayerischen Staatskanzlei vorgetragen? Dort scheint man ja anderer Meinung zu sein.**

Sie können davon ausgehen, dass unsere Auffassung in der bayerischen Staatskanzlei bekannt ist.

**Aber nicht geteilt wird.**

Ich glaube, dass wir in vielen wesentlichen Fragen durchaus ähnlich denken.

**Viele Schwellenländer behindern den Freihandel mit Schutzzöllen oder Exportquoten. Wie sehr beeinflusst dies Ihr Geschäft?**

Der zunehmende Hang zu Handelshemmnissen macht uns große Sorgen. In Brasilien haben sich beispielsweise die bereits weit gediehenen Gespräche über ein neues Werk deutlich verzögert, nachdem dort eine neue Steuer eingeführt wurde. Aber ich bin zuversichtlich, dass wir eine Lösung finden werden. Die Chancen liegen bei über 50 Prozent, dass wir innerhalb der nächsten Monate den Beschluss zum Bau einer Produktionsstätte in Brasilien fassen können.

## Die Schwellenländer werden maßgeblich darüber mitentscheiden, ob BMW seine Position als absatzstärkster Premiumhersteller gegen Audi und Mercedes verteidigen kann. Wie stehen die Chancen?

Wir wollen auch in Zukunft der weltweit führende Premiumhersteller bleiben. Die BMW Group ist ein Mehrmarken-Hersteller. Mit der Marke Mini haben wir als erster Hersteller ein Premiumangebot im Kleinwagensegment etabliert, in dem inzwischen beispielsweise auch ein Audi A1 angeboten wird. Insofern liegen wir mit großem Abstand vor den Wettbewerbern. Es geht hier jedoch nicht allein um Verkaufszahlen. So ist die Marke BMW laut dem Marktforschungsinstitut Milward Brown die weltweit wertvollste Automobilmарke. Und die BMW Group laut dem Reputation Institute weltweit das Unternehmen mit dem besten Ruf.

„Ich beschäftige mich nicht mit fiktiver Personalplanung“



BMW-Chef Norbert Reithofer mit den Handelsblatt-Redakteuren Markus Fasse, Carsten Herz und Wolfgang Reuter (von links) in der BMW-Zentrale.

Quelle: Thomas Einberger für Handelsblatt

## Sie planen höhere Produktionskapazitäten und sprechen mit Mitsubishi über eine Fertigung in dessen niederländischem Werk Nedcar. Könnten dort - neben Oxford - Minis gebaut werden?

Wir prüfen derzeit, ob Nedcar neben dem österreichischen Zulieferer Magna ein zweiter Auftragsfertiger für die Marke Mini werden könnte. Klar ist aber, dass wir uns nicht an Nedcar beteiligen werden. Es geht allein um einen möglichen Fertigungsauftrag. Das Werk Oxford wird aber in jedem Fall das Herz der Marke Mini bleiben.

### BMW-MODELLE

#### MESSAGING IM NEUEN 7ER

BMW zum Diktat

#### ERSTE FAHRPRÄSENTATION

BMW Active Hybrid 3 - Der grüne Dreier

#### BMW 3ER TOURING

Luxus-Lader statt Lastesel-Langweiler

**Sie haben im Frühjahr Ihr Verkaufsziel für das Jahr 2016 angehoben und streben bis dahin einen Absatz von mehr als zwei Millionen Fahrzeugen an. Dürfen angesichts der guten Entwicklung jetzt auch Tausende der rund 11 000 Leiharbeiter bei BMW auf eine Festanstellung hoffen?**

Wir führen derzeit intensive Gespräche mit den Arbeitnehmervertretern. Dabei geht es darum, wie das Unternehmen künftig seine hohe Flexibilität erhalten kann. Die Gespräche sind aber noch nicht abgeschlossen. Die Zahl unserer Zeitarbeitskräfte schwankt im Jahresverlauf stark, weshalb es aus unserer Sicht auch keinen Sinn macht, eine Zahl zu nennen. Die in Medienberichten kolportierten Zahlen stammen übrigens nicht von uns.

## 2016 werden Sie 60 Jahre alt und erreichen damit die Altersgrenze für BMW-Vorstände. Im Aufsichtsrat liegt die Grenze bei 70 Jahren. Können Sie sich einen Wechsel vorstellen?

Ich habe einen Vertrag als Vorstandsvorsitzender, der bis 2016 läuft. Ich konzentriere mich deshalb auf die Aufgabe, dieses Unternehmen auf Erfolgskurs zu halten - und beschäftige mich nicht mit fiktiven Personalplanungen in ferner Zukunft.

Herr Reithofer, vielen Dank für das Interview.

© 2011 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der **Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG**

Verlags-Services für Werbung: **[www.iqm.de](http://www.iqm.de)** (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: **Content Sales Center** | **Sitemap** | **Archiv**

Realisierung und Hosting der Finanzmarktinformationen: **vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste AG** | Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.