



OLIVER ZIPSE

Schwerpunkte der Rede des Vorstandsvorsitzenden der BMW AG in der virtuellen Hauptversammlung am 15. Mai 2024. Es gilt das gesprochene Wort in der Versammlung.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

„strong today – and strong tomorrow“.

Dieser Satz beschreibt kurz und prägnant unseren BMW Weg. Dazu denken wir weit voraus. Unsere strategischen Entscheidungen treffen wir ergebnisoffen auf der Basis von Fakten und fundierter Analyse. Das macht Ihr Unternehmen in einem dynamischen Umfeld robust und – wenn man so will – unaufgeregt. Worauf wir uns immer verlassen können, ist der profunde Erfahrungsschatz von BMW. Er stärkt und bestärkt uns, mutig zu handeln: Wir wissen, wozu wir imstande sind! Darum gibt es BMW seit 108 Jahren.

Der wichtigste Trigger für dauerhaften Erfolg liegt in unserer Innovationskraft – ausgerichtet auf Kundenwert und Marktfähigkeit. Unser durch und durch globales Team bringt die Innovationen – im wahrsten Sinne des Wortes – auf die Straße. Über 150.000 Menschen machen die BMW Group aus. Im Herbst 2023 haben wir sie alle nach ihrer Meinung gefragt: 85 Prozent stehen hinter den Zielen und der Strategie des Unternehmens. 93 Prozent sind stolz darauf, bei der BMW Group zu arbeiten. Hohe Zustimmungswerte, die besonders sind. Zumal sich Ihr Unternehmen wieder neu erfindet.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schätzen Ihr Bekenntnis und Ihre Treue zur BMW Group, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Sie gewähren uns den nötigen Freiraum, damit wir unsere Entscheidungen mit langfristiger Perspektive treffen können. Begründet hat dies der legendäre Unternehmer Herbert Quandt. Sein Vermächtnis führt die ihm nachfolgende Generation fort – so wie wir im Unternehmen.

Die Transformation der Mobilität und der Automobilindustrie ist in aller Munde: Das eine löst das andere ab. Wir gehen anders an die Sache heran. Wir nennen es: kontinuierlichen Fortschritt. Jeden Tag ein bisschen besser werden – so lautet unser Anspruch. Ambitionierte Ziele verwirklichen wir Schritt für Schritt. Das mag solide klingen, ist im Ergebnis aber hoch effektiv.

Ihr Investment soll und muss sich lohnen. Das ist vollkommen klar. Im Geschäftsjahr 2023 haben wir unsere Prognose nach oben angepasst und alle Ziele erreicht. 33,7 Prozent des Bilanzgewinns gehen an Sie, sofern Sie unserem Dividendenvorschlag zustimmen.

Wie wir unsere Zukunftspläne umsetzen, werde ich Ihnen auf der Hauptversammlung erläutern. Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen und stehen Ihnen in der BMW Welt Rede und Antwort.

Diese Kapitel werde ich vertiefen:

1. **Mehr Zukunft geht nicht: Aus Visionen machen wir Realität.**
2. **Den eigenen Überzeugungen folgen: Technologieoffenheit wirkt.**
3. **Globaler Erfolg bedeutet heute: Regional handeln und Partner sein.**
4. **Das Automobil als digitaler Begleiter: Wir machen die Mobilität menschlicher, intelligenter und nachhaltiger.**

Mein erstes Kapitel befasst sich mit unserer Zukunft: Aus Visionen machen wir Realität.

Im letzten Jahr hatte ich Ihnen ein neues Visionsfahrzeug angekündigt, das wir dann auf der IAA Mobility 2023 präsentiert haben. Kein anderes Fahrzeug hat mehr mediale Reichweite und ein so positives Echo erhalten wie unser „BMW Vision Neue Klasse“. Ein Grund mehr, Ihnen dieses außergewöhnliche Fahrzeug vorzustellen. On top bringe ich Ihnen auch unser jüngstes Visionsfahrzeug mit. Sie werden sehen: Mehr BMW und mehr Zukunft – das geht nicht.

Mit der NEUEN KLASSE denken wir die individuelle Mobilität von Grund auf neu. Und was ist stimmiger, als diesen Aufbruch auf all das zu übertragen, was die Marke BMW im Kern charakterisiert: Das ist zum einen der „BMW Vision Neue Klasse“ als sportliche Limousine. Und das ist zum anderen die Philosophie von BMW X – völlig neu interpretiert vom „BMW Vision Neue Klasse X“. Beides Fahrzeuge aus volumenstarken Segmenten.

Sie zeigen einerseits, wie homogen die NEUE KLASSE ist – bei Design, Technologie und relevanten Parametern der Nachhaltigkeit. Sie zeigen andererseits, wie heterogen die NEUE KLASSE ist. Denn zwischen diesen „Bookends“ bleibt viel Luft für weitere Modelle. Wir drücken aufs Tempo: Schon ab der zweiten Jahreshälfte 2025 bringen wir diese Modelle – in ganz ähnlicher Form – auf die Straße. Die ersten Serienfahrzeuge der NEUEN KLASSE rollen zunächst in unserem neuen Werk im ungarischen Debrecen vom Band. 2026 folgen die Standorte München und Shenyang sowie 2027 San Luis Potosí Mexiko.

Ein Megaprojekt! Die Dimension wird so richtig greifbar, wenn man weiß: Die Innovationen der NEUEN KLASSE fließen künftig in das gesamte BMW Modellportfolio ein. Einfach gesagt: Technologisch ist alles bei BMW bald NEUE KLASSE. Wir nennen sie: unseren Innovations- und Technologie-Booster für das gesamte Produktprogramm und alle großen Zukunftsthemen. Auf diese Weise heben wir nicht nur die Mobilität auf ein neues Level. Auch werden wir ein neues Unternehmen. Ich denke, das ist ganz in Ihrem Sinne als unsere Aktionärinnen und Aktionäre.

Kapitel 2 spiegelt unsere Überzeugung wider: Technologieoffenheit wirkt.

Das Herz der NEUEN KLASSE schlägt ausschließlich elektrisch. Dafür schaffen wir eine neue eigene Architektur. Die Nachfrage nach E-Fahrzeugen steigt. Wir erzielen betriebswirtschaftlich relevante Skaleneffekte. Gleichzeitig bedienen wir weiterhin alle Märkte mit Top-Produkten – je nach Bedarf. Wir bieten die volle Varianz der Antriebsformen. Auf welcher Architektur diese entstehen, ist zweitrangig. Wir nutzen Technologiecluster und Baukästen. So können wir Innovationen und Technologiesprünge über alle Architekturen, Fahrzeugkonzepte und -segmente ausrollen und effizient skalieren.

Wir teilen unsere Produkte nicht in „alt“ und „neu“ ein. So etwas gibt es bei uns nicht. Überall liefern wir den neuesten Stand der Technologie und zudem das beste und in sich stimmige Gesamtpaket. Vielleicht liegt darin das eigentliche Erfolgsgeheimnis Ihres Unternehmens.

Unsere umfassende Technologiekompetenz funktioniert. Ein Beispiel ist nach der neuen BMW 5er Limousine nun auch der neue BMW 5er Touring: vollelektrisch als BMW i5 sowie als Plug-in-Hybrid und mit hocheffizienten Diesel- und Ottomotoren mit 48-Volt-Technologie. Das gesamte Spektrum.

Sie kennen meinen Standpunkt: Automobilbau ist und bleibt eine hochkomplexe Aufgabe. Das spüren auch neue Marktplayer. Für Ihr Unternehmen ist es nicht nur eine Stärke, sondern auch Alleinstellungsmerkmal, diese Vielschichtigkeit nahtlos zu beherrschen, Technologien richtig zu orchestrieren, zu skalieren und weiterzuentwickeln.

Schauen Sie unser junges Portfolio bei allen Marken an! Unsere Kernmarke BMW führt das weltweite Premiumsegment weiter an. Der stärkste Wachstumsimpuls kam 2023 von unseren Fahrzeugen im oberen Premiumsegment sowie unseren vollelektrischen Modellen. Über 375.000 BEVs haben wir ausgeliefert – fast 75 Prozent mehr als im Vorjahr.

Eine Dynamik, die sich auch in unserem Weltmarktanteil bei den BEVs wiederfindet: Mit 4,1 Prozent fällt er deutlich höher aus als unser Anteil am Weltmarkt insgesamt. Dieser liegt stabil bei 3,3 Prozent.

Die Nachfrage nach BEVs wird weiter zunehmen. Allerdings nicht linear. Sondern volatil und marktspezifisch als Resultat aus mehreren Faktoren. Das haben wir mantraartig betont. Und das zeigt sich aktuell in vielen Märkten. Wir bleiben auf Kurs, indem wir schnell und flexibel reagieren. Wir können das, weil wir seit Jahren strategisch so vorgehen und es mit unseren Architekturen effizient abbilden.

Der Hochlauf der E-Mobilität hat für uns eindeutig Priorität! Ende 2024 werden wir mehr als 15 BEV-Modelle anbieten. Dazu zählt der MINI Aceman als nächster Vertreter der neuen MINI Familie. Bei Rolls-Royce legt der Spectre seit Markteinführung einen regelrechten Senkrecht-start hin. Gleich drei neue Top-Modelle bringt BMW Motorrad auf den Markt: Den vollelektrischen CE 02, die M 1000 XR und die R 1300 GS Adventure.

Unsere neuen und künftigen Fahrzeuge haben wir diesen Februar rund 1.500 Händlervertretern aus 30 europäischen Ländern in Amsterdam vorgestellt; im März dann in Las Vegas über 1.000 Händlervertretern aus der Region Americas. Was ich dort erlebt habe: pure Begeisterung. Das gilt auch für den BMW 1er und die Neuauflage des sehr beliebten BMW X3.

Stichwort Händler: Sie spielen auch in unserem neuen Vertriebssystem eine gewichtige Rolle. Für die Marke MINI nutzen wir – nach China – nun auch in den ersten europäischen Ländern den Direktvertrieb. Für BMW kommt das neue Vertriebsmodell in Europa ab 2026. Unser Ziel: direkt und digitalisiert auf unsere Kundinnen und Kunden zuzugehen.

Seit dem letzten Jahr testen wir auch den Wasserstoff-Brennstoffzellen-Antrieb. Unsere Pilotflotte des BMW iX5 Hydrogen hat industrieweit das Bewusstsein für Wasserstoff bei der Energiewende geschärft.

All unsere Marken und Antriebsvarianten tragen dazu bei, dass Ihr Unternehmen den CO₂-Flottenzielwert der EU für die Nutzungsphase erfüllt und übererfüllt. 2023 haben wir den für die BMW Group geltenden EU-CO₂-Grenzwert um mehr als 20 Prozent unterschritten. In diesem Jahr soll er weiter leicht sinken.

Technologiezentriert mit klarem Fokus auf E-Mobilität – eben weil wir konsistent handeln, verändern wir die öffentliche Wahrnehmung Ihres Unternehmens. Die New York Times hat im März BMW als „Gewinner der E-Mobilität“ bezeichnet. Man nimmt uns ab, dass wir die Dinge gut durchdenken und konkrete Lösungen präsentieren. Weil wir es immer wieder beweisen.

In Kapitel 3 gehe ich auf unseren globalen Erfolg ein. Das erfordert regionales Handeln.

Schaut man genau hin, ist Ihr Unternehmen einer der wenigen „echten“ globalen Hersteller in der Automobilindustrie. Über Jahrzehnte haben wir unseren Fußabdruck erweitert. Davon profitieren wir, wenn sich die Kräfteverhältnisse in der Welt neu justieren. Auch 2023 ist Ihr Unternehmen in allen großen Weltregionen gewachsen. Wir leben selbst vor, wie alle Seiten profitieren, wenn man zusammenarbeitet. Und wir treten weiter und aus voller Überzeugung für offene Märkte und freien Welthandel ein.

Drei Beispiele: Unser größter Einzelmarkt China. Unsere größte Absatzregion Europa. Und unser „second home“, die USA:

1. In China beschäftigen wir rund ein Fünftel unserer Belegschaft. Nach Deutschland ist China unser größter F&E-Standort. Wir sind geschätzt, weil wir uns langfristig und ernsthaft engagieren. In diesem Jahr feiern wir 30 Jahre „zu Hause in China“ und über zwei Jahrzehnte Engagement in Shenyang. Unser Blick geht nach vorn: Im April haben wir eine neue Investitionsvereinbarung mit der Provinz Liaoning unterzeichnet in Höhe von 20 Milliarden Renminbi, also rund 2,5 Milliarden Euro. Unser Produktionsstandort Shenyang im Joint Venture mit BBA wird zur iFACTORY und fit für den Anlauf der NEUEN KLASSE ab 2026.
2. In Europa fußt unser Erfolg auf unserer demokratischen Grundordnung, dem einheitlichen Binnenmarkt und unserem friedlichen Zusammenleben. Fast ein Drittel aller Automobile verkaufen wir in der EU. Zehn Werke betreiben wir EU-weit mit einer breiten Zuliefererbasis. Nicht nur Unternehmen, auch menschlich profitieren wir alle vom vereinten Europa. Die EU ist einzigartig und ein wertvolles Gut. Es ist alle Mühe wert, daran gemeinsam weiterzuarbeiten.

3. Die USA bezeichnen wir als unser „zweites Zuhause“. Im nächsten Jahr sind wir 50 Jahre vor Ort. 2023 war Ihr Unternehmen erneut einer der wertmäßig größten Nettoexporteure von Fahrzeugen aus den USA. Zugleich sind die USA unser zweitgrößter Einkaufsmarkt weltweit. Das Volumen: 6,7 Milliarden Euro. Lokaler Partner sind wir vor allem in South Carolina – seit über 25 Jahren. Dort steht unser weltweit größtes Werk. Freier Handel hat diese Erfolgsgeschichte ermöglicht.

„Local-for-Local“ – Dieses Prinzip hat Ihr Unternehmen perfektioniert. Jetzt übertragen wir es auch auf die Zellfertigung für unsere Batterieproduktion für E-Mobilität. Wir siedeln Produktionsstätten für BMW Hochvoltspeicher nah an unseren Fahrzeugwerken an – in Ungarn, den USA und in China. Vor wenigen Tagen haben wir in Mexiko den Grundstein für die Hochvoltspeichermontage in San Luis Potosí gelegt. Was bringt das? Kurze Transportwege und eine sichere Versorgung bei unvorhergesehenen Ereignissen in den Weltregionen.

Die Gen6 Batterien für unsere Werke in Bayern kommen ab 2026 aus Niederbayern. In Irlbach-Straßkirchen haben wir intensiv mit den Bürgerinnen und Bürgern diskutiert. Wenn man miteinander redet, entsteht Vertrauen. Mit großer Mehrheit haben die Anwohnerinnen und Anwohner für den neuen Standort gestimmt.

Global bedeutet heute lokal: Das schließt auch unsere Lieferketten ein. Wie sensibel und störungsanfällig diese sind, wissen wir aus den letzten Jahren. Mit wie vielen Teilen müssen unsere Werke weltweit Tag für Tag versorgt werden? 36 Millionen. Alle zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, in bester Qualität und passender Menge. Mit unserer „i Supply-Chain-Strategie“ sichern wir uns resiliente und digitale Lieferketten.

Von Catena-X haben Sie vielleicht schon gehört. Hier kann Großes entstehen: Automobilhersteller, Lieferanten und künftig auch Recyclingunternehmen schaffen ein gemeinsames Datenökosystem. Wir arbeiten digital zusammen – für mehr Effizienz und Transparenz. Das gilt zum Beispiel für den CO₂-Fußabdruck und ein „Rückverfolgen“ von Komponenten und Rohstoffen. Wir legen gleich vor mit einem Pilotprojekt: Datenbasiert messen wir über Catena-X den „Product Carbon Footprint“ bei der Fertigung der Niere des BMW iX.

Wo immer wir mit Partnern und Lieferanten kooperieren: Wir tun dies partnerschaftlich und auf Augenhöhe.

Kapitel 4 widmet sich dem Automobil als digitalem Begleiter: Wir machen die Mobilität menschlicher, intelligenter und nachhaltiger.

Mit Over-the-Air-Upgrades ist jedes unserer Fahrzeuge digital top-aktuell. Als erstes Automobil hat die neue BMW 5er Limousine in Deutschland die Zulassung für teilautomatisiertes Fahren bis 130 km/h auf Autobahnen erhalten. Die Hände vom Lenkrad nehmen und die Aufmerksamkeit vorübergehend vom Verkehrsgeschehen abwenden – diese neue Funktion (Level 3) kann man seit März 2024 im neuen BMW 7er erleben.

Unser digitales Fahrerlebnis verbinden wir mit maximaler Sicherheit für alle Verkehrsteilnehmenden. Hier gilt unsere Maxime: Ihr Unternehmen bringt nur ausgereifte technische Lösungen auf die Straße. Seit Sommer 2023 testen wir in unserem „Future Mobility Development Center“ im tschechischen Sokolov automatisierte Fahr- und Parkfunktionen bis zum vollautomatisierten Fahren (Level 4).

Das „BMW Fahrerlebnis“ auf dem übernächsten Level folgt mit der NeueN Klasse. Fahrer und Fahrzeug interagieren auf intuitive Weise. Dafür steht etwa unser neues BMW iDrive. Das „BMW Panoramic Vision“ zum Beispiel projiziert die wichtigsten Informationen über die gesamte Windschutzscheibe. Unser neues elektrisches Gen6 System umfasst Hochvoltspeicher samt Antriebsstrang. Dabei senken wir gegenüber der heutigen Gen5 die Kosten um 40 bis 50 Prozent. Alles Innovationen, mit denen wir mobil sein menschlicher, intelligenter und nachhaltiger machen.

Werte Aktionärinnen und Aktionäre,

das „US Time Magazin“ hat zusammen mit der Online-Plattform „Statista“ 750 internationale Unternehmen verglichen. Ihr Unternehmen erreicht in dem Ranking sensationell einen Platz unter den Top10. Bei den Automobilherstellern belegen wir sogar Platz 1. Umsatzwachstum, Nachhaltigkeit und Mitarbeiterzufriedenheit – für viele sind das Antagonisten. Wir führen sie intelligent zusammen.

Unser Umfeld wird weiter geprägt sein von Herausforderungen und Unsicherheit. Sie erwarten, dass wir erfolgreich bleiben. Und das werden wir! Für das Geschäftsjahr 2024 nehmen wir uns viel vor. Bei unseren Investitionen und Forschungs- und Entwicklungsleistungen erreichen wir den Höhepunkt. Wir wenden viel Geld auf, weil wir zukunftsorientiert denken.

Darum ist Ihr Unternehmen finanziell stark – auf konstant hohem Niveau. Und wir wachsen. Unsere Auslieferungen sollen gegenüber Vorjahr leicht, der BEV-Absatz deutlich zunehmen.

Das erste Quartal stimmt uns zuversichtlich: Unsere BEVs liegen fast 28 Prozent im Plus und wachsen in allen großen Weltregionen. Nicht jeder Hersteller kann das behaupten. Zusammen stellen BEVs und Plug-in-Hybride im ersten Quartal über 20 Prozent unseres Absatzes.

Ich bin viel und gerne in der Welt unterwegs – in unseren Märkten und an unseren Standorten. Überall erlebe ich, wie wertvoll und unverzichtbar individuelle Mobilität für viele Menschen im Alltag ist. Ich erlebe auch, dass die BMW Group als geschätzter Partner gilt. All das bestärkt uns, den BMW Weg weiterzugehen.

Für mich ist das: kontinuierlicher Fortschritt. Und darum gilt für Ihr Unternehmen: **„strong today – strong tomorrow“**.

Bleiben Sie an unserer Seite – für eine spannende und erfolgreiche gemeinsame Zukunft.

Ihr
Oliver Zipse
Vorsitzender des Vorstands