

Presse-Information
7. Mai 2021

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede**Oliver Zipse****Vorsitzender des Vorstands der BMW AG****Telefonkonferenz Zwischenbericht zum 31. März 2021****7. Mai 2021, 10:00 Uhr MESZ**

Guten Morgen, meine Damen und Herren.

Die BMW Group ist ein globales Unternehmen.

Diese strategische Stärke haben wir sowohl im letzten Geschäftsjahr als auch im ersten Quartal 2021 voll ausgespielt.

Wenn die Marktsituation in einzelnen Weltregionen schwierig ist, tragen uns die anderen Märkte.

Seit Beginn der Pandemie tun wir alles, um einerseits für unsere Mitarbeiter ein sicheres Arbeitsumfeld sicherzustellen. Andererseits ermöglichen wir auch unseren Kunden eine sichere und kontaktlose Fahrzeugauslieferung. In mehr als 60 Märkten haben wir Mobile Sales Offices etabliert. Unser neues Customer, Brands and Sales System nutzt den Schwung, der über das letzte Jahr für die Akzeptanz von digitalen Services entstanden ist.

Unsere gute Bilanz unterstreicht:

Unser Geschäftsmodell ist tragfähig – auch in einer der schwersten Krisen der Weltwirtschaft.

Es ist robust, global nachgefragt, und voller Innovationen.

Und wir haben an vielen Stellen weiter beschleunigt.

Dazu einen kurzen Überblick in drei Punkten.

1. Wir sind auf Wachstumskurs – und wir wachsen ertragsstark.
2. Wir wachsen nachhaltig und haben einen klaren Fahrplan in die Zukunft.
3. Wir gestalten die Technologie für die Mobilität von morgen.

Zum ersten Punkt.

Im ersten Quartal 2021 hat die BMW Group ein herausragendes Ergebnis erzielt.

- Die weltweiten Märkte erholen sich.
- Unser vielfältiges Produktportfolio erreicht große Kundengruppen.
- Und unsere kontinuierlichen Effizienzmaßnahmen zahlen sich aus.

Unsere Strategie wirkt.

Die EBIT-Marge im Segment Automobile liegt im ersten Quartal bei 9,8 Prozent.

Damit ist sie zum ersten Mal seit zehn Quartalen wieder in unserem mittelfristigen strategischen Zielkorridor.

In diese operative Marge ist das At Equity Ergebnis unseres BBA Joint Ventures in China nach wie vor nicht eingerechnet.

Ein weiterer Indikator unserer operativen Stärke ist unser Free Cash Flow im Segment Automobile von 2,5 Milliarden Euro. Das ist der beste Wert, den wir in einem ersten Quartal je erzielt haben.

Auch unsere Auslieferungen im ersten Quartal haben neue Bestmarken erreicht. Gegenüber dem ersten Quartal 2019 – also dem Vergleichszeitraum vor der Krise – ist unser Konzernabsatz um sechs Prozent gestiegen.

Damit hat sich unser Gesamtmarktanteil weltweit sehr positiv auf 3,3 Prozent entwickelt – gegenüber 2,9 Prozent im gleichen Zeitraum 2019.

Heraus ragt die Entwicklung im chinesischen Markt. Dort sind wir im Vergleich zum ersten Quartal 2019 – also dem Vorkrisenniveau – um mehr als 36 Prozent gewachsen.

Auf der Auto Shanghai 2021 haben wir erst vor kurzem unser Modell Line-up für unseren größten Einzelmarkt präsentiert. Mit hoch innovativen, digitalisierten, elektrischen und insbesondere qualitativ herausragenden Produkten wie dem BMW iX3 sowie dem BMW iX und BMW i4 werden wir dort weiter wachsen.

Unsere elektrifizierten Modelle stoßen global auf hohe Nachfrage. Im ersten Quartal 2021 sind wir der größte Hersteller von Plug-in Hybriden weltweit.

Mit über 70.000 elektrifizierten Fahrzeugen in den ersten drei Monaten sind wir auf Kurs, bis Ende des Jahres insgesamt eine Million vollelektrische Fahrzeuge und Plug-in-Hybride auf der Straße zu haben.

Damit zeigt sich auch der Erfolg unserer flexiblen Architektur-Strategie.

Der BMW iX3 erhält durchgängig hervorragende Bewertungen der Fachpresse. Er überzeugt sowohl in der Summe seiner Eigenschaften – wie Qualität, Komfort, Vernetzung, Bedienung und Dynamik – als auch beim Thema Reichweite. Dort liegt er durch seinen effizienten Antrieb auf Augenhöhe mit den reichweitenstärksten Elektromodellen aller Marken in vergleichbaren Segmenten.

Erst gestern war ich dabei, als Journalisten die Vorserienmodelle des BMW i4 testen konnten. Mit diesem Fahrzeug bringen wir E-Mobilität in das Herz der Marke BMW. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir mit dem BMW i4 und dem BMW iX unsere Erfolge in der Elektromobilität weiter ausbauen werden.

Wachstum bleibt die stärkste Währung unserer Branche.

Noch vor Ende dieses Jahrzehnts wollen wir die Marke von drei Millionen ausgelieferten Fahrzeugen pro Jahr erreichen.

Für die BMW Group gilt darüber hinaus:

Wir wachsen ertragsstark und nachhaltig. Daran halten wir fest.

Damit zu meinem zweiten Punkt: Wir wachsen nachhaltig.

Nachhaltigkeit ist die neue gemeinsame Sprache, die uns in der Welt verbindet.

Die drei großen Weltmärkte Europa, USA und China und auch weitere Industrienationen haben sich auf dem Pfad zur Klimaneutralität ambitionierte Ziele gesetzt. Und erst kürzlich haben sie diese bekräftigt und sogar erhöht.

Der nächste große und verbindliche Zwischenschritt ist das Jahr 2030 – das gilt auch für die BMW Group.

Wir haben unser Unternehmen voll auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.

Bis 2030 wollen wir im Vergleich zu 2019 unseren tatsächlichen CO₂-Fußabdruck pro Fahrzeug nachweislich und transparent um mindestens ein Drittel verringern – und zwar weltweit.

Zum ersten Mal haben wir zu unserer Jahreskonferenz einen integrierten Bericht veröffentlicht. Darin dokumentieren wir unsere Fortschritte und behandeln insbesondere Nachhaltigkeits- und Finanzkennzahlen gleichrangig.

Ein Unternehmen wird nicht nachhaltig, indem es einfach einen Schalter umlegt oder Zertifikate einkauft. Es geht nicht um behauptete Nachhaltigkeit, sondern um belegbare und wirksame Maßnahmen.

Dazu haben wir uns der Science Based Targets Initiative angeschlossen.

Wir denken bei Nachhaltigkeit auch weit über Emissionen hinaus.

Energie- und Ressourcen-Verbrauch sind das nächste, viel größere Thema. Rohstoffe werden teurer. Wasser und viele Bodenschätze sind knappe und wertvolle Güter. Das sehen wir aktuell ganz besonders.

Deswegen ist es so wichtig, in Kreisläufen zu denken und von vornherein den Materialeinsatz zu reduzieren.

Dazu setzen wir auf Partnerschaften und Zusammenarbeit in unserer Industrie, mit NGOs und auch politischen Institutionen.

Das bedeutet Arbeit, Investitionen und kontinuierliches Engagement. Wir sind überzeugt: Damit erzielen wir einen großen gesellschaftlichen Mehrwert und werden langfristig zu einem stärkeren Unternehmen.

Einige Beispiele allein der letzten Monate:

- Im letzten Jahr haben wir unsere CO2-Flottenziele in Europa deutlich übererfüllt. Und wir sind strategisch auf Kurs, die Ziele auch in 2021 und darüber hinaus zu erreichen. Dazu leistet sowohl die Weiterentwicklung unserer konventionellen Antriebe als auch unsere Elektrooffensive einen starken Beitrag.
- Mit Unterstützung der strategischen EU Programme IPCEI – das steht für Important Projects of Common European Interest – treiben wir mit einem weiteren Projekt die Batterietechnologie voran. Wir forschen an einer neuen Generation nachhaltiger Batterien, die zur zirkulären Verwendung optimiert sind: Für den Fahrzeuggebrauch, anschließend als stationäre Speicher und schließlich für eine effiziente Zerlegung und Wiederverwendung der Materialien.

- Unsere Lieferanten verwenden 100% Grünstrom bei der Herstellung von Batteriezellen. Und wir setzen verstärkt Sekundärmaterial ein.
Ein konkretes Beispiel: Damit reduzieren wir die CO₂-Emissionen des BMW iX in der Lieferkette um 17% im Vergleich zum gleichen Fahrzeug, bei dem diese Maßnahmen nicht umgesetzt worden wären.
- Mit dem US-Unternehmen Livent haben wir mehrjährige Lieferverträge über den Bezug von nachhaltigem Lithium aus Südamerika abgeschlossen. Livent setzt ein spezielles Verfahren ein, das die Auswirkungen der Lithiumgewinnung auf das umliegende Ökosystem auf ein Minimum reduziert.
- Die Hälfte unseres Aluminiums für unsere Leichtmetallgießerei in Landshut beziehen wir ab sofort von Emirates Global Aluminium. Das Aluminium wird mit Strom aus einem der größten Solarparks der Welt hergestellt.
- Mit einer Investition in Boston Metal treiben wir grüne Innovationen in der Stahlproduktion voran. Boston Metal arbeitet an der Industrialisierung von Elektrolyseverfahren bei der Erzeugung von Flüssigisen.
Im Stahlbereich wollen wir unsere CO₂-Emissionen bis 2030 um rund zwei Millionen Tonnen senken.
- Gemeinsam mit dem WWF, Google, Samsung SDI und der Volvo Group haben wir eine Initiative zum Schutz der Tiefsee gestartet. Wir werden keine Mineralien aus Tiefseebergbau beziehen, solange die Folgen nicht wissenschaftlich umfassend untersucht sind.

Alle diese Beispiele zeigen:

Nachhaltigkeit ist nicht selbstverständlich. Erst die Vielzahl von Maßnahmen erzielt die große gesamthafte Wirkung – und auch die bewusste Offenheit in der Wahl der jeweils wirksamsten Technologie.

Unsere Ambition ist klar:

Das grünste Elektroauto wird ein BMW sein.

Wir wissen allerdings auch: Für unsere Kunden müssen und werden wir Nachhaltigkeit immer in Verbindung mit Technologie, Innovation und begeisternden Produkten bringen.

Das ist der BMW Weg. Und hier geben wir weiter Vollgas.

Damit zum dritten Punkt:

Wir gestalten die Technologie für die Mobilität von morgen.

Wir erhöhen weiter die Schlagzahl unserer Elektrooffensive.

- In diesem Jahr wollen wir mehr als 100.000 vollelektrische Fahrzeuge an Kunden ausliefern.
- Schon in 2023 werden wir vom Kompaktsegment bis zur absoluten Luxusklasse in allen wesentlichen Segmenten mindestens ein vollelektrisches Modell auf der Straße haben.
- Und bis 2030 wird mindestens die Hälfte unseres weltweiten Absatzes vollelektrisch sein.

Dazu elektrifizieren wir alle unsere Marken.

- Bei MINI kommt 2025 das letzte Modell mit Verbrenner-Variante auf den Markt.
- Bei Rolls-Royce werden wir mit elektrischem Fahren schon bald eine neue Form von Luxus definieren.
- Bei BMW sind wir mit i4, iX, 7er, X1 und 5er und weiteren Modellen bereit für einen starken Markthochlauf.

Mit dem BMW iX führen wir auch unser neues und selbst entwickeltes BMW Operating System 8 ein. Eine neue Generation an Leistung, Nutzererlebnis und intelligenter Fahrzeugassistentz.

Im Zusammenspiel mit hoch-performeranter Hardware können mehr Daten als je zuvor live verarbeitet werden. Die Datenübertragung ist um den Faktor 10 bis 20 schneller als bisherige Systeme.

Auch unser vielfach ausgezeichnetes und fahrsicheres Anzeige- und Bedienkonzept haben wir weiter verbessert.

BMW Operating System 8 ist auf 5G Konnektivität ausgelegt. Damit bietet es volle Funktionalität für Cloudapplikationen, etwa unsere leistungsstarke und cloud-basierte Navigationssoftware BMW Maps.

In das Betriebssystem können Dienste von Drittanbietern umfassend integriert werden. Das betrifft zum Beispiel Services von Apple, Google, Tencent oder Spotify. Auf diese Weise wird das Fahrzeug zum perfekten digitalen Begleiter.

Bereits mit BMW Operating System 7 haben wir Over-the-Air Updates für unsere Fahrzeuge eingeführt. Für mehr als eine Million Fahrzeuge wurden bereits Upgrades ausgerollt. Ein großer Erfolg, den wir weiter ausbauen.

Unsere Fahrzeuge lassen sich vielfach noch nachträglich mit functions on demand konfigurieren.

Zum Ende des Jahres werden wir mit rund 2,5 Millionen Fahrzeugen die größte vernetzte Flotte der Welt mit Remote Software Upgrade Fähigkeit haben.

Und wir planen bereits den nächsten großen Schritt.

Auf unserer Jahreskonferenz haben wir die Grundzüge unserer Fahrzeugstrategie ab der Mitte des Jahrzehnts vorgestellt:

Die Neue Klasse. Elektrisch, digital und zirkulär.

Sie ist zentral für den zukünftigen Erfolg der BMW Group. Unser gesamtes Know-how und erhebliche Investitionen fließen in die Entwicklung.

Mit der Neuen Klasse etablieren wir eine neue Generation von Technologiebaukästen. Dabei setzen wir auf maximale Synergien und Skalierbarkeit für unser gesamtes Fahrzeugportfolio.

Wir werden eine neue Digitalarchitektur und eine neue Generation des Bordnetzes einführen.

Auch beim elektrischen Antriebsstrang machen wir den nächsten Weitsprung. Wir nutzen die Freiheiten einer neuen Architektur, um auch unsere Batterien neu zu gestalten. In unserem Kompetenzzentrum Batteriezelle testen wir aktuell verschiedene Zellchemien, Zellformate und Zellmodule.

Gemeinsam mit dem Batteriespezialisten Solid Power wollen wir bis zum Ende des Jahrzehnts automotive-taugliche Feststoffbatterien realisieren.

Schon deutlich vor 2025 werden wir ein erstes Demonstrator-Fahrzeug mit diesen Batterien zeigen.

Sehr geehrte Damen und Herren,
die BMW Group ist auf Erfolgskurs.

Wir wachsen und erreichen mehr Kunden denn je zuvor. Unser Ziel von drei Millionen Einheiten in diesem Jahrzehnt haben wir fest im Blick.

In den letzten Jahren haben wir hart daran gearbeitet, wieder auf einen ertragsstarken Pfad zurückzukehren. Heute zeigt sich, dass diese Strategie wirkt.

Wir setzen Maßstäbe für ein nachhaltiges globales Geschäftsmodell. Wir werden Mobilität langfristig als Klimafaktor eliminieren.

Dazu ergreifen wir im BMW Stil wirksame und transparente Maßnahmen.

Und wir bereiten unsere nächsten technologischen Weitsprünge vor, mit denen wir unsere Kunden auch in zehn Jahren noch überzeugen werden.

Damit bedanke ich mich für Ihre Aufmerksamkeit.

***Verbrauchs-/Emissionsangaben:**

BMW iX3: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 17,8-17,5 NEFZ, 19,0-18,6 WLTP.

BMW iX: Stromverbrauch in kWh/100 km: 22,5-19,5 WLTP. Bei den Angaben handelt es sich um voraussichtliche, noch nicht offiziell bestätigte Werte.

BMW i4: Es handelt sich um ein Vorproduktionsmodell, für das noch keine Homologationswerte vorliegen.