

Presse-Information
12. März 2026

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede**Oliver Zipse****Vorsitzender des Vorstands der BMW AG****Jahreskonferenz 2026****BMW Welt in München, 11. März 2026, 08:00 Uhr****Teil I**

Guten Morgen meine sehr verehrten Damen und Herren und herzlich willkommen.

2025 war für die BMW Group in vielerlei Hinsicht ein besonderes und vor allem für die Zukunft wegweisendes Jahr.

Erstens:

Wir haben 2025 mit einem Konzernergebnis von über 10 Milliarden Euro ein solides Finanzergebnisse erwirtschaftet. Walter Mertl wird auf die Details gleich näher eingehen.

Zweitens:

Wir sind 2025 gewachsen, haben mehr Fahrzeuge verkauft als im Vorjahr und die Führung im weltweiten Premiumsegment ausgebaut.

Drittens:

Unsere Strategie der Technologieneutralität zeigt weiter ihre Stärke. Wir verzeichnen eine stabile Nachfrage bei Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren und wachsen bei den vollelektrischen und elektrifizierten Fahrzeugen.

Viertens:

Wir unterbieten aus eigener Kraft die CO₂-Flottenziele der EU für 2025 – und das erneut deutlich.

Und Fünftens:

Company
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postal address
BMW AG
80788 Munich

Telephone
+49 89-382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 12. März 2026

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2026

Seite 2

Mit dem BMW iX3* haben wir den Roll-out unserer NEUEN KLASSE erfolgreich gestartet und geben damit der Marke BMW und dem ganzen Unternehmen einen entscheidenden Impuls für die Zukunft.

All das zeigt: Wir liefern. Konsistent. Kontinuierlich.

Wir haben in den vergangenen Jahren die Weichen richtig gestellt und müssen strategisch nicht umsteuern. So halten wir das Unternehmen jetzt und auch in Zukunft auf Erfolgskurs.

Hier neben mir steht der neue BMW iX3. Dieses Fahrzeug steht für einen entscheidenden Moment in der neueren Geschichte der BMW Group: Den Serienstart unserer NEUEN KLASSE.

Die Produktion des iX3 in unserem neuen Werk in Debrecen ist erfolgreich angelaufen. Die ersten Kundinnen und Kunden haben ihre Fahrzeuge erhalten. Seit der vergangenen Woche steht der iX3 in den Showrooms unserer europäischen Händler.

Die Nachfrage für den iX3 übertrifft unsere Erwartungen deutlich. Sowohl bei den Bestellungen von Privat- als auch Flottenkunden. Und wir gewinnen auch viele Neukunden, die zuvor noch keinen BMW gefahren sind.

Unsere Auftragsbücher für den iX3 sind bis weit in das laufende Jahr hinein gefüllt. Wir nutzen die Flexibilität unserer Produktion und unseres Lieferantennetzwerkes und erhöhen unsere Kapazitäten entsprechend der Nachfrage.

Die NEUE KLASSE ist eine große Investition. Nur ein dauerhaft wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen wie die BMW Group kann so massiv in die Zukunft investieren.

Dieser Erfolg beruht auf drei wichtigen Parametern.
Ich nenne es das strategische Dreieck der BMW Group.

1. Unsere ausgewogene globale Positionierung in Vertrieb und Produktion.

2. Unserem attraktiven Produktportfolio über alle Marken, mit dem wir das komplette Premiumsegment abdecken.

3. Unserem konsistenten strategischen Ansatz der Technologieoffenheit.

Auf Punkt zwei und drei gehe ich nach Walter Mertl im zweiten Teil meiner Ausführungen ein.

In 2025 haben wir weltweit rund 2,46 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert und ein Absatzwachstum von 0,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt. Das zeigt: Die BMW Group verfügt über ein robustes und widerstandsfähiges Geschäftsmodell.

In Europa konnten wir unseren Absatz um mehr als sieben Prozent steigern und haben damit erstmals seit der Zeit vor COVID wieder über eine Million Fahrzeuge in der Region ausgeliefert.

Auch in den USA haben wir deutlich zugelegt und ein Wachstum von fünf Prozent erzielt – und das in einem gesättigten Marktumfeld.

In unseren Märkten außerhalb der großen Vertriebsregionen Europa, USA und China sind wir in einem insgesamt rückläufigen Umfeld in Summe ebenfalls gewachsen – um 3,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

China ist weiterhin unser größter Einzelmarkt und zeigt eine stabile Volumenentwicklung. Diese lag jedoch in der zweiten Jahreshälfte aufgrund des intensiven Wettbewerbsumfeldes unter unseren Erwartungen.

Durch diese insgesamt starke Entwicklung in drei unserer vier Vertriebsregionen konnten wir ein weltweites Wachstum erzielen. Das zeigt die Stärke unseres globalen Footprints.

Unsere weltweite Präsenz ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.

Alle Marken der BMW Group haben zu unserem Ergebnis für 2025 beigetragen.

Wesentliche Wachstumstreiber waren einerseits die elektrifizierten Modelle aller Marken, aber auch genauso die Performance Modelle unserer BMW M GmbH.

Die Marke BMW hat ihre weltweite Segmentführerschaft erneut behauptet. Besonders stark war die Nachfrage nach unseren Kernmodellen wie dem X1, dem X3 und dem X5 sowie nach Modellen der 3er und 5er Reihe.

Die BMW M GmbH hat ihre Erfolgsgeschichte auch 2025 eindrucksvoll fortgesetzt. Zum 14. Mal in Folge hat die M GmbH ihren Absatz gesteigert. Mit mehr als 213.000 ausgelieferten Fahrzeugen erreicht M einen historischen Höchstwert. Insbesondere der BMW M5* und der M5 Touring* sowie der X3 M50* waren Treiber dieses Erfolges.

Ein eindrucksvoller Beleg für die anhaltende Attraktivität und steigende Begehrlichkeit von absoluter Performance im Premiumsegment.

Auch MINI befindet sich mit der neuen Modellfamilie klar auf Wachstumskurs. Der Absatz ist im Vergleich zum Vorjahr um rund 18 Prozent gestiegen. Wachstumstreiber war insbesondere das vielseitigste MINI Modell im Portfolio, der MINI Countryman*: Er hat einen Anteil von über 32 Prozent am Gesamtvolumen der Marke.

MINI und Elektromobilität – das passt perfekt zusammen. Dieser Meinung sind auch unsere Kunden. Mehr als 100.000 verkaufte BEVs – das ist mehr als jeder dritte MINI – unterstreichen dies eindrucksvoll. Noch nie hat die Marke mehr E-Fahrzeuge innerhalb eines Jahres verkauft. Damit leistet MINI einen wichtigen Beitrag zur Elektrifizierung der BMW Group.

Bei unserer Luxusmarke Rolls-Royce blieb die Zahl der handgefertigten Fahrzeuge, die an Kunden ausgeliefert wurden, auf dem hohen Niveau des Vorjahres.

Der Wert und die Anzahl der Anfragen für hochgradig individualisierte Bespoke-Modelle stiegen weiter an. Der Hauptsitz von Rolls-Royce in Goodwood wird derzeit modernisiert und erweitert, um mehr Platz für Bespoke-Modelle und die Spitzenprodukte der Marke im Bereich Coachbuild zu schaffen.

BMW Motorrad hat seine starke Marktposition im Premium-Segment auch im vergangenen Geschäftsjahr erneut bestätigt. Trotz eines weltweit rückläufigen Gesamtmarktes im Segment über 500 Kubikzentimeter hat die Marke im vierten Jahr in Folge mehr als 200.000 Fahrzeuge ausgeliefert.

Insbesondere die R 1300 GS und die F 900 GS haben auch 2025 einen großen Anteil am Markterfolg von BMW Motorrad.

Meine Damen und Herren,

all das zeigt: Unser Multi-Brand-Premium-Ansatz sorgt für Stabilität und Wachstum.

Eine weitere große Stärke unseres Geschäftsmodells ist unsere Fähigkeit, unterschiedliche Kundenpräferenzen, unterschiedliche regionale Anforderungen und unterschiedliche technologische Entwicklungen parallel und profitabel zu bedienen.

Unsere elektrifizierten Fahrzeuge sind dafür der beste Beweis:

Im Jahr 2025 haben wir weltweit mehr als 640.000 elektrifizierte Fahrzeuge ausgeliefert. Damit lag ihr Anteil bei rund 26 Prozent unseres Gesamtabsatzes. Vollelektrische Fahrzeuge machten rund 18 Prozent unseres weltweiten Gesamtabsatzes aus.

Europa sticht dabei besonders heraus: Hier lag der Anteil elektrifizierter Fahrzeuge am Absatz sogar bei über 40 Prozent. Auch Plug-in-Hybride erfreuten sich 2025 großer Beliebtheit.

All das macht die BMW Group zu einem der führenden Anbieter von Elektromobilität im Premiumsegment.

Dank unserer ausgewogenen Mischung aus effizienten Antriebstechnologien und dem Wachstum bei Elektrofahrzeugen haben wir erneut die gesetzlichen CO₂-Vorgaben der Europäischen Union übertroffen.

Nach unseren vorläufigen internen Berechnungen haben wir 2025 in Europa Flottenemissionen von 90 Gramm CO₂ pro Kilometer erreicht. Damit liegen wir erneut deutlich unter dem gesetzlichen Ziel – und das ausschließlich durch eigene Anstrengungen. Wir sind nicht auf „Pooling“ mit anderen Herstellern oder „Averaging“ über mehrere Jahre angewiesen.

Dies ist ein klarer Beweis dafür, dass Technologieoffenheit und wirksamer Klimaschutz sich nicht gegenseitig ausschließen, sondern Hand in Hand gehen.

Die BMW Group bekennt sich weiterhin uneingeschränkt zu den Zielen des Pariser Klimaabkommens – und setzt sich gleichzeitig eigene ehrgeizige Ziele.

So wollen wir beispielsweise bis 2035 unsere CO₂-Emissionen um mindestens 60 Millionen Tonnen gegenüber dem Niveau von 2019 reduzieren.

Wir gehen unseren eigenen Weg – was heute wichtiger denn je ist. Denn einerseits sehen wir, dass die regulatorischen Rahmenbedingungen in einzelnen Märkten extrem volatil sein können. Andererseits sind wir überzeugt, dass das EU-Experiment, die Elektrifizierung vorzuschreiben, nicht die gewünschten Ergebnisse bringen wird – im Gegenteil.

Aus diesem Grund verfolgen wir weiterhin eine langfristige, ganzheitliche Dekarbonisierungsstrategie.

Wir bieten Lösungen nicht nur für Neufahrzeuge, sondern auch für die bestehende Flotte auf den Straßen an – basierend auf Technologieoffenheit über den gesamten Lebenszyklus unserer Fahrzeuge hinweg.

Aus diesem Grund integrieren wir auch Kraftstoffe wie HVO100 und setzen uns für ihre 100-prozentige Anrechnung bei der CO₂-Berechnung ein. Darüber hinaus würde die Anerkennung und Anrechnung von grünem Stahl die europäische Stahlindustrie stärken und Arbeitsplätze in Europa sichern.

Die Verwendung von mehr recycelten Materialien in Neufahrzeugen reduziert unseren Klimafußabdruck – wie unsere NEUE KLASSE zeigt. Ein ganzheitlicher Ansatz stärkt die europäischen Wertschöpfungsketten, sichert Arbeitsplätze und hält die Industrie wettbewerbsfähig. Gleichzeitig ermöglicht er einen wirksamen Klimaschutz und echte CO₂-Reduktionen.

Unternehmen sollten die Freiheit haben, auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnittene Lösungen anzubieten und gleichzeitig in geeignete neue Technologien zu investieren, um die Klimaziele der Europäischen Union zu erreichen.

Als Global Player stehen wir für freien Handel und Zusammenarbeit. Wir glauben nicht an Protektionismus, sondern an die Kraft der Innovation, um auf der globalen Bühne wettbewerbsfähig zu sein.

Mit dem Industrial Accelerator Act setzt die EU-Kommission jedoch ihren protektionistischen Kurs fort, ohne sich mit hausgemachten Herausforderungen wie hohen Energiepreisen auseinanderzusetzen. Eines ist klar: Ohne internationale Wertschöpfungsketten sind der Ausbau der Elektromobilität und die Entwicklung leistungsfähiger Batterietechnologien nicht realisierbar.

Bezeichnungen wie „Made in the EU“ oder „Union origin“ benachteiligen europäische Unternehmen mit globalen Wertschöpfungsketten, wenn sie nicht anerkennen, dass jeder in Europa ausgegebene Euro

gleichermaßen für Wohlstand und Arbeitsplätze zählt. Ganz gleich, ob das Auto in Europa bleibt oder exportiert wird.

Stattdessen sollte die Entwicklung von Know-how und Produktion für Batteriezellentechnologien in der EU so schnell wie möglich gefördert und wirksam incentiviert werden.

In diesem Jahr müssen wir gemeinsam mit den politischen Entscheidungsträgern realistische Lösungen finden, die es uns ermöglichen, unsere Klimaziele zu erreichen und unsere Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Meine Damen und Herren,

das Jahr 2025 war ein Jahr mit sehr unterschiedlichen Entwicklungen: starkes Wachstum in Europa und den USA, eine deutlich schwierigere Situation in China, steigender Wettbewerbsdruck und zusätzliche Belastungen durch Zölle.

Und dennoch zeigt die BMW Group weiterhin eine stabile Performance. Weil wir frühzeitig gehandelt haben. Unsere internen Kostenstrukturen angepasst und konsequent an unserer strategischen Ausrichtung festgehalten haben.

Diese Kombination aus operativer Leistungsstärke im Hier und Jetzt und einer klaren langfristigen Perspektive ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für unser Unternehmen.

Und damit komme ich noch einmal zurück zu dem Fahrzeug neben mir.

Der BMW iX3 und die Technologien der NEUEN KLASSE sind der Beweis für unsere Innovations- und Leistungskraft. Sie zeigen: Wir sind „Already Ahead“.

Wie sich unsere operative Stärke konkret in unseren Finanzkennzahlen niederschlägt, wird Ihnen jetzt unser Walter Mertl im Detail erläutern.

Anschließend werfen ich mit Ihnen einen Blick auf das Jahr 2026 und weitere Produktneuheiten.

Teil II

Meine Damen und Herren,

Mit Blick auf dieses Jahr und darüber hinaus werden drei Schlüsselfaktoren entscheidend sein.

1. Für unsere Ziele 2026: Das aktuell verfügbare Produktportfolio, das wir in den vergangenen Jahren Stück für Stück aufgebaut haben.
2. Für dieses und die kommenden Jahre: Der Rollout von weiteren Modellen der NEUEN KLASSE sowie die Integration der Technologien der NEUEN KLASSE in das gesamte Produktportfolio.
3. Die Tech-Cluster der NEUEN KLASSE, die schnelle Weiterentwicklungen und die Zusammenarbeit mit führenden Tech-Playern weltweit möglich macht.

Zum ersten Punkt:

Mit unserem aktuellen Produktportfolio der Konzernmarken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad decken wir alle wesentlichen Segmente mit einem Premiumangebot ab – vom urbanen Kleinwagensegment mit MINI bis hin zur absoluten Luxusklasse von Rolls-Royce.

Zu Beginn dieses Jahres haben wir unserem Markenportfolio eine weitere hochexklusive Facette hinzugefügt: BMW ALPINA.

Die Traditionsmarke BMW ALPINA steht für maximale Performance, herausragenden Fahrkomfort kombiniert mit einzigartigen Individualisierungsmöglichkeiten.

Eine ideale Ergänzung unseres bestehenden Portfolios im Segment der individuellen und hochveredelten Fahrzeuge. Damit erschließen wir ein wachstumsstarkes und hochprofitables Segment über den Topmodellen der Marke BMW und unterhalb unserer Luxusmarke Rolls-Royce.

Insgesamt verfügt die BMW Group damit über eines der umfassendsten und differenziertesten Premiumangebote der Branche. Kein anderer Hersteller deckt das gesamte Premiumsegment in vergleichbarer Breite und Tiefe ab.

Eine zentrale Stärke dieses Portfolios ist unser konsequent technologieutraler Ansatz. Wir haben früh auf einen marktorientierten Mix der verschiedenen Antriebsformen gesetzt.

Diesen BMW eigenen Weg führen wir fort und folgen auch in Zukunft konsequent den unterschiedlichen Anforderungen der Märkte und Kunden weltweit.

Dank der sehr frühen Entscheidung für diesen Weg, haben wir nötige Investitionen rechtzeitig getätigt und können nun das Marktpotenzial unserer Produkte voll ausspielen.

In allen relevanten Segmenten bieten wir heute batterieelektrische Fahrzeuge an. Bis zum Jahresende werden es insgesamt 20 BEVs über alle Marken sein. Damit werden wir unsere starke Position im Wettbewerb weiter ausbauen.

Gleichzeitig bleiben auch Plug-in-Hybride wichtig. Sie sind keine „Brückentechnologie“, sondern für viele Menschen in allen Weltregionen die einzige Möglichkeit, elektrische und damit lokal emissionsfreie Mobilität in ihren Alltag zu integrieren.

Zusammen mit unserem Angebot an hoch effizienten Verbrennungsmotoren ermöglicht dieser Ansatz maximale Flexibilität – und stellt sicher, dass regionale Marktchancen jederzeit optimal genutzt werden können.

Dieses starke Portfolio bildet die zentrale Grundlage für den Geschäftserfolg im Jahr 2026 – und darüber hinaus.

Gleichzeitig bauen wir – und das führt mich zum zweiten Punkt – mit der NEUEN KLASSE unseren aktuellen Vorsprung konsequent weiter aus.

Der Marktstart der NEUEN KLASSE ist mit dem BMW iX3 erfolgt. Seine Markteinführung ist jedoch nur der Auftakt. Weitere vollelektrische Modelle mit den NEUEN KLASSE Innovationen und dem neuen Design werden folgen.

Bereits in der kommenden Woche steht ein besonderes Highlight an: Dann zeigen wir den vollelektrischen BMW i3, den ersten Vertreter der nächsten Generation der BMW 3er Reihe.

Der neue BMW i3 bringt unsere NEUE KLASSE direkt ins Herz der Marke BMW.

Lassen Sie sich überraschen, was die Technologien der NEUEN KLASSE in einem Fahrzeugkonzept wie dem 3er leisten werden. Das wird „Freude am Fahren“ auf dem übernächsten Level.

Einen kleinen Ausblick darauf, was wir nächste Woche präsentieren werden, gebe ich Ihnen gerne schon heute.

Meine Damen und Herren,

ich freue mich darauf, dieses Fahrzeug nächste Woche unseren BMW Fans weltweit zu präsentieren.

Danach sehen wir uns auf der Messe in Peking. Dort stellen wir mit der Chinaversion des BMW iX3 das nächste Modell der NEUEN KLASSE vor.

Bei diesem ausschließlich für China entwickelten Fahrzeug haben wir die Produktsubstanz stark an die konkreten Wünsche und Bedürfnisse unserer chinesischen Kunden angepasst.

Das Ergebnis: Das chinesischste Auto, das wir je gebaut haben.

Das erste Feedback von lokalen Medienvertretern ist sehr gut. Die Fahreigenschaften werden besonders gelobt. Und auch die chinaspezifischen digitalen Features kommen sehr gut an.

2027 läutet BMW M dann eine neue Ära im High-Performance-Segment ein. Mit dem ersten vollelektrischen und rennstreckentauglichen M Fahrzeug auf Basis der NEUEN KLASSE.

Parallel zur Entwicklung der NEUEN KLASSE haben wir in unserem Zulieferer- und Produktionsnetzwerk die Voraussetzungen für einen schnellen Hochlauf geschaffen.

In unserem neuen Werk im ungarischen Debrecen ist die Produktion des iX3 erfolgreich angelaufen.

In unserem Stammwerk hier in München läuft in der zweiten Jahreshälfte die Serie des neuen BMW i3 an. Dafür haben wir das Werk München im laufenden Betrieb umfassend modernisiert. Ab Ende 2027 produzieren wir in München ausschließlich E-Fahrzeuge.

Die Produktion von Hochvoltspeichern startet in unserem neuen Werk in Irlbach-Straßkirchen ebenfalls in der zweiten Jahreshälfte. Von dort versorgen wir unsere Werke in Deutschland mit Hochvoltspeichern der 6. Generation.

Unser Werksverbund in Shenyang, China, steht ebenfalls bereit, die NEUE KLASSE in China und für China zu fertigen.

Und auch in unserem größten Werk in Spartanburg USA modernisieren wir das Produktionssystem konsequent für die Technologien der

NEUEN KLASSE. Dazu zählt auch die neue Montagefabrik für Hochvoltspeicher im nahegelegenen Woodruff.

So schaffen wir in allen Werken unseres Produktionsnetzwerks die Voraussetzungen, um die Technologien der NEUEN KLASSE möglichst schnell in alle Modelle der Marke BMW zu implementieren.

Allein bis 2027 bringen wir insgesamt mehr als 40 neue oder überarbeitete Modelle auf den Markt. Jedes wird von den Technologien der NEUEN KLASSE profitieren. Immer passend zu den Konzeptanforderungen und unabhängig von der Antriebstechnologie.

Bestes Beispiel dafür: Die nächste Generation unseres BMW X5. Im Sommer stellen wir den Nachfolger unseres aktuellen Erfolgsmodells offiziell vor. Der BMW X5 wird das erste BMW Modell sein, das mit insgesamt fünf Antriebsvarianten erhältlich sein wird. Mit hocheffizienten, herkömmlichen Antrieben, als Plug-in-Hybrid, vollelektrisch und ab 2028 auch mit Wasserstoff als Energieträger. So legen wir den Grundstein, um den vielfältigen Anforderungen und Kundenbedürfnissen weltweit heute und in Zukunft erfolgreich gerecht zu werden.

Etwas früher, auf der Messe in Peking, stellen wir das erste Fahrzeugupdate vor, das mit Technologien der NEUEN KLASSE ausgestattet wird: die Modellüberarbeitung des BMW 7er vor.

Das Ergebnis: Ein nahezu komplett neues Fahrzeug. Wir nutzen die neuen Möglichkeiten der Technologien der NEUEN KLASSE und heben unsere Luxuslimousine auf ein technisch und optisch völlig neues Niveau.

Das führt mich zu Punkt drei, den Technologiecluster der NEUEN KLASSE und ihre Potenziale.

Mit den eigens für die NEUE KLASSE geschaffenen Technologieclustern und unserem modularen Technologieansatz können wir gezielt marktspezifische Funktionen und Inhalte in die Fahrzeuge einbinden.

Gleichzeitig stärken wir unsere Forschungs- und Entwicklungskapazitäten, um schneller und flexibler auf lokale Kundenbedürfnisse reagieren und passende Lösungen anbieten zu können.

In unseren wichtigsten Absatzregionen haben wir bereits zahlreiche Features zusammen mit führenden lokalen Partnern realisiert.

Im chinesischen Markt kooperieren wir beispielsweise mit Alibaba Banma, um die nächste Generation der intuitiven Sprachsteuerung im Fahrzeug zu etablieren. Außerdem wird der BMW Intelligent Personal Assistant dort um Funktionen von DeepSeek erweitert.

In den anderen internationalen Märkten, darunter auch Europa, setzen wir künftig auf die Integration von Alexa+ als Herzstück unseres BMW Intelligent Personal Assistant. Dank der fortschrittlichen Large Language Modell-Technologie von Amazon Alexa+ können unsere Kunden von einem noch intelligenteren, vernetzten und persönlich auf sie zugeschnittenen Sprachassistenten profitieren.

Mit unseren Fahrerassistenzsystemen bieten wir weiterhin das bestmögliche Kundenerlebnis in jeder Region – zugeschnitten auf die lokalen Anforderungen.

Um dies zu erreichen, arbeiten wir eng mit ausgewählten Partnern zusammen.

Unser Leitprinzip bleibt dabei unverändert: Smart, symbiotic und safe.

Erst vor kurzem haben wir im chinesischen Markt eine neue Kooperation mit Momenta gestartet, einem führenden Anbieter von ADAS-Technologie in China. Außerhalb des chinesischen Marktes kooperieren wir mit dem US-Unternehmen Qualcomm.

Beide Kooperationen fokussiert sich auf die gemeinsame Entwicklung und Integration von Software für verschiedene Straßenverhältnisse, Verkehrsbedingungen und Nutzeranforderungen – unter Einsatz modernster KI-Algorithmen und datengetriebener Methoden.

Diese Beispiele unterstreichen die außergewöhnliche Flexibilität und Skalierbarkeit der Tech-Cluster der NEUEN KLASSE.

Mit der softwaredefinierten NEUEN KLASSE behalten wir die Kontrolle über sämtliche Systeme und können diese weltweit gleichzeitig ausrollen. Darüber hinaus sind wir in der Lage, lokale Technologiestacks schnell zu integrieren und unseren Kunden Zugang zu den Innovationen und Funktionen zu bieten, die sie bevorzugen.

Dank der kontinuierlichen Over-the-Air-Updates bleibt unsere Fahrzeugsoftware zudem stets aktuell und wir können auch neue Funktionen im Fahrzeug realisieren.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen: Die BMW Group ist erfolgreich und bleibt hochinnovativ. Das aktuelle Produktportfolio zählt zu den breitesten und attraktivsten im Premiumsegment weltweit. Mit der NEUEN KLASSE und ihren Technologien haben wir uns zudem einen deutlichen Wettbewerbsvorteil verschafft. Diese Stärken werden wir für unseren wirtschaftlichen Erfolg nutzen.

Klar ist aber auch: Unsere Welt bleibt instabil und es gibt auch im aktuellen Geschäftsjahr zahlreiche Risiken.

Wir begegnen diesen Herausforderungen mit strategischer Konsistenz sowie markt- und chancenorientiertem Weitblick. Unser globaler Fußabdruck, sei es im Vertrieb, Forschung und Entwicklung oder Produktion schafft die Voraussetzungen, um Unabwägbarkeiten ausgleichen und auf plötzliche Ereignisse flexibel reagieren zu können.

Auf diesen Stärken bauen wir im laufenden Geschäftsjahr und den kommenden Jahren weiter auf. Vielen Dank.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 12. März 2026

Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, Jahreskonferenz 2026

Seite 17

Verbrauchs-/Emissionsangaben:*BMW iX3 50 xDrive:** Energieverbrauch kombiniert: 17,9–15,1 kWh/100 km (WLTP); CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km (WLTP); Elektrische Reichweite: 678–805 km (WLTP); CO₂-Klasse: A**BMW M5 Limousine:** Energieverbrauch gewichtet kombiniert: 17,7–17,3 kWh/100 km und 5,2–4,9 l/100 km (WLTP); CO₂-Emissionen gewichtet kombiniert: 118–113 g/km (WLTP); CO₂-Klassen: Bei entladener Batterie G; gewichtet kombiniert D-C; Kraftstoffverbrauch bei entladener Batterie: 10,7–10,5 l/100 km (WLTP)**BMW M5 Touring:** Energieverbrauch gewichtet kombiniert: 18,1–17,7 kWh/100 km und 5,5–5,2 l/100 km (WLTP); CO₂-Emissionen gewichtet kombiniert: 124–118 g/km (WLTP); CO₂-Klassen: Bei entladener Batterie G; gewichtet kombiniert D; Kraftstoffverbrauch bei entladener Batterie: 11,0–10,7 l/100 km (WLTP)**BMW X3 M50 xDrive:** Energieverbrauch kombiniert: 8,3 l/100 km (WLTP); CO₂-Emissionen kombiniert: 189 g/km (WLTP); CO₂-Klasse: G**MINI Countryman C:** WLTP Energieverbrauch kombiniert: 6,2 l/100 km; WLTP CO₂-Emissionen kombiniert: 141 g/km; CO₂-Klasse: E