

Presse-Information
14. März 2025

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede**Oliver Zipse****Vorsitzender des Vorstands der BMW AG****Jahreskonferenz 2025****BMW Welt in München, 14. März 2025, 08:00 Uhr MEZ****Teil I:**

Guten Morgen meine Damen und Herren,

willkommen zu unserer Jahreskonferenz.

2025 ist für die BMW Group in vielerlei Hinsicht ein richtungsweisendes Jahr. Wir stellen jetzt die Weichen für den Erfolg der kommenden Dekade.

Gleichzeitig haben wir für das aktuelle Geschäftsjahr einen klaren Wachstumsanspruch. Und das ausdrücklich, obwohl die globalen Rahmenbedingungen volatil sind und wir parallel mit der NEUEN KLASSE unser größtes Zukunftsprojekt auf die Straße bringen.

Wir haben einen klaren Plan: Wir fokussieren uns konsequent auf Innovationen und nachhaltiges Wachstum. In 2025 rechnen wir wieder mit steigenden Absatzzahlen. Gleichzeitig sinken unsere Investitionen wie geplant. Somit werden wir unseren Free Cash Flow steigern.

Für unsere Zuversicht gibt es vier Gründe:

Unsere Strategie ist robust und richtungsweisend. Wir setzen in entscheidenden Bereichen die Pace. Unser Ansatz der Technologieoffenheit zeigt Erfolg und setzt sich durch. Politik und Wettbewerb schwenken auf unseren Weg ein, den wir konsequent weiterverfolgen.

Company
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postal address
BMW AG
80788 Munich

Telephone
+49 89-382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 14. März 2025
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Jahreskonferenz 2025
Seite 2

Die BMW Group ist einer der wenigen echten globalen Player in unserer Industrie. Unser umfassender weltweite Fußabdruck eröffnet Chancen, macht uns resilient und schafft die nötige Flexibilität, um auf externe Einflüsse jederzeit adäquat reagieren zu können.

Mit BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad haben wir vier starke Marken, die sich auf der ganzen Welt großer Beliebtheit erfreuen. Jede Marke hat ihre spezifische Ausprägung und bietet emotionale Produkte für unterschiedliche Zielgruppen.

Unsere NEUE KLASSE. Kein anderer Hersteller hat ein so ambitioniertes und zukunftsweisendes Projekt kurz vor dem Produktionsstart wie wir. Dazu komme ich im zweiten Teil meiner Ausführungen.

Zum ersten Punkt: Unsere strategische Ausrichtung.

Unser technologieoffener Ansatz ist marktorientiert und ermöglicht es uns, in allen Märkten und Regionen die sich bietenden Potenziale bestmöglich zu nutzen.

Dabei machen wir keinen Unterschied. Sei es mit Verbrennungsmotor, als Plug-in-Hybrid, vollelektrisch oder ab 2028 auch mit Wasserstoff als Energieträger – wir implementieren Design, Innovation und die neuesten Technologien konsistent in all unsere Fahrzeuge.

Diese technologische Breite beherrscht niemand besser als wir.
Das belegen zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen.

Unser Vorgehen findet auch in der Politik immer mehr Gehör. Wettbewerber schwenken ebenfalls auf unseren Ansatz um.

Denn wir haben bewiesen:

Technologieoffenheit, Wachstum und die Verringerung der CO₂-Emissionen sind sehr wohl vereinbar.

Schauen wir auf 2024:

Mit mehr als 2,45 Millionen verkauften Fahrzeugen und einer EBIT-Marge im Segment Automobile von 6,3 Prozent haben wir unsere angepassten Ziele erreicht.

Unsere Fahrzeuge mit hocheffizienten Verbrennungsmotoren sind global unverändert sehr gefragt. Wichtigster Wachstumstreiber bleiben batterieelektrische Fahrzeuge.

Während andere Hersteller, darunter auch reine E-Anbieter, zum Teil deutliche Rückgänge verzeichnet haben, sind wir in einem herausfordernden Marktumfeld mit unserem vollelektrischen Automobilen gewachsen. So lag der BEV-Absatz 2024 mit einem Plus von mehr als 13 Prozent erneut deutlich über Vorjahr.

Der Anteil vollelektrischer Fahrzeuge an unserem Gesamtabsatz lag 2024 bei über 17%. Rechnet man die Plug-in-Hybride hinzu, war nahezu jedes vierte Fahrzeug elektrifiziert.

Auch 2025 wollen wir bei der E-Mobilität wachsen. Damit erreichen wir zwei große Meilensteine: in Summe werden wir dann seit dem Produktstart des BMW i3 und des BMW i8 über 3 Millionen elektrifizierte und mehr als 1,5 Millionen BEVs verkauft haben.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 14. März 2025
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Jahreskonferenz 2025
Seite 4

Unsere Kundinnen und Kunden haben die Wahl zwischen mehr als 15 BEVs über alle Marken. Ein Beispiel ist die Neuauflage des BMW iX*. Mit dem gerade vorgestellten Update hat er eine beeindruckende elektrische Reichweite von über 700 Kilometern nach WLTP. Und das bei gleichzeitig deutlich gesteigerter Antriebsleistung.

Das ist BMW EfficientDynamics.

Das Zusammenspiel von elektrifizierten Fahrzeugen und hocheffizienten Verbrennungsmotoren schlägt sich auch positiv in unserer Klimabilanz nieder. 2024 hat die BMW Group ihr CO₂-Flottenziel in der EU erneut deutlich unterschritten – um mehr als 30 Gramm. Nach unseren internen Berechnungen liegen wir das erste Mal unter 100 Gramm pro Kilometer nach WLTP.

Dieses Zusammenspiel setzen wir fort und bieten unseren Kunden immer die neueste Technologie unabhängig von der Antriebsform an. Voraussetzung dafür ist die hohe Flexibilität in unserem Produktionsnetzwerk.

Damit komme ich zum zweiten Punkt:
Der globale Fußabdruck der BMW Group.

Die BMW Group ist ein echter global Player. Nur sehr wenige Automobilhersteller haben eine so umfassende Präsenz in allen relevanten Wirtschaftsräumen wie wir – sei es im Vertrieb, bei Forschung und Entwicklung, Produktion sowie mit unserem Lieferantennetzwerk. Diese Kombination ist ein entscheidender strategischer Vorteil, der uns in einer zunehmend fragmentierten Welt vom Wettbewerb abhebt.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 14. März 2025
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Jahreskonferenz 2025
Seite 5

Wir bauen unseren Local-for-Local-Ansatz konsequent weiter aus. Damit verbessern wir kontinuierlich den Zugang zu den verschiedenen Marktregionen und stärken unsere Resilienz insbesondere in den Lieferketten.

Ein Beispiel sind unsere Montagewerke für Hochvoltbatterien in den drei großen Vertriebsregionen Europa, Amerikas und China. Insgesamt entstehen in enger Anbindung an unsere Produktionsstandorte weltweit fünf neue Standorte für die kommende Generation der Hochvoltbatterien, inklusive eines lokalen Zulieferernetzwerkes. So schaffen wir bereits heute die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Wachstum in der Zukunft.

Wir passen sukzessive unser Produktionsnetzwerk an den steigenden Absatz von E-Fahrzeugen an. Unser neues Werk im ungarischen Debrecen ist ab Ende dieses Jahres das erste Werk, das ausschließlich E-Fahrzeuge produziert. Das Stammwerk in München folgt ab 2027.

Die Produktion folgt bei uns dem Markt und das Produktangebot der Nachfrage. Wir produzieren in den drei großen Marktregionen Europa, USA und China jeweils fast genauso viele Fahrzeuge, wie wir dort verkaufen. Diese Ausgeglichenheit ist ein weiteres Alleinstellungsmerkmal der BMW Group.

Gleichzeitig sind Deutschland und die USA für uns zentrale Export-Standorte: Über eine Million Automobile haben wir 2024 in unseren Werken in Deutschland gefertigt. Das entspricht rund einem Viertel aller in Deutschland produzierten Automobile. 56 Prozent davon gehen in den Export außerhalb der EU. Ein eindrucksvoller Beleg der wertschöpfenden Bedeutung der BMW Group für den Wirtschaftsstandort Deutschland.

In den USA, wo jedes zweite Fahrzeug aus Spartanburg in den Export geht, haben wir einen Exportwert von über 10 Milliarden US-Dollar generiert. Das

macht die BMW Group 2024 erneut zum größten Automobilexporteur nach Wert in den Vereinigten Staaten. Wir profitieren von einer integrierten Weltwirtschaft. Daher treten wir weiterhin für offene Märkte und Freihandel ein.

Damit zum 3. Punkt: Die Performance unserer Marken.

Der Erfolg der BMW Group basiert auf der weltweiten Strahlkraft unserer vier Marken. Gleichzeitig wissen wir, wie wir mit unseren Produkten die spezifischen Wünsche unserer Kunden in den Märkten erfüllen können.

Unsere Kernmarke BMW hat im vergangenen Jahr ihre Stärke voll ausgespielt. In drei von vier Regionen hat BMW den Absatz gesteigert und Marktanteile hinzugewonnen.

Damit steht BMW weiter an der Spitze des weltweiten Premiumsegments.

Speziell in Europa hat BMW stark performt. Allen voran in Italien, Spanien, Frankreich und Großbritannien mit zweistelligen Wachstumsraten. Mit einem Plus von 6 Prozent ist die Marke in Europa damit deutlich stärker gewachsen als der Gesamtmarkt, der nur um knapp 1 Prozent zugelegt hat.

Im wichtigen US-Markt haben wir zum zweiten Mal in Folge einen Absatzrekord erzielt. Auch hier entfaltet sich die Stärke unseres marktorientierten Ansatzes bei den Antrieben.

Dank des stetig wachsenden Angebots bei unseren BEVs haben wir erstmals in den USA mehr als 50.000 E-Fahrzeuge verkauft. Mit diesem Momentum blicken wir optimistisch in dieses Jahr, in dem wir „50 Jahre BMW Nordamerika“ feiern.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 14. März 2025
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Jahreskonferenz 2025
Seite 7

Und in unseren Märkten außerhalb der großen Vertriebsregionen Europa, Amerikas und China sind wir in einem insgesamt rückläufigen Umfeld in Summe ebenfalls gewachsen. Dort stehen wir das erste Mal überhaupt an der Spitze des Premiumsegments. Wachstumstreiber waren hier Märkte wie Südkorea, Australien und Indien.

China bleibt unverändert ein Schlüsselmarkt für die BMW Group. Mehr als ein Viertel aller Fahrzeuge haben wir dort 2024 verkauft. In einem hochdynamischen und von gestiegenem Wettbewerbsdruck geprägten Umfeld hat BMW mit einem Marktanteil von 3 Prozent die Position als Segmentführer behauptet. Damit waren wir in dem von uns anvisierten Korridor.

2024 haben wir in China erstmals über 100.000 BEVs an Kunden ausgeliefert. Damit ist China unser absatzstärkster Einzelmarkt für E-Fahrzeuge – auch wenn die anhaltend gedämpfte Verbraucherstimmung im vergangenen Jahr auch unsere Absatzentwicklung beeinflusst hat.

Einen wichtigen Anteil am Markterfolg 2024 hatten erneut die deckungsbeitragstarken Fahrzeuge der BMW M GmbH. Zum 13. Mal in Folge ist der Absatz von M gestiegen. Fast jeder zehnte verkaufte BMW trug das markentypische M. Insbesondere in China hat die Nachfrage nach den sportlichsten BMW Modellen weiter zugenommen.

Für MINI ist 2025 das erste Jahr, indem die neue MINI Familie komplett ist. Dieses Potenzial werden wir ausschöpfen.

Insgesamt stehen fünf einzigartige Modelle – darunter drei BEVs – zur Auswahl. Insbesondere die vollelektrischen MINI Modelle, allen voran der MINI Cooper Electric*, finden großen Zuspruch. Mit einem Plus von über 24 Prozent gegenüber Vorjahr legte der Absatz der MINI BEVs im vergangenen Jahr

sehr dynamisch zu. Mittlerweile pulsiert in nahezu jedem vierten MINI ein elektrisches Herz.

Im absoluten Luxussegment setzt Rolls-Royce weiterhin den Maßstab. Mit mehr als 5.700 Einheiten bewegt sich der Absatz von RR weiterhin auf hohem Niveau. Insbesondere der vollelektrische Spectre* hat im ersten vollen Verkaufsjahr die Erwartungen deutlich übertroffen. Jeder dritte Rolls-Royce ist mittlerweile vollelektrisch.

BMW Motorrad hat 2024 ebenfalls überzeugt.

Über 210.000 Einheiten sind ein neuer Absatz-Rekord. Damit steht BMW Motorrad weiterhin unangefochten an der Spitze des globalen Premium Motorrad Segments.

Meine Damen und Herren,

das alles zeigt: Die BMW Group ist über alle Marken, Antriebstechnologien und Segmente optimal positioniert, um ihren Wachstumskurs fortzusetzen. Mit unserem globalen Ansatz haben wir die richtigen Antworten auf die weltweiten Herausforderungen. Zudem konnten wir dadurch schon oft schwankende Nachfragen in einzelnen Märkten kompensieren.

Den Konzernabschluss für 2024 und den Ausblick auf unsere Ziele für 2025 wird Ihnen nun Walter Mertl präsentieren.

Teil II:

Meine Damen und Herren,

Wachstum und Innovation, das sind zwei der Hauptthemen, auf die wir uns in diesem Jahr fokussieren. Gleichzeitig stehen wir an der Schwelle in ein völlig neues Zeitalter.

Ende des Jahres fällt der Startschuss für unsere NEUE KLASSE. Ein Projekt, das in dieser Form und Bedeutung in der Geschichte der BMW Group einzigartig ist.

Mit der NEUEN KLASSE machen wir die Mobilität der Zukunft schon dieses Jahr zur Realität. Fahrdynamik, Antrieb, Batterietechnologie, Bedienkonzept, Digitalisierung: Jeden dieser Aspekte haben wir deutlich weiterentwickelt und wie beim Design mitunter eine Generation übersprungen.

So definieren wir nicht nur die Marke BMW völlig neu, sondern auch die Zukunft der individuellen Mobilität.

Hier neben mir steht der BMW VISION Neue Klasse X. Die Serienversion dieses Fahrzeugs macht den Anfang. Die Produktion läuft Ende des Jahres in unserem neuen Werk in Debrecen an.

Danach geht es in schneller Folge weiter. Darunter bereits 2026 mit einer sportlichen Limousine im Herzen der Marke BMW.

Ganz bewusst starten wir in volumenstarken Segmenten. Unsere Innovationen sollen in der Breite wirken, nicht in Nischensegmenten.

Bis 2027 werden wir von Elektro über Plug-in-Hybrid bis zum Verbrennungsmotor mehr als 40 neue oder überarbeitete BMW Modelle auf den Markt bringen. Jedes wird die Gene der NEUEN KLASSE in sich tragen.

Die NEUE KLASSE ist BMW und BMW ist die NEUE KLASSE.

Die NEUE KLASSE ist mehr als nur ein Fahrzeug. Sie ist der Start einer völlig neuen Fahrzeuggeneration und unser Technologiebooster für die ganze Marke. Unabhängig von der Antriebsform werden alle BMW Modelle der Zukunft von den Technologien der NEUEN KLASSE profitieren. Und natürlich auch von der neuen Designsprache.

Lassen Sie mich Ihnen ein paar ausgewählte Beispiele für die technischen Weitsprünge geben:

Mit dem BMW Panoramic iDrive interpretieren wir die BMW typische Fahrerorientierung neu. Herzstück ist das BMW Panoramic Vision. Das vollkommen neu entwickelte zusätzliche Head-up-Display projiziert Inhalte über die gesamte Breite der Windschutzscheibe.

Durch das nahtlose Zusammenspiel der verschiedenen Anzeige- und Bedienelemente entsteht eine völlig neue Form der intuitiven Interaktion mit dem Fahrzeug. Ab dem Start des ersten Modells der NEUEN KLASSE werden alle künftigen BMW Fahrzeuge das BMW Panoramic iDrive an Bord haben.

Mit der 6. Generation der BMW eDrive Technologie machen wir die E-Mobilität für unsere Kundinnen und Kunden noch attraktiver.

Die neuen BMW Rundzellen haben eine um 20 Prozent höhere Energiedichte, lassen sich um 30 Prozent schneller Laden, und bieten mindestens 30 Prozent mehr Reichweite. Und innerhalb von nur 10 Minuten lässt sich Energie für weitere 300 Kilometer nachladen.

Darüber hinaus verfügen die Gen6-Hochvoltbatterien erstmals über die neue 800-Volt-Technologie und ermöglichen auch bi-direktionales Laden. Die Kosten für die neuen Hochvoltspeicher werden wir im Vergleich zur aktuellen 5. Generation um 40 – 50% reduzieren – legt man eine vergleichbare Reichweite zugrunde.

Völlig neu ist auch die Elektronik-Architektur. Darin steuern vier Hochleistungs-Rechner in Zukunft die wichtigsten Kundenfunktionen wie Fahrdynamik, automatisiertes Fahren oder Infotainment. Mit den „Superbrains“ steigern wir die Rechenleistung im Fahrzeug um das bis zu 20-fache gegenüber aktuellen Systemen. Das schafft Zukunftssicherheit für Software- und Funktions-Updates oder neue KI-Features.

Auch das Bordnetz haben wir an die Anforderungen der Zukunft angepasst und deutlich vereinfacht. Es ist in vier Zonen eingeteilt ist und wird intelligent gesteuert. 600 Meter weniger Kabel, 30 Prozent weniger Gewicht und eine um 20 Prozent verbesserte Energieeffizienz sind nur einige der Verbesserungen, die wir dadurch erzielen.

Und natürlich nutzen wir die technischen Möglichkeiten, um auch die Fahrdynamik auf ein völlig neues Level zu heben.

Der BMW Vision Driving Experience zeigt, welches Potenzial die Technologien der NEUEN KLASSE haben. Wir reizen die Fahrdynamik bis an die physikalischen Grenzen aus.

Diese hochemotionale Fahrmaschine lässt nicht nur die Herzen von BMW Fans höherschlagen.

Der VDX ist der leistungsstärkste Entwicklungs-Prototyp, den BMW je gebaut hat. Mit ihm testen wir unser „Heart of Joy“, eines der vier Superbrains in der NEUEN KLASSE.

Die Software des Fahrdynamik-Regelsystems haben wir vollständig selbst entwickelt. Sie wird in allen zukünftigen elektrischen BMW Modellen neue Maßstäbe bei Dynamik und Effizienz setzen.

Was das für das Gefühl hinter dem Steuer genau bedeutet, kann man nicht beschreiben. Das muss man erleben.

Sehen Sie selbst, was unser „Heart of Joy“ im Zusammenspiel mit einem maximal Drehmoment von 18.000 Newtonmeter vollbringt.

Diese Begeisterung kann man nicht spielen. Wir im Vorstand sind die Serienversion der NEUE KLASSE schon gefahren. Wir waren alle mindestens genauso begeistert von dem Fahrerlebnis. Nicht nur im physikalischen Grenzbereich, sondern vor allem von dem Mehrwert, den unsere Technologien für unsere Kundinnen und Kunden in alltäglichen Situationen bieten. Das ist wirklich the next level of sheer driving pleasure.

Meine Damen und Herren,

auf unserer Jahreskonferenz 2021 haben wir die NEUE KLASSE angekündigt. Heute, nur 4 Jahre später, befinden wir uns auf der Zielgeraden. Hier neben mir steht einer der Prototypen, die wir seit Ende vergangenen Jahres in Debrecen produzieren.

Was heute hier noch unter einer Tarnfolie versteckt ist, enthüllen wir auf der IAA Mobility in München.

Dort präsentieren wir Anfang September das Serienmodell, wie es für unsere Kundinnen und Kunden erhältlich sein wird.

Ein Detail verrate ich schon heute: Dieser BMW wird unter der Bezeichnung BMW iX3 auf den Markt kommen.

Er setzt damit die Erfolgsgeschichte des ersten vollelektrischen BMW X Modells fort, das seit 2020 BMW Fans weltweit begeistert.

Die Erprobungen des BMW iX3 laufen auf Hochtouren.

Diese Impressionen zeigen, der nächste BMW iX3 ist ein typisches X Modell und ein BMW durch und durch. Und Sie haben es am Ende des Films sicherlich gesehen: Auch die finale Entwicklung der sportlichen Limousine, des zweiten Fahrzeugs der NEUEN KLASSE, geht mit großen Schritten voran.

Meine Damen und Herren,

was die BMW Group schon immer ausgezeichnet hat: Wir haben stets die operative Leistungsstärke im Hier und Jetzt im Blick. Gleichzeitig legen wir den Grundstein für unseren langfristigen Erfolg in der Zukunft.

Wir gehen unseren BMW Weg konsequent weiter – mit Weitblick, Kundenorientierung, Selbstvertrauen und in dem Wissen um unsere Stärken.

We are ready. More than ever.

Vielen Dank.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 14. März 2025
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Jahreskonferenz 2025
Seite 15

***Verbrauchs-/Emissionsangaben:**

BMW iX xDrive60: Energieverbrauch kombiniert: 21,9 kWh/100 km (WLTP); CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km (WLTP); Elektrische Reichweite: 563–701 km (WLTP); CO₂-Klasse(n): A
MINI Cooper E: WLTP Energieverbrauch kombiniert: 14,3 kWh/100 km; WLTP CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO₂-Klasse: A

Rolls-Royce Black Badge Spectre: Stromverbrauch: 2.6 – 2.8 mi/kWh / 23.6 – 22.2 kWh/100km (WLTP). Elektrische Reichweite (WLTP): 329* mi / 530* km. CO₂ Emissionen: 0 g/km (NEDC).