

Presse-Information  
08. Mai 2024

- Es gilt das gesprochene Wort -

## **Rede**

**Oliver Zipse**

**Vorsitzender des Vorstands der BMW AG**

**Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März. 2024**

**München, 08. Mai 2024, 08:30 Uhr MESZ**

Meine Damen und Herren,

die Zahlen des ersten Quartals 2024 unterstreichen erneut:

Unsere Strategie für ein langfristiges, profitables Wachstum ist robust und wirksam – insbesondere in dem dynamischen Umfeld, in dem wir uns bewegen.

Die Rahmenbedingungen sind für alle Akteure der Industrie gleich. Wir sehen aktuell jedoch drei unterschiedliche Gruppierungen mit eigenen Herangehensweisen.

1. Die Neueinsteiger: Sie generieren mit einzelnen Produkten großen Hype. Diese haben oft nur singuläre technologische Highlights wie beispielsweise maximale Leistung, größte Reichweite oder den größten Bildschirm.

Ob das Gesamtpaket den hohen Kundenansprüchen über den gesamten Lebenszyklus speziell im Premiumsegment genügt, muss sich erweisen. Darüber hinaus stehen sie vor der Herausforderung, die Komplexität zu bewältigen, wenn sie skalieren und expandieren. Der Markteintritt wird zudem mit aggressiven Preispositionierungen erkaufte.

2. Etablierte Hersteller, die versuchen, den Ansatz dieser neuen Player zu kopieren, dabei aber Gefahr laufen, die eigene Identität aufs Spiel zu setzen.
3. Und einige Hersteller, die mit der Geschwindigkeit des Wandels schwer mithalten können und deswegen in ihren traditionellen Geschäftsmodellen gefangen bleiben.

In diesem Wettbewerbsumfeld gehen wir bei der BMW Group einmal mehr unseren eigenen, ausbalancierten Weg.

## Unternehmenskommunikation

## Presse-Information

Datum

08. Mai 2024

Thema

Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2024

Seite

2

Wir bleiben uns treu.

Wir analysieren und antizipieren ergebnisoffen aktuelle und zukünftige Entwicklungen. Daraus leiten wir unsere strategischen Stoßrichtungen ab.

Reaktionsfähigkeit und Handlungsspielräume, um auf Marktentwicklungen, Kundenwünsche und neue technologische Ansätze reagieren zu können, sind dabei unabdingbar.

Auf diese Weise haben wir uns einen Spitzenplatz bei der E-Mobilität gesichert und gleichzeitig wirtschaften wir auch in einem volatilen Umfeld mit anhaltend hoher Profitabilität.

So liegt seit nunmehr 9 Quartalen in Folge unsere EBIT-Marge im Segment Automobile im Zielkorridor von 8 – 10 Prozent oder, wie im 1. Quartal 2023, darüber. Die Gründe dafür hat Walter Mertl gerade erläutert.

Technologien, die echten Mehrwert für unsere Kunden bieten, stehen im Fokus unserer Entwicklung. Aus jahrzehntelanger Markterfahrung wissen wir, was unsere Kundinnen und Kunden wollen – über die gesamte Customer Journey. Mit diesem Wissen und unserem technologischen Know-how schnüren wir ein perfektes Gesamtkonzept.

Das lässt sich nicht so einfach kopieren.

Die BMW Group ist zudem einer der wenigen „echten“ globalen Player der Automobilindustrie. Sei es bei Produktion, Vertrieb oder Zulieferern – wir sind in allen wichtigen Märkten stark aufgestellt. Wir sind in jeder Region fest verankert und denken lokal für lokal.

Dieser globale Ansatz ist unsere große Stärke. Er schafft Resilienz, eröffnet Chancen und macht uns flexibel.

Darauf bauen wir auf. Das nutzen wir für unseren Geschäftserfolg – heute und in der Zukunft.

Der Blick auf die Weltregionen zeigt, dass sich die Märkte und die Nachfrage unserer Kunden weiterhin höchst heterogen entwickeln. Durch unsere Präsenz in allen großen Absatzmärkten können wir unterschiedliche Entwicklungen ausbalancieren.

## Unternehmenskommunikation

## Presse-Information

Datum

08. Mai 2024

Thema

Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2024

Seite

3

Unser BMW eigener Ansatz erlaubt es uns zudem, auf wechselnde Nachfrage, insbesondere bei den Antriebsformen, flexibel zu reagieren.

Aber lassen Sie mich ganz klar sagen: Beim Hochlauf der E-Mobilität fahren wir ein unverändert hohes Tempo, das kaum einer unserer Wettbewerber mitgehen kann.

Erst vor wenigen Wochen haben wir einen bedeutsamen Meilenstein passiert: Seit dem Marktstart des BMW i3 haben wir mehr als eine Million vollelektrische Fahrzeuge ausgeliefert. Ein Beleg für die Attraktivität unserer Produkte.

Das unterstreichen auch die aktuellen Zahlen im chinesischen BEV-Markt.

Dort ist BMW im ersten Quartal mit einem Plus von über 18% sowohl im Vergleich zum Gesamtmarkt für E-Fahrzeuge, als auch zum elektrischen Premiumsegment überproportional gewachsen.

Das bedeutet: Wir gewinnen Segmentanteile im weltweit größten Markt für E-Mobilität.

Aber unser Erfolg in China lässt sich nicht nur an Zahlen ablesen. Die BMW Group genießt dort hohes Ansehen als „local Player“. Das habe ich als Teilnehmer der Wirtschaftsdelegation um Bundeskanzler Olaf Scholz im April erlebt. Und auch der Besuch von Ministerpräsident Li Qiang auf dem Stand der BMW Group in Peking hat uns sehr gefreut.

Wir blicken mit Zuversicht auf die langfristigen wirtschaftlichen Perspektiven in China. Daher bereiten wir den Produktionsstandort unseres Joint Ventures BBA in Shenyang umfassend auf zukünftige Fahrzeugmodelle vor.

Ein entsprechendes „Memorandum of Understanding“ über Investitionen in Höhe von insgesamt rund 2,5 Milliarden Euro haben wir Ende April in Shenyang unterzeichnet.

Unser breit gefächertes E-Angebot, sei es bei BMW, MINI oder Rolls-Royce ist nicht nur in China gefragt, sondern weltweit.

Mit einem Zuwachs von rund 28 Prozent leisten die vollelektrischen Fahrzeuge auch im ersten Quartal 2024 einen wichtigen Beitrag zum Absatzwachstum und Ergebnis der BMW Group.

Auf der Auto China haben wir vor wenigen Wochen zwei Fahrzeuge vorgestellt, die diesen Trend weiter verstärken werden:

Den vollkommen neuen vollelektrischen MINI Aceman\* sowie eine Überarbeitung des ebenfalls elektrischen BMW i4\*.

Der BMW i4 kommt direkt aus dem Herzen der Marke BMW und ist eine Erfolgsgeschichte für sich. Seine Kombination aus E-Antrieb, Design und markentypisch dynamischen Fahreigenschaften begeistert.

Das ist es, was die Menschen mit BMW verbinden.

Mehr als 80.000 Kunden haben sich im vergangenen Jahr für einen BMW i4 entschieden. Damit ist er eines der meistverkauften BEVs im gesamten Premiumsegment.

Genauso markentypisch und modern geht es bei MINI weiter.

Die „New MINI Family“ ist ein echter Game Changer und interpretiert das einzigartige britische Erbe der Marke für die Zukunft völlig neu.

Der vollelektrische MINI Aceman setzt dabei frische Akzente. Mit ihm verfügt die „New MINI Family“ jetzt über drei Modelle, die unterschiedliche Segmente abdecken und neue Kundengruppen ansprechen.

So werden wir die Erfolgsgeschichte von MINI in unseren globalen Märkten fortsetzen und ausbauen.

Unser Wachstum und unser wirtschaftlicher Erfolg im Hier und Jetzt ist die Grundlage für die Zukunft.

Wir investieren so viel wie nie zuvor in die Entwicklung neuer Produkte, effizienter Technologien, automatisierter Fahrfunktionen sowie die Digitalisierung. Die NEUE KLASSE, als größte Einzelinvestition der Unternehmensgeschichte zeigt, wie wir ab 2025 die Marke BMW für die Zukunft neu definieren.

Sei es beim Design, dem Antrieb oder völlig neuen Formen der digitalen Interaktion zwischen Mensch und Maschine – mit der NEUEN KLASSE vollziehen wir in nahezu allen Technologiefeldern einen Weitsprung in die Zukunft. Davon werden alle zukünftigen BMW Modelle profitieren – unabhängig von der Antriebsform. So stellen wir sicher, dass unsere Kundinnen und Kunden immer die neueste Technik an Bord haben.

Starten wird die NEUE KLASSE mit einem Sports Activity Vehicle und einer Limousine im heutigen 3er Segment.

Einen Ausblick, wie diese Zukunft von BMW aussehen kann, haben wir auf unserer Jahreskonferenz gegeben.

Der BMW Vision Neue Klasse und der BMW Vision Neue Klasse X zeigen sowohl die Homogenität als auch die Bandbreite der NEUEN KLASSE. Zwischen den beiden Fahrzeugen ist viel Platz für Innovationen und neue Modelle.

Diesen Raum werden wir nutzen.  
Meine Damen und Herren,

die BMW Group wächst – ungeachtet der heterogenen Herausforderungen. Auch in Zeiten der Veränderung liefern wir konstant positive Finanz-Ergebnisse auf hohem Niveau.

Heute stellen wir die Weichen, um diese Erfolgsgeschichte auch in Zukunft fortzuführen – sei es bei unseren Marken und ihren Produkten, bei Zukunftstechnologien oder innerhalb des Unternehmens.

Wir sind global stark aufgestellt und behaupten unsere führende Position im weltweiten Premiumsegment.

Natürlich sehen wir, dass zahlreiche neue Akteure in diesem hochattraktiven Segment Fuß fassen wollen. Das nehmen wir sehr ernst.

Aber das ist keine Einbahnstraße.

## Unternehmenskommunikation

## Presse-Information

Datum

08. Mai 2024

Thema

Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2024

Seite

6

Sie können davon ausgehen: Jeder Akteur in dieser Industrie, egal ob ambitionierter Neueinsteiger oder etablierter Hersteller, hat die BMW Group ebenfalls sehr genau im Blick.

## Unternehmenskommunikation

## Presse-Information

Datum

08. Mai 2024

Thema

Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG  
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2024

Seite

7

**\*Verbrauchs-/Emissionsangaben:****BMW i4 eDrive40 Gran Coupé:** Energieverbrauch kombiniert: 19,1 kWh/100 km (WLTP); CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 0 g/km (WLTP); CO<sub>2</sub>-Klasse(n): A**MINI Aceman Electric:** MINI Aceman SE Pflichtangaben gemäß Pkw-EnVKV nach WLTP :  
Energieverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 14,6; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 0;  
CO<sub>2</sub>-Klasse: A