

Presse-Information
31. Juli 2025

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede**Oliver Zipse****Vorsitzender des Vorstands der BMW AG****Telefonkonferenz Halbjahresbericht zum 30. Juni 2025****München, 31. Juli 2025, 08:30 Uhr**

Meine Damen und Herren,

dank unserer vorausschauenden, starken Strategie, unseres attraktiven Produktportfolios sowie unseres globalen Teams und den weltweiten Standorten ist die BMW Group in der Lage, verschiedene Bedingungen zu meistern.

Das unterscheidet uns von der Konkurrenz. Und es unterstreicht, dass es nicht die eine Automobilindustrie gibt – die großen Akteure schneiden derzeit ganz unterschiedlich ab.

Im ersten Halbjahr zeigt unsere Absatz-Performance die Attraktivität unserer globalen Marken und den anhaltenden Erfolg unseres breiten technologischen Ansatzes.

Nachdem wir unsere ursprüngliche Prognose von unserer Jahreskonferenz nach den Ergebnissen des ersten Quartals bestätigt haben, bleiben wir auf Kurs mit unseren finanziellen Zielen für das Jahr – trotz anhaltender Unsicherheiten durch Zölle und Schwankungen auf dem chinesischen Markt.

Unvorhersehbarkeit war schon immer ein Merkmal der Automobilindustrie und ist die Norm im heutigen Geschäftsumfeld. Entscheidend ist, wie man damit umgeht. Denn globaler Erfolg beruht besonders auf der Fähigkeit, Entwicklungen vorherzusehen und rational sowie effizient zu reagieren.

Das ist das Fundament für die BMW Group. Auf unserer führenden Position in der Branche bauen wir auf.

Company
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postal address
BMW AG
80788 Munich

Telephone
+49 89-382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Der gesamte globale Automobilmarkt wächst. Wir sind immer bereit, profitabel Marktanteile zu gewinnen, wo es die jeweiligen Marktbedingungen zulassen. Während sich die Dynamik in der Branche verändert, erkennen wir genau, wo wir mit unseren Premiummarken positioniert sind und wo wir Chancen nutzen können – um dabei einen gesunden Ausgleich zwischen Profit und Volumen zu wahren.

Über viele Jahrzehnte haben wir in den wichtigsten Weltregionen ein umfassendes Vertriebs-, Produktions- und Lieferkettennetzwerk aufgebaut. Das macht uns zu einem der wenigen wirklich globalen Akteure der Branche und unsere tiefe lokale Verankerung bietet uns viele Vorteile.

Erstens können wir dadurch die aktuellen Entwicklungen in den Märkten nicht nur aktiv begleiten, sondern können auch davon profitieren. Unser globales Netzwerk hilft uns, spezifische Kundenbedürfnisse zu verstehen. Dank der Zusammenarbeit mit Forschungsuniversitäten, mit unserem F&E-Netzwerk und IT-Hubs sowie unserem Netzwerk lokaler Technologiepartner können wir Schlüsselkompetenzen aus einzelnen Märkten auf unsere globalen Produkte und Strategien übertragen.

Zweitens bleiben wir durch unsere umfangreiche Präsenz in wichtigen Märkten resilient gegenüber geopolitischer Instabilität und stetig zunehmender Regulierung.

Nicht zuletzt können wir dank unserer starken Verankerung in den Märkten direkte Gespräche mit wichtigen politischen Entscheidungsträgern führen, die unsere Perspektive schätzen. Hier geht es nicht nur um unsere eigenen Interessen, sondern vielmehr darum, Lösungen für Kunden weltweit zu finden und gemeinsam den wirtschaftlichen Wohlstand zu fördern.

Die BMW Group begrüßt die grundsätzliche Einigung zwischen der Europäischen Union und den USA über eine Absenkung der Zollsätze auf

beiden Seiten des Atlantiks. Nun gilt es, die verabredeten Maßnahmen zügig zu finalisieren und zu implementieren.

Wir werden uns weiter dafür einsetzen, dass der Handel zwischen der EU und den USA nicht durch Einfuhrzölle erschwert wird. Auch die jetzt vereinbarten Zölle belasten europäische Exporte und damit Verbraucher und global agierende Unternehmen. Daher appelliert das Unternehmen an beide Seiten, weiter an der Öffnung der Märkte und an der Konvergenz technischer Regeln zu arbeiten.

Durch unser globales Produktionsnetzwerk und unsere Lieferketten besitzen wir eine hohe Flexibilität und können auf Schwankungen reagieren. Unsere Produktion in den Werken können wir auf die Marktnachfrage anpassen, wodurch wir eine Kapazitätsauslastung über dem Branchendurchschnitt erreichen.

In unserem größten Einzelwerk in Spartanburg, USA produzieren wir beispielsweise über 400.000 Fahrzeuge jährlich. Über die Hälfte davon ist für den lokalen Markt bestimmt, während die andere Hälfte exportiert wird.

In den Vereinigten Staaten haben wir eine umfangreiche Wertschöpfungskette sowie ein Kompetenzzentrum für unsere beliebten X Modelle in Spartanburg, die weltweit stark nachgefragt sind.

BMW's, hergestellt in Amerika und weltweit ausgeliefert.

Wir kombinieren die Wettbewerbsvorteile des US-Marktes im SUV-Segment mit der Markenstärke von BMW. So entstehen Produkte, die weltweit Kundenbedürfnissen entsprechen.

Die Verkaufszahlen des aktuellen Geschäftsjahrs entsprechen auch im zweiten Quartal unseren Erwartungen, insbesondere angesichts der sich ändernden Marktbedingungen. Im zweiten Quartal haben sich die Absätze gegenüber dem ersten Quartal sequenziell verbessert.

Außerhalb Chinas verzeichneten alle drei unserer Hauptabsatzregionen Zuwächse. Der Konzernabsatz in diesen Märkten stieg in den ersten sechs Monaten des Jahres insgesamt um 6,3%.

Die Auslieferungen der BMW Group in Europa wuchsen im zweiten Quartal insgesamt um 10,2% und übertrafen dabei die Zuwächse des Automobilmarkts in den meisten europäischen Märkten. Allein in Deutschland legten die Auslieferungen um über 10% zu.

Insgesamt konnte die Marke BMW ihren Marktanteil in Europa ausbauen.

Zu den erfolgreichsten BMW Modellen gehörten die Modelle der Business Class. Die BMW 5er Reihe legte in der ersten Jahreshälfte weltweit um mehr als 40% gegenüber 2024 zu.

Ein weiteres Erfolgsmodell ist der BMW X2 – er konnte seinen Absatz mehr als verdoppeln.

Mit der vollen Verfügbarkeit der neuen MINI-Familie ist die Marke in allen Regionen weltweit gewachsen, auch in China. In der ersten Jahreshälfte war mehr als jeder dritte weltweit verkaufte MINI ein BEV.

Rolls-Royce steigerte die Auslieferungen im zweiten Quartal um fast 10%, angetrieben durch den starken Absatz des Cullinan Series II*.

In ihrem gesamten Portfolio, über alle Antriebsarten und Modellvarianten hinweg, war die BMW Group im zweiten Quartal erfolgreich. BMW M lieferte bis Juni über 105.000 Fahrzeuge aus und erzielte das beste erste Halbjahr in der Geschichte der Marke.

Die Verkaufszahlen der Plug-in-Hybrid-Modelle der Marke BMW sind in den ersten sechs Monaten um fast 30% gewachsen. Unsere BEV-Modelle sind weiterhin eine tragende Säule unserer Strategie. Im zweiten

Quartal haben wir mit der Auslieferung unseres 1,5-millionsten voll-elektrischen Fahrzeugs einen wichtigen Meilenstein erreicht. Über unser gesamtes Portfolio bieten wir nun mehr als 15 vollelektrische Modelle an.

In Europa erreichte der BEV-Anteil auf Konzernebene 25%. Einschließlich der PHEVs liegt der Anteil der elektrifizierten Fahrzeuge bei fast 40%. Über alle Marken hinweg ist BMW die drittmeistverkaufte BEV-Marke in Europa.

Während wir stolz auf unsere Position als ein führender Anbieter von BEVs sind, wissen wir, dass die Welt multidimensional ist.

Um den Wünschen der Kunden gerecht zu werden, insbesondere bei einem Produkt, das so komplex und persönlich ist wie ein Auto, gibt es nicht den einen Königsweg. Unsere Ergebnisse im zweiten Quartal zeigen, dass wir gleichzeitig mehrere Präferenzen bedienen können: BEVs, PHEVs und unsere M-Modelle sind gewachsen.

Der effektivste strategische Ansatz, CO₂-Emissionen insgesamt zu reduzieren, besteht darin, alle Technologien zu nutzen.

Wir bleiben den Zielen des Pariser Klimaschutzabkommens verpflichtet. Dennoch setzen wir uns für eine Überprüfung der Ziele für 2030 und 2035 in der EU ein. Denn um diese Ziele zu erreichen und eine wirksame CO₂-Regulatorik zu etablieren, müssen wir die gesamte Wertschöpfungskette in den Blick nehmen.

Dabei würden alle Emissionen über den gesamten Lebenszyklus hinweg berücksichtigt und nicht nur die Abgasemissionen: Von der Lieferkette über die Rohstoffe, die im Auto verwendet werden, den Produktionsprozess, den Antrieb des Fahrzeugs, die Energie, die zur Stromversorgung des Fahrzeugs verwendet wird, bis hin zum Recycling.

Eine Abhängigkeit von einer einzelnen Technologie kann der Industrie schaden. Alles auf eine Karte zu setzen, ist ein zu großes finanzielles Risiko.

Wasserstoff bietet Europa beispielsweise die Möglichkeit, vorhandenes Fachwissen zu nutzen und eine führende Rolle in einer neuen Technologie zu übernehmen, die zu unseren Klimazielen beiträgt. Und im Gegensatz zu BEVs ist dies ohne große Mengen an Rohstoffen oder Batterietechnologie möglich, die in Europa nicht in großem Maßstab produziert werden können.

Auch über die Antriebe hinaus bergen alternative Kraftstoffe großes Potenzial zur CO₂-Reduzierung. Es gibt mehr als 250 Millionen Fahrzeuge in der EU, die schon jetzt zum Klimaschutz beitragen könnten. Aber dies erfordert klare Regularien und gezielte Investitionen in den Ausbau aller erneuerbaren Kraftstoffe.

Nehmen wir HVO100 als Beispiel. Der alternative Kraftstoff ist bereits in Europas Märkten verfügbar – jetzt müssen Besteuerung und die CO₂-Emissionsregularien diesen Kraftstoff berücksichtigen, um ihn für Kunden attraktiver zu machen. So ließe sich ein alternativer Kraftstoff skalieren, der im Vergleich zu normalen Kraftstoffen eine CO₂-Einsparung von 90% bietet und bereits heute verfügbar ist. Für die Automobilhersteller und Kunden ist dies eine kosteneffiziente Möglichkeit, die Emissionen in der Nutzungsphase zu reduzieren.

Damit Europa weiterhin wettbewerbsfähig bleibt und seine Zukunft finanzieren kann, müssen wir nicht nur in neue Technologien investieren, sondern auch bestehende Technologien nutzen, die sowohl zu den Kundenpräferenzen passen und als auch gleichzeitig zu den Klimazielen beitragen können.

Die BMW Group steht nun nur noch fünf Wochen vor dem nächsten großen Innovationsschritt, auf den unser gesamtes Unternehmen seit vielen Jahren fokussiert ist: die Einführung der NEUEN KLASSE.

Am 5. September werden wir die Weltpremiere des brandneuen BMW iX3* auf der IAA Mobility hier in München feiern.

Im Juni haben wir Medienvertreter bei der Pre-Drive-Veranstaltung in Miramas im Süden Frankreichs empfangen. Das erste Feedback war überwältigend.

Wir liegen mit dem Launch genau im Zeitplan, einschließlich unseres neuen Werkes in Debrecen. Der Bau unseres Montagestandorts für Hochvoltsspeicher in Irlbach-Straßkirchen schreitet ebenfalls voran.

Mit der NEUEN KLASSE machen wir große Fortschritte in allen relevanten Technologien – sei es in der Elektrifizierung, der digitalen Benutzererfahrung, der Fahrdynamik, aber auch bei der Nachhaltigkeit.

Der neue BMW iX3 wird ein Benchmark in unserer Branche sein.

Die 6. Generation der BMW eDrive Technologie wird Maßstäbe in Leistung und Effizienz setzen:

- Angetrieben von unseren selbstentwickelten Batteriezellen mit 20% höherer Energiedichte.
- Eine elektrische Reichweite von bis zu 800 Kilometern gemäß WLTP.
- Mit einer maximalen Ladeleistung von 400 Kilowatt können Kunden in nur 10 Minuten mehr als 350 Kilometer Reichweite laden, gemäß WLTP.
- Und mit einem Energieverbrauch von 15 Kilowattstunden pro 100 Kilometer.

Darüber hinaus wird unser revolutionäres neues Panoramic iDrive die Art und Weise verändern, wie der Fahrer mit dem Auto interagiert. Mit dem BMW iDrive haben wir vor mehr als zwanzig Jahren einen Branchenstandard gesetzt. Nach der Enthüllung des brandneuen Panoramic iDrive auf der CES im Januar sehen wir bereits, dass die Branche unserem Beispiel folgt.

Mit den Technologieclustern, die wir für die NEUE KLASSE entwickelt haben, werden wir unsere fortschrittlichen Technologien im gesamten Portfolio skalieren. Wir werden in unserem Kernsegment beginnen, um schnell Momentum aufzubauen. Das ist ganz einfach ein kluges wirtschaftliches Konzept.

Bis 2027 werden wir weltweit 40 neue Modelle und Modellüberarbeitungen mit den Technologieclustern der NEUEN KLASSE und der neuen Designsprache auf die Straße bringen.

Unser Ansatz mit Technologieclustern ermöglicht es uns auch, marktspezifische Funktionen und Inhalte zu integrieren. In unseren wichtigsten Verkaufsregionen haben wir bereits eine Vielzahl dieser lokalen Features mit führenden Partnern. So können wir die digitale Benutzererfahrung sowie die Funktionen des autonomen Fahrens in unseren kommenden NEUE KLASSE-Modellen weiter verbessern.

In China arbeiten wir mit Alibaba Banma zusammen, um die nächste Stufe einer intuitiven Interaktion mit den Sprachassistenzsystemen im Fahrzeug zu entwickeln. Wir werden auch unseren BMW Intelligent Personal Assistant mit Funktionen von DeepSeek in unseren Fahrzeugen in China erweitern.

In den meisten anderen Ländern wird der nächste BMW Intelligent Personal Assistant mit der Large Language Modell-Technologie von Amazon Alexa betrieben.

Für Fahrassistenzsysteme, die den lokalen Bedürfnissen und Vorschriften entsprechen, arbeiten wir ebenfalls mit Partnern in den verschiedenen Regionen zusammen.

Wir folgen in diesem Bereich stets unserer Philosophie: intelligent, symbiotisch und sicher.

Vor zwei Wochen haben wir eine neue Partnerschaft mit Momenta, einem führenden Anbieter von ADAS-Technologie in China, angekündigt.

Die Partnerschaft wird sich auf die Softwareentwicklung und Integration für chinesische Straßennetze, Verkehrsbedingungen und Benutzererwartungen konzentrieren, wobei fortschrittliche KI-Algorithmen und datengestützte Entwicklungsmethoden genutzt werden. Wir werden die Systeme in China mit unserer NEUEN KLASSE einführen.

In anderen Märkten bauen wir weiter auf unsere bereits sehr erfolgreiche Partnerschaft mit Qualcomm.

Diese Beispiele zeigen, wie anpassungsfähig die Architektur der NEUEN KLASSE ist.

Mit einem softwaredefinierten Fahrzeug behalten wir die Kompetenz über alle Systeme des Autos und können sie gleichzeitig in allen Märkten weltweit einführen. Zudem sind wir in der Lage, lokale Technologiestacks schnell in unsere Fahrzeuge integrieren, um unseren Kunden Zugang zu den von ihnen bevorzugten Innovationen und Funktionen zu geben.

Mit der permanenten Updatefähigkeit unserer Fahrzeugsoftware durch Over-the-Air halten wir alle Funktionen und Aspekte aktuell und verbessern so kontinuierlich das Kundenerlebnis.

Das ist ein großer Vorteil für uns.

Meine Damen und Herren,

Unser konsequentes strategisches Vorgehen und unser fortwährender Erfolg sind das Ergebnis einer entschlossenen, langfristigen Planung und Ausrichtung. Es ist ein mehrjähriger Prozess in allen Bereichen des Unternehmens.

Das ist es, was unsere Stakeholder von uns erwarten.

Die Marke BMW ist ein Versprechen. Und wir halten unsere Versprechen.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 31. Juli 2025

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Telefonkonferenz Halbjahresbericht zum 30. Juni 2025

Seite 10

Wir bauen weiterhin auf der starken Position auf, in der wir uns heute befinden.

Mit der Einführung der NEUEN KLASSE Technologien und Produkte in den nächsten zwei Jahren werden wir das Unternehmen auf ein ganz neues Niveau heben.

Vielen Dank.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 31. Juli 2025

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Telefonkonferenz Halbjahresbericht zum 30. Juni 2025

Seite 11

Verbrauchs-/Emissionsangaben:*Rolls-Royce Cullinan Series II:** Energieverbrauch (kombiniert): 162,0 l/100km; CO₂-Emissionen (kombiniert): 365 g/km; CO₂-Klasse (kombiniert): G;**BMW iX3:** Energieverbrauch kombiniert: 18,0 kWh/100 km (WLTP); CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km (WLTP); CO₂-Klasse(n): A