



Oliver Zipse

Schwerpunkte der Rede des Vorstandsvorsitzenden der BMW AG in der virtuellen Hauptversammlung am 11. Mai 2022*

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die Hauptversammlung ist die wichtigste Veranstaltung des Jahres. Am 11. Mai stehen wir Ihnen Rede und Antwort. Virtuell. Aus der BMW Welt in München.

Ein Unternehmen muss wissen, wofür es steht. Dann kann es Kurs halten. Auf die eigenen Fähigkeiten vertrauen. Gegenwind aushalten. Sich immer wieder neu erfinden.

Die BMW Group existiert, weil wir Menschen bewegen, Herzen berühren und den Verstand beflügeln. Das ist unser innerer Kompass. Unser Nordstern. Also ein Fixstern, der uns Orientierung gibt. Zu jeder Zeit. Auch im Wandel. Er beschreibt: Was hat uns in der Vergangenheit ausgemacht? Was leisten wir in der Gegenwart? Wo liegen unsere Stärken für die Zukunft?

Meine Botschaft an Sie wird sein:

Ihr Unternehmen hat Zukunft.

Sie investieren in die BMW Group und begleiten uns langfristig. Das soll sich lohnen. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung eine Dividende vor: 5,80 Euro je Stammaktie. 5,82 Euro je Vorzugsaktie. Für unser erfolgreiches Geschäftsjahr 2021. Die Ausschüttungsquote liegt bei 30,7 Prozent. Das ist in unserem definierten Korridor. Unsere Dividendenpolitik bleibt angemessen und verlässlich.

Zukunft bleibt die Leitwährung der Wirtschaft. Ihr Unternehmen ist eine Erfolgsgeschichte. Wir schreiben sie fort. Das werde ich Ihnen an drei Handlungsfeldern erläutern:

- 1. Unser starkes Fundament.**
- 2. Unsere erfolgreiche Transformation.**
- 3. Unsere NEUE KLASSE für eine neue Zeit.**

Aus Umbrüchen machen wir den Neuanfang. Auch jetzt wieder.

Das wird mein erster Punkt sein: Unser starkes Fundament.

Wie massiv, wie unerwartet die Anforderungen auch sind – wir meistern sie. Industrieweit mangelt es an Halbleiterchips. Ein Stresstest, auch für uns. Tausende Chips stecken in einem modernen Automobil. Wir schließen verstärkt direkte Lieferverträge ab. Denn die Engpässe bei den Halbleitern werden uns noch eine Weile fordern. Mindestens bis ins zweite Halbjahr sowie auch 2023.

* Es gilt das gesprochene Wort.

Auf der anderen Seite realisieren wir gute Preise bei Neufahrzeugen wie Gebrauchtwagen. Unsere Vertriebskosten sinken in allen Märkten.

Das spiegelt sich in unseren Geschäftszahlen 2021 wider. Wir haben die Chancen genutzt – und Bestwerte erzielt: Ein Konzernergebnis vor Steuern von über 16 Milliarden Euro. Darin enthalten ist rund eine Milliarde Euro aus der Rückstellung für das Kartellrechtsverfahren der EU-Kommission. Dieses ist nun abgeschlossen. Wir konnten die Rückstellung anteilig auflösen. Unsere EBIT-Marge im Segment Automobile liegt bei 10,3 Prozent. Das ist der obere Rand unseres angepassten Zielkorridors. Die Marke BMW führt das weltweite Premiumsegment wieder an. Volumen ist nicht alles. Doch ohne begehrte Produkte ist alles andere nichts.

All das haben wir gemeinsam erreicht. Als weltweites „Team BMW Group“.

Ihr Unternehmen verfügt über eine robuste Kapitalstruktur. Ihr Unternehmen ist hoch profitabel. Dieses Fundament trägt uns, erst recht in schwierigen Zeiten.

Im ersten Quartal 2022 kam es erneut zu unvorhersehbaren Ereignissen, bereits zum dritten Mal in wenigen Jahren. Was in der Ukraine passiert, macht sprachlos. Aber nicht tatenlos. Ihr Unternehmen zeigt Haltung: Wir haben sofort eine Million Euro an UNICEF für betroffene Kinder gespendet. Wir haben unsere Auftragsfertigung in Russland gestoppt sowie auch den Fahrzeug-Export. Jetzt helfen wir Kindern, die mit ihren Müttern oder allein aus der Ukraine geflüchtet sind. Sie müssen Traumata und Fluchterfahrungen verarbeiten. Wir unterstützen unter anderem SOS Kinderdörfer in Polen.

Bei der BMW Group arbeiten Menschen aus fast allen Nationen. Allein in unserem Stammwerk München zählen wir über 70 Nationalitäten. Vielfalt macht uns stark. Ein friedliches Miteinander leben wir selbst vor. Tag für Tag, an allen 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern.

Was tun wir gegen die Lieferengpässe bei Komponenten aus der Ukraine?

Einerseits kompensieren wir die Ausfälle an alternativen Lieferantenstandorten. Wir unterstützen die Lieferanten dabei, zusätzliche Fertigungsstrukturen aufzubauen. So sichern wir die Versorgung mit kritischen Komponenten ab. Andererseits beziehen wir weiterhin Kabelbäume aus der Ukraine. So geben wir den Lieferanten vor Ort eine Perspektive.

Einige unserer Werke in Europa mussten die Produktion kurzzeitig unterbrechen oder einschränken. Das gilt auch für unsere Standorte in China. Hier liegt der Grund in den behördlichen Vorgaben, um Covid-19 einzudämmen. Flexibilität ist ein Markenzeichen der BMW Produktion. Wir disponieren Volumina kurzfristig um. Unsere Produktion passen wir flexibel an. Das differenziert uns vom Wettbewerb.

Auch in diesem Jahr nehmen wir uns viel vor: Einen Absatz auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Unsere Auftragsbücher sind prall gefüllt. Die Märkte ordern besonders unsere vollelektrischen Neuheiten wie den BMW i4 und iX. Aber auch den MINI SE und den iX3. Die BMW X Familie ist beliebter denn je. Im April waren Pieter Nota und ich in den USA. In Austin, Texas, haben wir über 1.000 Händlern aus Nord- und Südamerika unsere aktuellen und künftigen Fahrzeuge präsentiert.

Unsere Marktstrategie zielt ausgewogen auf die drei großen Weltregionen: Amerika, Europa, Asien. Jede Region dezidiert zu verstehen, sie kundenadäquat zu versorgen, vor Ort zu produzieren, zu forschen und einzukaufen – all das ist grundlegend für künftigen Markterfolg. Und die Antwort auf die aktuellen geopolitischen Entwicklungen.

Beispiel China: In Shenyang eröffnen wir in diesem Jahr ein neues Werk am Standort Tiexi. Dort bauen wir die neue vollelektrische BMW 3er Limousine in der Langversion, speziell für China. Das Werk im Stadtteil Dadong haben wir umfassend erweitert. Dort läuft der BMW X5 mit verlängertem Radstand an. Auch er ist exklusiv auf die chinesischen Kunden zugeschnitten.

Die Lage in der Welt bleibt angespannt. Davon gehen die Politik wie auch die Institute aus. Zum Teil völlig neue Herausforderungen folgen aufeinander. In immer kürzeren Sequenzen. Diese Mehrfachbelastung wird zur Normalität für unternehmerisches Handeln.

Trotz der Unsicherheit haben wir für 2022 eine Prognose abgegeben. Hoch profitabel zu sein, bleibt unser Ziel. Ohne den Einfluss der Ereignisse in der Ukraine hätten wir uns eine EBIT-Marge im Segment Automobile von 8 bis 10 Prozent vorgenommen. Das bleibt unser strategischer Zielkorridor. Für 2022 streben wir nun 7 bis 9 Prozent an. Unser Ergebnis vor Steuern soll deutlich über Vorjahr liegen. Das hat maßgeblich mit unserem Joint-Venture BMW Brilliance Automotive zu tun. Wir haben den Vertrag bis 2040 verlängert. Seit Februar hält die BMW Group nun 75 Prozent der BBA Anteile. Damit ist BBA vollständig im Konzernabschluss konsolidiert. Strategisch ein bedeutender Schritt. Ihr Unternehmen wächst in eine neue Größenordnung.

Auch in diesem Jahr werden wir beweisen: BMW kann Krise. BMW kann Transformation. Und BMW kann Transformation trotz Krise.

Das wird mein zweiter Punkt sein: Unsere erfolgreiche Transformation.

Wir sind überzeugt: Wir haben die richtige Strategie. Wir haben zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Produkte und Technologien im Markt. Unsere Transformation wirkt – und bringt uns voran. Der BMW Weg ist nicht Mainstream. Dafür wirksam. Wir senken die CO₂-Emissionen schnell und effektiv. Jeder Antrieb leistet dazu einen Beitrag.

Wir entwickeln alle Technologien weiter. Davon profitiert der Klimaschutz – und zwar substantiell. Jetzt und in den nächsten Jahrzehnten. Unser jüngstes Beispiel, wie wir Technologieoffenheit umsetzen, ist der neue BMW 7er. Ein Modell, vier Antriebe. Wir nennen ihn: unser Meisterstück. Das ist Tech Magic. Der stärkste 7er ist das vollelektrische Modell. Im November kommt der i7 auf den Markt – als erste 7er Variante. Der 7er ist Teil unserer „Roadmap E-Mobilität“. Sie verläuft präzise entlang der steigenden Nachfrage:

- Acht vollelektrische Modelle haben wir auf der Straße in diesem Jahr. Rechnen wir die Vorserienfahrzeuge hinzu, produzieren wir aktuell 15 reine BEVs.
- 2030 soll mindestens die Hälfte unseres Absatzes vollelektrisch sein. Und wir setzen alles daran, dieses Ziel schon früher zu erreichen.

Wir nutzen das volle Potenzial unserer flexiblen BMW Architekturen. Eine Stärke, die in dieser Form nur Ihr Unternehmen besitzt. So können wir wachsen. In allen Segmenten und über unser gesamtes Portfolio. Der Wasserstoff-elektrische Antrieb ergänzt auf ideale Weise die E-Mobilität. Ab Herbst produzieren wir eine Kleinserie des BMW iX5 Hydrogen.

Der Weg zur emissionsfreien Mobilität braucht robuste und nachhaltige Lieferketten. Wir verpflichten auch unsere Zulieferer auf Nachhaltigkeit. Dadurch sparen wir allein in der Lieferkette bis 2030 rund 20 Millionen Tonnen CO₂ ein – gegenüber 2019. Das haben wir schon vertraglich vereinbart. Der wachsenden Bedeutung der vorgelagerten Wertschöpfung tragen wir auch intern Rechnung: Unsere Ressorts Einkauf, Entwicklung und Produktion arbeiten in Technologie-Clustern zusammen. Wir entwickeln unsere Organisation dynamisch weiter. Das gehört für uns ganz wesentlich zur Transformation.

Die Zukunft Ihres Unternehmens entscheidet sich maßgeblich durch Technologie. BMW ist durch und durch digital. Reale und virtuelle Welt verschmelzen immer mehr.

- Das betrifft zum einen unsere Produkte: Kunden erwarten ein digitales Fahrerlebnis. In allen Derivaten rollen wir BMW iDrive und unser Operating System 8 aus. Remote Software Updates over-the-air inklusive.
- Das betrifft zum anderen unsere Produktion: Wir bilden unsere Prozesse virtuell ab. Jedes Werk hat einen digitalen Zwilling. Eine Revolution in der Fabrikplanung. Und das ist nur eine Ausprägung unserer BMW iFACTORY. Sie ist unser Masterplan für die Produktion der Zukunft.
- Und das betrifft ebenso unseren Vertrieb: Wir digitalisieren die Kundenschnittstelle. 2025 wollen wir ein Viertel aller Verkäufe online abwickeln. Wir nutzen digitale wie physische Möglichkeiten. Unsere Händler spielen weiterhin eine wichtige Rolle für Verkauf & Service. Wir betrachten das als potenziellen Wettbewerbsaspekt, den wir ausbauen wollen

In einer komplexen Transformation gewinnt niemand allein. Unsere Partnerschaften sind langfristig angelegt. Gleichzeitig bleiben wir beweglich in einem bewegten Umfeld. Mit Qualcomm Technologies und Arriver Software beispielsweise entwickeln wir die nächste Generation Fahrerassistenz-Systeme und automatisiertes Fahren. Level 2. Level 2+. Und Level 3 Funktionen. Wir arbeiten mit den besten Tech Playern zusammen. Google und Apple zählen dazu genau wie hochspezialisierte Start-ups. Kooperation und Konkurrenz. So lautet die Philosophie dahinter. Im digitalen Umfeld völlig normal.

2025 starten wir Phase III unserer Transformation.

Das wird mein dritter Punkt sein: Unsere NEUE KLASSE für eine neue Zeit.

Sie ist definitiv das größte Zukunftsprojekt Ihres Unternehmens: Digital. Elektrisch. Zirkulär. Ein gewaltiger Technologiesprung. Die NEUE KLASSE ist ganz auf E-Mobilität ausgelegt. Dafür steht auch unsere neueste Antriebsgeneration GEN 6 für mehr Leistung, eine neue Zellchemie und neue Zellformate.

Am 1. Juni legen wir den Grundstein für das Werk Debrecen. Schon 26 Monate später startet in Ungarn die Vorserie der NEUEN KLASSE auf unserer neuen Fahrzeugarchitektur. Die NEUE KLASSE soll – und wird – profitabel sein. Auf dem Niveau modernster Verbrenner.

Die Preise für Industrie- und Edelmetalle steigen aktuell rasant. Rohstoffe wiederverwerten, führt aus dieser Spirale heraus. Die NEUE KLASSE wird zu rund 50 Prozent aus wiederverwertbaren Materialien bestehen. Ihr Unternehmen wird unabhängiger von knappen Rohstoffen. Zirkularität wird zur neuen Handlungsmaxime – aus ökologischer Sicht sowie ökonomisch und geopolitisch.

Für uns ist das keine Zukunftsmusik:

- Beim neuen MINI Countryman bestehen die Leichtmetall-Gussräder zu 70 Prozent aus Sekundärrohstoffen.
- Unser BMW iVision Circular hat der IAA Mobility einen Stempel aufgedrückt. Ein außergewöhnliches Visionsfahrzeug. Zu 100 Prozent aus Sekundärmaterial und nachwachsenden Rohstoffen. Zu 100 Prozent recyclingfähig. So bewegen wir „body, heart and mind“.

Wir gehen voran in der deutschen Automobilindustrie. Ihr Unternehmen hat den zweiten Integrierten BMW Group Bericht vorgelegt.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

wer Zukunft hat, ist zuversichtlich. Und wer zuversichtlich ist und wächst, stellt neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. Bis zu fünf Prozent wollen wir in diesem Jahr aufbauen. Unsere Mannschaft steht hinter der BMW Group. Unsere weltweite Mitarbeiterbefragung zeigt eindeutig: Wir haben die richtige Balance aus Disruption und Stabilität. Wir begreifen Transformation als Chance.

Für uns ist jedes Jahr der nächste Schritt auf unserem BMW Weg in die Zukunft. Drei Jubiläen begeht Ihr Unternehmen in diesem Jahr:

- 100 Jahre BMW Werk München.
- 50 Jahre BMW Hochhaus.
- 50 Jahre BMW M.

Sie alle beweisen, wie wir zu jeder Zeit weit vorausschauen. Ich bin sicher: Gemeinsam machen wir auch künftig den Unterschied. Wir generieren Werte und schaffen Mehrwert.

Bleiben Sie an unserer Seite!

Ihr
Oliver Zipse
Vorsitzender des Vorstands