

Presse-Information

16. März 2022

- Es gilt das gesprochene Wort -

**Rede****Oliver Zipse****Vorsitzender des Vorstands der BMW AG****BMW Group Jahreskonferenz für das Geschäftsjahr 2021****München, 16. März 2022, 10:00 Uhr**

Guten Morgen meine Damen und Herren!

Die BMW Group hat schon oft bewiesen, dass sie herausfordernde Situationen meistert und danach sogar stärker ist als zuvor. Denken Sie an die globale Wirtschafts- und Finanzkrise, die Corona-Pandemie oder die Versorgungs-Engpässe bei Halbleitern.

In unvorhersehbaren Zeiten gilt es umso mehr, das Richtige zu tun.

Für uns bedeutet das aktuell drei Dinge:

Wir helfen, wo unsere Hilfe gebraucht wird. Maximilian Schöberl hat die Haltung des Unternehmens dargestellt. Unsere Gedanken sind bei all den Menschen, die Leid ertragen, bei unseren Zulieferern und Partnern. Die BMW Group steht für ein friedliches Zusammenleben aller Kulturen und freien Welthandel. Dieser bringt die Menschen näher zusammen, führt zu Fortschritt und Wohlstand in den Regionen.

Wir erhalten unser operatives Geschäft aufrecht und sichern es bestmöglich ab. Nur wenn wir selbst stark und leistungsfähig sind, können wir andere wirksam unterstützen und dem Gemeinwohl dienen.

Wir verfolgen weiter mit Hochdruck unsere langfristigen Ziele. Das ist unsere ureigene Aufgabe. Und das macht BMW aus. Ansonsten würden wir wertvolle Zeit verlieren. Mit dem Bekenntnis zur Klimaneutralität steht eine riesige Aufgabe auf der Agenda der Weltgemeinschaft, der wir uns intensiv und ohne Aufschub widmen müssen.

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 16. März 2022

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2022

Seite 2

Die BMW Group verfügt über eine robuste Kapitalstruktur. Wir sind ein globales Unternehmen, flexibel aufgestellt und in den Weltregionen zu Hause. Auch die aktuelle Situation wird uns nicht von unserer langfristigen Perspektive abbringen. Für uns ist jedes Jahr wieder der nächste Schritt auf unserem BMW Weg in die Zukunft.

Wir werden einen Unterschied machen. Werte schaffen, die unsere Kunden nachfragen. Mehrwert generieren, der Sinn stiftet. Darum bringen wir die berechtigten Anforderungen aller Stakeholder ausgewogen zusammen. Denn wir alle brauchen, leben und profitieren von Mobilität.

In unserem Verständnis ist auch die Umwelt ein wichtiger Stakeholder. Als erster deutscher Automobilhersteller sind wir der Business Ambition for 1.5°C der Science Based Targets Initiative beigetreten. Somit folgt unser Weg zur Klimaneutralität 2050 einem wissenschaftlich validierten, transparenten Pfad. Dabei beziehen wir die ganze Wertschöpfungskette mit ein. Das verstehe ich unter gesamthafter Verantwortung.

Die weltweiten Märkte entwickeln sich mit unterschiedlicher Geschwindigkeit. Für maximale Klimawirkung braucht es die Vielfalt technologischer Lösungen und Angebote.

Unsere Zukunft entscheidet sich durch Technologien. Kunden erwarten Tech Magic – Produkte, die sie faszinieren. Dieses Fahrzeug war ein Highlight auf der CES in Las Vegas.

Es verkörpert perfekt unseren Anspruch bei BMW: Technologische Innovationen, die Menschen begeistern. Wir zeigen, was möglich ist. Das ist uns mit dem iX Flow definitiv gelungen.

Digitalisierte Fahrzeuge entstehen in einem digitalisierten Unternehmen. Beim Einsatz künstlicher Intelligenz sind wir Pionier in unserer Industrie: Allein in der Produktion setzen wir mehrere hundert KI-Anwendungen ein. Die Produktionsprozesse in unserem weltweiten Netzwerk bilden wir virtuell ab. Eine Revolution in der Fabrikplanung.

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 16. März 2022

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2022

Seite 3

Indem wir Prozesse und Strukturen weiter digitalisieren, senken wir Kosten, erhöhen die Qualität und Effizienz und erreichen schnell und wirksam unsere Nachhaltigkeitsziele.

Wir wollen die Transformation unserer Branche anführen. Dazu braucht es gleichermaßen Wandelbarkeit und Resilienz. Also: Verlässlichkeit, Standfestigkeit, operative Exzellenz auf der einen Seite. Mut, Disruption und ein eigener technologiebasierter Weg auf der anderen.

Mit diesen Eigenschaften machen wir die Transformation für uns sogar zum Wettbewerbsvorteil. In diesem Prozess können wir unsere BMW typischen Fähigkeiten voll ausspielen.

Einige Beispiele:

Den Hochlauf der Elektromobilität beschleunigen wir präzise entlang der steigenden Nachfrage mit einem wachsenden Portfolio. Bis Ende 2025 wollen wir mehr als zwei Millionen vollelektrische Fahrzeuge ausgeliefert haben. 2030 soll mindestens die Hälfte unserer weltweiten Auslieferungen aus BEVs bestehen. Und wir setzen alles daran, dieses Ziel schon früher zu erreichen. Unser Absatz könnte dann bereits oberhalb von 1,5 Millionen BEVs pro Jahr liegen. Das hängt unter anderem davon ab, wie schnell die weltweite Ladeinfrastruktur ausgebaut wird und wie sich die Versorgung mit den Rohstoffen für Batterien gestaltet.

Der BMW i Vision Circular ist unser Ausblick auf nachhaltige und zugleich luxuriöse Mobilität im urbanen Umfeld im Jahr 2040. Damit hat BMW das nächste große, industrieübergreifende Zukunftsthema Zirkularität überzeugend besetzt und für sich definiert.

2025 starten wir Phase III unserer Transformation mit einem gewaltigen Technologiesprung. Auf unserer neuen Fahrzeugarchitektur entsteht die NEUE KLASSE: Digital, zirkulär und erheblich gesteigerte Effizienzwerte für eine kompromisslose E-Mobilität. Unsere künftige Antriebsgeneration Gen 6 führt zu weniger Kosten, mehr Leistung, neuer Zellchemie und neuen Zellformaten. Die Profitabilität der NEUEN KLASSE soll auf dem Niveau modernster Verbrenner liegen. BMW soll ein attraktives Investment bleiben.

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 16. März 2022

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2022

Seite 4

Mit dem Start der NEUEN KLASSE im neuen Werk in Ungarn im Jahr 2025 führen wir auch unser Produktionsnetzwerk in neue Sphären: lean, green and digital. Darauf bereiten wir jedes Werk vor. Wir nennen es die BMW iFactory.

Das Automobil wird zum digital device – und BMW ist ganz vorne mit dabei. Unabhängig von der Antriebsart bieten wir over-the-air Remote Software Upgrades an. Das macht BMW zur größten Upgrade-fähigen Flotte der Welt.

In den Weltregionen arbeiten wir mit den besten Tech Playern sowie industrieübergreifend mit Partnern zusammen, etwa im Rahmen von Catena-X. Bei der All-Solid State Batterie haben wir mit Solid Power den in unseren Augen stärksten Partner in diesem Feld. Mit Qualcomm Technologies und Arriver kooperieren wir langfristig bei der Entwicklung der nächsten Software-Generation für Fahrerassistenzsysteme und automatisiertes Fahren.

Gemeinsam schaffen wir erstklassige Funktionen für das automatisierte Fahren nach dem New Car Assessment Program (NCAP) über Level 2 und Level 2+ Fahrerassistenzsysteme bis zu Level 3 Funktionalitäten.

Unser Joint-Venture BMW Brilliance Automotive wird seit Februar vollständig im Konzernabschluss der BMW AG konsolidiert. Damit wächst die BMW Group in eine neue Größenordnung. BMW bleibt langfristiger Partner Chinas und der Provinz Liaoning. China ist Treiber und Taktgeber für digitale Trends. Wir sind dort noch näher bei den Kunden und am digitalen Puls der Zeit.

In der letzten Woche haben wir die Markenrechte von Alpina erworben. Damit sichern wir langfristig den Fortbestand dieser Traditionsmarke und führen sie in eine neue Zukunft.

All diese Beispiele zeigen: Wir nutzen die Transformation gezielt im Sinne unserer Stärken. Unser Erfolg kommt vielen zugute:

Unsere Mitarbeiter am Standort Deutschland erhalten eine Erfolgsbeteiligung, die sie sich mit ihrer Leistung im Jahr 2021 verdient haben. Für die Aktionäre schlagen wir eine erhöhte Dividende vor.

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 16. März 2022

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2022

Seite 5

Wir stellen ein. In diesem Jahr planen wir einen Stellenaufbau bis zu fünf Prozent unserer Belegschaft.

Unsere Kunden profitieren von technologischer Vielfalt. Wir erleichtern ihnen den Umstieg auf emissionsfreie E-Mobilität durch attraktive Modelle. Inklusive der Vorserienmodelle haben wir in diesem Jahr 15 BEVs in Produktion.

Und nicht zuletzt profitiert das Klima: 2021 haben wir die CO<sub>2</sub>-Vorgaben der EU deutlich übererfüllt und um rund 10 g/km unterschritten. Alle Antriebsformen haben dazu beigetragen.

Unsere erfolgreiche Transformation nützt allen.

Wir betrachten es als Privileg, in diesem Prozess selbstbestimmt handeln und langfristig investieren zu können. Den nötigen Rückhalt erhalten wir von unserer motivierten Mannschaft. Ich spüre das immer wieder, wenn ich mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern spreche. Und das ist nicht nur ein Bauchgefühl.

Unsere weltweite Mitarbeiterbefragung war eindeutig: Die Mannschaft steht hinter dem Unternehmen. Wir haben die richtige Balance aus Disruption und Stabilität.

2021 hat das Unternehmen in wichtigen Kennzahlen Bestwerte erzielt. Unsere finanzielle Stärke wollen wir konsequent fortschreiben – auch im Geschäftsjahr 2022. Dr. Nicolas Peter geht nun im Detail auf unsere Leistung im Jahr 2021 ein und stellt Ihnen die Ziele für 2022 vor.

Wir sehen uns später noch einmal wieder für den strategischen Ausblick. Dabei ist auch ein erster Blick auf den neuen 7er. Seien Sie gespannt. Vielen Dank!

Rede Dr. Nicolas Peter, Mitglied des Vorstands, Finanzen  
Teil II – Rede Oliver Zipse zum strategischen Ausblick

Meine Damen und Herren, noch einmal herzlich willkommen!

In diesem Jahr kommt der neue BMW 7er. Tech Magic „at its best“. Erstmals setzen wir unseren Technologiebaukasten für Fahrerassistenzfunktionen vollständig ein. Er umfasst auch hochautomatisiertes Fahren auf Level 3, das wir noch 2022 präsentieren.

Das Soundsystem haben wir zusammen mit dem Hollywood-Filmkomponisten Hans Zimmer entwickelt. Der neue 7er ist das nächste Ass unserer erfolgreichen Wachstumsstrategie im Luxussegment. Er ist die einzige Luxuslimousine mit echter Antriebsvielfalt – BEV, Plug-in-Hybrid, moderne Verbrenner.

Der stärkste 7er ist das vollelektrische Modell. Der BMW i7 ist Teil unserer Erfolgsstory, wie wir unsere Führungsrolle wahrnehmen.

Wir bleiben offen für alle Technologien, solange unsere Kunden diese nachfragen und weil das dem Klimaschutz am besten dient. Darum starten wir mit dem neuen BMW 7er auch die neue Generation unserer hocheffizienten Verbrennungsmotoren. Sie ist bereits auf die zu erwartenden Anforderungen der Euro 7 Gesetzgebung ausgelegt.

Damit sind wir bei den konventionellen Antrieben auf die regulatorischen Vorgaben bis in die 2030er Jahre hinein vorbereitet, inklusive der wesentlichen finanziellen Aufwendungen.

Am 20. April zeigen wir unseren neuen 7er zum ersten Mal bei seiner globalen Weltpremiere der Öffentlichkeit. Einen optischen Vorgeschmack geben wir Ihnen jedoch schon jetzt.

Film: Frank Weber, Mitglied des Vorstands, Entwicklung.

Ein digitales Fahrerlebnis gehört längst zur Mobilität. Dazu rollen wir BMW iDrive und unser Operating System 8 großflächig in allen Derivaten aus.

Auch der neue BMW 2er Active Tourer ist selbstverständlich mit dem neuesten BMW iDrive ausgestattet – als erstes Fahrzeug in der Premiumkompaktklasse. So transferieren wir Technologie in die kleineren Klassen.

Das neue Niveau an Konnektivität, inklusive 5G Standard, bringt noch mehr Info- und Entertainment in allen Segmenten. Das gilt auch für künftige BMW Modelle wie die Überarbeitung von 3er und X7 sowie für den neuen XM und den neuen X1 mit seiner BEV-Variante iX1.

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 16. März 2022

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2022

Seite 7

Der iX1 ab Ende des Jahres ist unser neues vollelektrisches Angebot in der volumenstarken Premiumkompaktklasse. Mit seinen verschiedenen Antriebsvarianten zeigt auch er das Potenzial der modernen, flexiblen BMW Architekturen – wie Sie es bereits im iX und i4 erfahren können.

Digitalisierte Mobilität bei Software wie Hardware braucht vor allem auch robuste internationale Lieferketten. Die weltweiten Warenströme sind hoch vernetzt, wie die Lieferengpässe bei Halbleitern zeigen. Und diese stehen beispielhaft für alle Schlüsseltechnologien. Mehrere tausend Chips verbauen wir pro Fahrzeug. Nun schließen wir verstärkt direkte Lieferverträge ab.

Film: Dr. Joachim Post, Mitglied des Vorstands, Einkauf und Lieferantennetzwerk.

Der Lieferkette kommt mit dem Hochlauf der E-Mobilität eine völlig neue Bedeutung zu. Wir treffen gezielte Vereinbarungen mit unseren Lieferanten, etwa für energieintensive Vormaterialien wie Stahl und Aluminium. Mit unseren Lieferanten haben wir bereits heute vertraglich vereinbart, dass wir allein in der Lieferkette bis 2030 rund 20 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> gegenüber 2019 einsparen.

Auch intern tragen wir der gestiegenen Bedeutung und Verantwortung der vorgelagerten Wertschöpfungsschritte deutlich stärker Rechnung. Bereits seit Beginn des Jahres bauen wir entsprechende Strukturen auf und entwickeln unsere Organisation weiter. Damit werden wir als Unternehmen deutlich schneller und resilienter.

Schon heute arbeiten unsere Ressorts Einkauf, Entwicklung und Produktion sehr eng zusammen. Jetzt haben wir im Vorstand entschieden, sie noch viel enger zu verzahnen. In Zukunft arbeiten sie in Technologie-Clustern zusammen. Das betrifft die Cluster „Digital“, „Antrieb“, „Fahren“ sowie „Exterieur und Interieur“. Mit ihnen stärken wir explizit die Verantwortung des Ressorts Einkauf und Lieferantennetzwerk.

Joachim Post und sein Team werden den engen Schulterschluss zur Entwicklung, zur Produktion sowie zu unseren Lieferanten festigen und neue Allianzen quer über Wertschöpfungsketten und Regionen aufbauen.

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 16. März 2022

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2022

Seite 8

Wir gehen hier selektiv vor, mit wem wir zusammenarbeiten. Das kann gerade auch das innovative Start-up sein, wenn genau dort die passende Technologie entwickelt wird, die wir brauchen.

So sichern wir den Technologietransfer von Produkt-, Entwicklungs- und Fertigungs-Innovationen ins Unternehmen hinein gezielt und dauerhaft ab. Das gilt ebenso für den Beitrag unserer Partner zu unseren Klimazielen 2030.

Das weltweite Bekenntnis zur Klimaneutralität rückt auch das Thema Produktion wieder stärker in den öffentlichen Fokus. Das ist und bleibt eine der ganz großen Stärken von BMW, die wir in der Transformation nun noch intensiver ausspielen.

Film: Dr. Milan Nedeljković, Mitglied des Vorstands, Produktion.

All unsere Werke werden zu iFactories. Denn wir beherrschen den Kompetenzaufbau in seiner vollen Bandbreite. Beispielhaft zeigen das die beiden „Bookends“: unser ältestes Werk München und unser künftiges Werk in Ungarn. Im Stammwerk München vollziehen wir bei laufender Produktion den Wandel zu 100 Prozent Elektro. Am 1. Juni legen wir den Grundstein für das Werk Debrecen. Schon 26 Monate später soll dort die Vorserie der NEUEN KLASSE vom Band laufen.

Das Werk in Ungarn ist sowohl der erste Vertreter der BMW iFactory als auch unserer neuen Fahrzeugarchitektur. Vor genau einem Jahr haben wir die NEUE KLASSE angekündigt – und wir sind on track. Wir erfinden uns wieder einmal neu – in Sachen Produkt, Technologie und Arbeitsmodell. 90 Prozent der Lieferantenvergaben für die ersten Fahrzeuge werden in diesem Jahr abgeschlossen sein. Dabei berücksichtigen wir auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen als ein Vergabekriterium.

Ich sage es ganz plakativ: Coole digitalisierte Fahrzeuge entstehen in coolen digitalisierten Werken. In Shenyang eröffnen wir bereits in diesem Jahr ein komplett neues Werk am Standort Tiexi und erweitern umfassend unser Werk im Stadtteil Dadong. Wir nutzen die Kapazitäten auch, um weitere BEV Modelle in China zu produzieren. In diesem Jahr startet die Produktion einer vollelektrischen Variante der speziell auf China zugeschnittenen Langversion der BMW 3er Limousine.

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 16. März 2022

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2022

Seite 9

Der BMW X5 ist heute weltweit die Nummer 1 in seinem Segment. Wir erweitern das Angebot nun um eine lokal in China gefertigte Variante des X5, ebenfalls mit extra langem Radstand und extra Komfort.

Neben der Elektromobilität bleibt Wasserstoff für uns relevant. Wir halten Wasserstoff-elektrische Antriebe für eine ideale Ergänzung zu Batterie-elektrischen Antrieben. Nur so kann maximale Flottenwirkung für den Klimaschutz entstehen. Deshalb unterstützen wir die Pläne der EU-Kommission, Ladestationen und Wasserstoff-Tankstellen entlang europäischer Fernstraßen parallel auszubauen.

Unser BMW iX5 Hydrogen durchläuft bereits seine finalen Entwicklungsschritte. Gerade haben wir seine Wintererprobung unter extremen Bedingungen abgeschlossen. Das Ergebnis: volle Reichweite und Leistung, selbst bei minus 20 Grad. Ab Herbst produzieren wir eine Kleinserie. Und schon heute bereiten wir die nächste Generation unseres Brennstoffzellenantriebs vor. Eine Förderung im Rahmen des IPCEI würde die Entwicklung und Industrialisierung dieser zusätzlichen Antriebsgeneration in Deutschland voranbringen. BMW ist übrigens der einzige Pkw-Hersteller, der sich im Rahmen dieses Programms dazu bekannt hat, ein Fahrzeug zu bauen.

Unsere technologische Transformation ist ein umfassender, tiefgreifender Prozess. Dabei nehmen wir die Menschen mit.

Film: Ilka Horstmeier, Mitglied des Vorstands, Personal- und Sozialwesen.

Mehr als 50.000 Mitarbeiter haben wir weltweit für die E-Mobilität qualifiziert. Während andere laut über Personalabbau nachdenken, holen wir neue Experten an Bord für die emissionsfreie Mobilität.

Unsere Marken MINI und Rolls-Royce werden ab 2030 vollelektrisch sein. Noch in diesem Jahr zeigen wir einen Ausblick auf die vollständig neue MINI Familie. Das heißt: Charakterstarke Modelle und ein elektrifiziertes Go Kart Feeling. Voll digitalisiert – ganz nach dem Lebensstil unserer MINI Kunden. Ein minimaler gesamthafter ökologischer Footprint.

Bei BMW Motorrad sind alle urbanen Modelle ab 2030 vollelektrisch. Seit über 10 Jahren entwickelt BMW Motorrad bereits elektrifizierte Zweiräder. Hier steht das neuste Modell: der BMW CE 04. Medienvertreter testen ihn gerade. Ein echter Hingucker für viel Fahrspaß, nicht zuletzt dank seines blitzschnellen Ampelstarts. 2023 folgt das nächste innovative Modell für die Stadt. Alle 18 bis 24 Monate können unsere Kunden ein neues elektrisches Zweirad von BMW Motorrad erwarten.

Wir setzen die Wünsche der Kunden in allen Segmenten um. Schließlich entscheidet Kunde, ob wir erfolgreich bleiben.

Film: Pieter Nota, Mitglied des Vorstands, Kunde, Marken, Vertrieb.

Hohe Flexibilität, technologischer Kompetenz und tolle Produkte in allen Klassen – das zahlt sich aus: Die Marke BMW führt das weltweite Premiumsegment wieder an. Und das soll so bleiben. Unser gestiegener, weltweiter Marktanteil von 3,4 Prozent ist das folgerichtige Ergebnis unserer erfolgreichen Geschäftstätigkeit.

Bei allen Marken stellen wir die Kunden und ihr Mobilitätserlebnis in den Mittelpunkt. Wir digitalisieren die Kundenschnittstelle und nutzen unsere digitalen wie physischen Möglichkeiten, um die Kunden auf allen Kanälen adäquat anzusprechen. Wir bauen unseren Online-Verkauf aus. Aber auch unsere Händler als „Point of Sales & Service“ spielen künftig eine wichtige Rolle. Wir sehen im Premium-Erlebnis unserer Kunden gerade auch im Bereich Sales & Service einen potenziellen Wettbewerbsaspekt, den wir ausbauen wollen.

Meine Damen und Herren,

hier neben dem BMW iX Flow möchte ich Ihnen schon heute unser Versprechen für die CES im Januar 2023 geben.

Freuen Sie sich auf unsere #NextGen und unser digitales Visionsfahrzeug. Unser nächster Ausblick auf die Mobilität 2040. Ich nenne es eine Metaverse-Erfahrung aus physischem Fahrzeug und digitaler Zukunft.

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 16. März 2022

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2022

Seite 11

Technologie ist und bleibt für uns der zentrale Befähiger für emissionsfreie, digitalisierte und zirkuläre Mobilität. Dafür hat die BMW Group die besten Voraussetzungen.

Das beweisen nicht zuletzt unsere Jubiläen in diesem Jahr: 100 Jahre BMW Werk München. 50 Jahre BMW Hochhaus. 50 Jahre BMW M. Sie alle zeigen, wie wir zu jeder Zeit weit nach vorn schauen.

2022 wird kein einfaches Jahr. Doch wir sind schon oft auf Sicht gefahren und haben dabei unsere langfristigen Ziele stets verfolgt und erreicht.

Die Voraussetzung dafür ist eine friedliche Welt mit freiem Welthandel und dem Wettbewerb der Innovationen. Dafür setzen wir uns mit ganzer Kraft ein. Und wir helfen, wo unsere Hilfe gebraucht wird.

Vielen Dank!