

Presse-Information
11. Mai 2022

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede

Oliver Zipse

Vorsitzender des Vorstands der BMW AG

102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG

München, 11. Mai 2022, 10:00 Uhr MESZ

Die BMW Group.

Wir bewegen Menschen. Berühren Herzen. Und beflügeln den Verstand.

Meine Damen und Herren!

Die BMW Group ist Ihr Unternehmen.

- Doch warum sollten Sie weiter in uns investieren?
- Was macht uns stark und relevant?
- Warum soll – und warum wird – es uns auch in 100 Jahren noch geben?

Diese Fragen beschäftigen uns. Genauso wie Sie. Sie sind unsere Aktionärinnen und Aktionäre. Herzlich willkommen aus der BMW Welt in München!

Ich stehe Ihnen heute zum dritten Mal Rede und Antwort. Das ist mir eine Ehre. Und ein Anliegen. 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. Er gibt uns Orientierung. Zu jeder Zeit. Auch im Wandel. Er beschreibt:

- Was hat uns in der Vergangenheit ausgemacht?
- Was leisten wir in der Gegenwart?
- Worin liegen unsere Stärken für die Zukunft?

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89-382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

| | |
|-------|--|
| Datum | 11. Mai 2022 |
| Thema | Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG 102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG |
| Seite | 2 |

Meine Botschaft an Sie lautet: Ihr Unternehmen hat Zukunft. Das ist unser Auftrag. Und das ist Ihnen wichtig, meine Damen und Herren. Sie begleiten uns langfristig. Das soll – und muss – sich lohnen.

Heute schlagen wir Ihnen 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. In unserem definierten Korridor. Unsere Dividendenpolitik bleibt angemessen. Und verlässlich.

Unsere Zukunft ist wichtig – für mehr als 140.000 BMW-ler. Sie alle bewegen etwas. Jeden Tag.

Mit Innovationen machen wir unsere Kundinnen und Kunden mobil. Über 2,5 Millionen Menschen haben im vergangenen Jahr einen BMW, einen MINI oder Rolls-Royce gekauft. Sie erwarten weit mehr, als von A nach B zu kommen. Sie erleben ihre Mobilität. Ganz individuell. Mit Freude. Unser Geschäftsmodell basiert genau auf diesem Gefühl. Freude macht Menschen glücklich. Sie ist der Kern der Marke BMW. Und für uns die Konstante in der Veränderung.

Unsere Zukunft ist wichtig – auch für die Zulieferer. Für uns sind sie Partner. Denn industrielle Wertschöpfung ist heute hoch komplex. Die Verflechtungen intensiver denn je. Wenn Lieferketten stocken, dann bewährt sich die stabile, vertrauensvolle Beziehung zu den Lieferanten. So wie aktuell.

Zukunft bleibt die Leitwährung der Wirtschaft. Ihr Unternehmen ist eine Erfolgsgeschichte. Wir schreiben sie fort. Jede Management-Generation steht hier in der Pflicht. Ganz im Sinne von Herbert Quandt. Der mutige Unternehmer hat an BMW geglaubt. Die nächste Generation führt sein Vermächtnis fort. Sie stärkt uns den Rücken, gewährt unternehmerische Freiheit. Aus diesem Vertrauen machen wir Zukunft.

Drei Handlungsfelder sind entscheidend:

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

Das sind heute meine Themen.

Sie kennen Ihr Unternehmen: Behauptungen. Ankündigungen. Luftschlösser. Das ist nicht Sache von BMW. Wir stehen für Taten. Wir liefern, was wir versprechen. Das macht uns glaubwürdig. Und darauf können Sie sich immer verlassen!

Zwei Beispiele:

1. 2021 haben wir erneut die CO₂-Vorgaben in der EU übererfüllt. Und um rund 10 g/km unterschritten.
2. Unser Weg zu „Net Zero“ hat klare Etappenziele bis 2030. Der Ansatz, der zugrunde liegt, ist wissenschaftlich untermauert und transparent. Dazu sind wir der „Business Ambition for 1.5 degrees“ der „Science Based Targets Initiative“ beigetreten. Als erster deutscher Automobilhersteller. Und wir beziehen die gesamte Wertschöpfungskette mit ein.

Meine Damen und Herren!

Wie massiv, wie unerwartet die Anforderungen auch sind – wir meistern sie. Danach sind wir sogar stärker als zuvor. Mitten in der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise haben wir den BMW i3 entwickelt. Kein E-Modell ist länger im Markt. Aus Umbrüchen machen wir den Neuanfang. Auch jetzt wieder.

Damit zum ersten Punkt: Unsere Zukunft hat ein starkes Fundament.

Industrieweit mangelt es an Halbleiterchips. Ein Stresstest. Auch für uns. Wir können nicht so viele Fahrzeuge bauen wie wir verkaufen könnten. Kunden warten zu lassen – das schmerzt. Tausende Chips stecken in einem modernen Automobil. Wir schließen verstärkt direkte Lieferverträge ab. Die Engpässe bei den Halbleitern werden uns noch eine Weile fordern. Mindestens bis ins zweite Halbjahr. Auch 2023.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 4

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.

Chancen genutzt – 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. Es ist abgeschlossen. Wir konnten die Rückstellung anteilig auflösen.
- Die EBIT-Marge im Segment Automobile: 10,3 Prozent. Das ist der obere Rand unseres Zielkorridors.
- Auch die Segmente Motorräder und Financial Services sind gewachsen.
- Die Marke BMW führt das weltweite Premiumsegment wieder an. Volumen ist nicht alles. Doch ohne begehrte Produkte ist alles andere nichts.
- Der Anteil am Weltmarkt gilt ebenfalls als eine harte Währung in unserer Branche. Wir haben ihn erhöht. Trotz Corona-Pandemie. Auf 3,4 Prozent.

All das haben wir gemeinsam erreicht. Als weltweites „Team BMW Group“.
Ich sage aufrichtig – und im Namen des Vorstands: Danke!

Meine Damen und Herren!

Ihr Unternehmen verfügt über eine robuste Kapitalstruktur. Ihr Unternehmen ist hoch profitabel. Dieses Fundament trägt uns. Erst recht in schwierigen Zeiten. Im ersten Quartal kam es erneut zu unvorhersehbaren Ereignissen. Zum dritten Mal in drei Jahren.

Was in der Ukraine passiert, macht sprachlos. Aber nicht tatenlos. Im letzten Jahr hatte ich zu Ihnen gesagt: Haltung zeigt sich im Verhalten. Das gilt nun umso mehr: Wir haben sofort eine Million Euro für UNICEF bereitgestellt. Für betroffene Kinder. Wir haben unsere Auftragsfertigung in Russland gestoppt. Auch den Fahrzeugexport. Aktuell helfen wir Kindern, die mit ihren Müttern oder ganz allein aus der Ukraine geflüchtet sind. Dazu unterstützen wir unter anderem SOS Kinderdörfer in Polen.

Bei uns arbeiten Menschen aus fast allen Nationen. Allein im 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. Wir stehen für freien Welthandel. Er bringt Menschen zusammen. Führt zu Fortschritt, zu Wohlstand. In allen Regionen. Ihr globales Unternehmen beweist das selbst seit langem.

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

Einerseits: Wir kompensieren die Ausfälle über alternative Standorte. Wir unterstützen Lieferanten dabei, zusätzliche Fertigungsstrukturen aufzubauen. Sichern so die Versorgung mit kritischen Komponenten ab. Andererseits: Wir beziehen 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. Der Terminus Flexibilität wird von Unternehmen gern genutzt. Für die BMW Produktion ist sie ein Markenzeichen: Wir disponieren Volumina kurzfristig um. Unsere Produktion passen wir flexibel an. Das differenziert uns vom Wettbewerb.

Deshalb nehmen wir uns auch in diesem Jahr viel vor: Einen Absatz auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Unsere Auftragsbücher sind prall gefüllt. Die Märkte ordern begeistert unsere vollelektrischen Neuheiten: den BMW i4 und iX. Auch den MINI Cooper SE* und den iX3*. Die BMW X Familie ist beliebter denn je. Bis heute haben wir fast zehn Millionen X Fahrzeuge verkauft. Fast die Hälfte unserer Auslieferungen 2021 waren X Modelle.

Im April haben Pieter Nota und ich die USA besucht. In Austin, Texas, haben wir über 1.000 Händlern aus Nord-, Mittel- und Südamerika unsere aktuellen und künftigen Fahrzeuge präsentiert. Eine hoch emotionale Veranstaltung. Aufbruchstimmung pur. Jeder hat gespürt: Die USA sind unser zweites Zuhause. BMW war

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 6

auch 2021 der größte Automobilexporteur aus den USA. Das achte Jahr in Folge. Gemessen am Wert.

Unsere Marktstrategie zielt weiterhin 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. Das verstehen wir unter „Lokalisierung“. Sie ist grundlegend für künftigen Markterfolg. Und zudem eine Antwort auf aktuelle geopolitische Entwicklungen.

Ich beschreibe das kurz am Beispiel China: In Shenyang eröffnen wir in diesem Jahr ein neues Werk am Standort Tiexi. Dort bauen wir die neue BMW 3er Limousine in der Langversion. Vollelektrisch und 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. Ist die Marktsituation in einzelnen Regionen schwierig, tragen uns die anderen Märkte.

Die Lage in der Welt bleibt angespannt. Davon gehen alle aus: Politik, Institute. Und wir. Zum Teil völlig neue Herausforderungen folgen aufeinander. In immer kürzeren Sequenzen. Einige kennen wir bereits: Den Umgang mit Pandemien. Kriegerische Auseinandersetzungen mit wirtschaftlichen Folgen. Fragile Lieferketten. Wachsender Protektionismus. Knappe Ressourcen. Teure Rohstoffe. Eine unsichere Energieversorgung.

Neu ist: Die Herausforderungen überlagern sich. Wirken gleichzeitig. In unterschiedlicher Intensität und Konstellation. Diese Mehrfachbelastung wird zur Normalität. Für unternehmerisches Handeln.

Trotz der Unsicherheiten haben wir eine Prognose abgegeben. Für das Jahr 2022. Hoch profitabel zu sein, bleibt unser Ziel. Und unsere Pflicht. Ihnen gegenüber – sowie allen Stakeholdern, die zu unserem Erfolg beitragen. Ohne die 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.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 7

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 verlängert. Bis 2040. Seit Februar hält die BMW Group 75 Prozent der BBA Anteile. Damit ist BBA vollständig im Konzernabschluss konsolidiert. Strategisch ein bedeutender Schritt. Knapp 25.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von BBA gehören jetzt auch offiziell zum „Team BMW Group“. Ihr Unternehmen wächst somit in eine neue Größenordnung.

Unsere Finanzkennzahlen für das erste Quartal bilden das bereits ab: So stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 16,3 Prozent. Im Zuge des Kaufs der BBA Anteile wurde auch unser bisheriger 50-Prozent-Anteil neu bewertet. Zum Marktwert. Daraus folgt eine Aufwertung um rund 7,7 Milliarden Euro. Dieser Effekt ist im Konzernergebnis des ersten Quartals enthalten.

Auch in diesem Jahr werden wir beweisen: BMW kann Krise. BMW kann Transformation. Und vor allem: Wir sind stark, weil wir uns transformieren.

Damit zum zweiten Punkt: 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. Dafür brauchen wir weiterhin operative Exzellenz, Mut und einen eigenen technologiebasierten Weg. Mit diesen Eigenschaften machen wir die Transformation für uns sogar zum Wettbewerbsvorteil. In diesem Prozess können wir unsere BMW typischen Fähigkeiten voll ausspielen.

Technologische Vielfalt etwa. Der BMW Weg ist nicht Mainstream. Dafür wirksam. Wir senken die CO₂-Emissionen. Schnell und effektiv. Jeder Antrieb leistet einen Beitrag. Europa stellt gerade die Weichen für den Green Deal. Aber: Bevor wir einzelne Technologien frühzeitig abschalten, sollten wir die neuen erst ausreichend absichern. Wir entwickeln alle Technologien weiter. Davon profitieren Klimaschutz wie Kunden. Substanziell. Jetzt. Und in den nächsten Jahrzehnten. Denn: Die Märkte „ticken“ auch künftig nicht identisch. Die Ladeinfrastruktur ist unterschiedlich ausgebaut. Die Kunden haben regional verschiedene Bedürfnisse.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 8

Unser jüngstes Beispiel, wie wir Technologieoffenheit umsetzen: Der neue BMW 7er. Ein Modell. Vier Antriebe. Einzigartig im Luxussegment. Mit ihm starten wir auch die neueste Generation unserer hocheffizienten Verbrenner.

Sie ist bereits auf die Norm Euro 7 ausgelegt. Wir sind damit bei konventionellen Antrieben auf die regulatorischen Vorgaben vorbereitet. Bis in die 2030er Jahre. Und ich ergänze: Die wesentlichen finanziellen Aufwendungen liegen hinter uns.

Der 7er ist seiner Zeit weit voraus. Stellen Sie sich vor: Sie schauen zum ersten Mal auf ein Gemälde oder ein Kunstwerk. Ob Sie kunstbegeistert sind oder nicht: Sie spüren intuitiv, wenn es etwas ganz Besonderes ist. Wie beim neuen 7er. Deswegen nennen wir ihn: unser Meisterstück.

Er lädt Sie ein zum Fahren. Oder auch Gefahren-werden. Unsere anspruchsvollsten Kunden sollen sich zuhause fühlen. Wie in einer privaten Lounge. Für mich ist das wie ein Sprung in die Zukunft. Ich mag den grandiosen „BMW Theater Bildschirm“ im Fond. 31 Zoll. Er verwandelt Ihren 7er in einen Kinosaal. Der stärkste 7er ist das vollelektrische Modell. Tech Magic. Genau das erwarten unsere Kunden. Technologisch kann derzeit kein Fahrzeug mehr bieten.

Im November kommt der i7* auf den Markt. Als erste 7er Variante. Den Elektro-sound haben wir mit Hans Zimmer entwickelt. Nicht nur Freunde der Filmmusik wissen: Er hat gerade seinen zweiten Oscar gewonnen.

Echte Antriebsvielfalt ermöglicht auch der neue BMW X1. Ende des Jahres kommt seine vollelektrische Variante. Der iX1* wird Schwung in die volumenstarke Premium-Kompaktklasse bringen. 2023 setzen wir dann das nächste Kernprodukt von BMW unter Strom: Den 5er.

All das ist Teil unserer „Roadmap E-Mobilität“. Sie ist ambitioniert. Sie ist konsequent. Und sie verläuft präzise entlang der steigenden Nachfrage. So bleibt Ihr Unternehmen auch in der Welt der E-Autos ein führender Hersteller. Dafür sorgen wir:

- Acht vollelektrische Modelle haben wir auf der Straße. In diesem Jahr. Rechnen wir die Vorserien-Fahrzeuge hinzu, produzieren wir schon 15 BEVs. So die Kurzform für batterie-elektrische Fahrzeuge.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 9

- 2022 sollen vollelektrische Fahrzeuge mindestens zehn Prozent unserer Auslieferungen ausmachen. Im ersten Quartal haben wir die Zahl unserer verkauften BEVs mehr als verdoppelt. Gegenüber dem Vorjahresquartal.
- Bis Ende 2025 wollen wir eine weitere Schallmauer durchbrechen: insgesamt zwei Millionen unserer BEVs auf der Straße.
- 2030 soll mindestens die Hälfte unseres Absatzes weltweit vollelektrisch sein. Und wir setzen alles daran, dieses Ziel schon früher zu erreichen. Eben weil wir uns selbst immer wieder fordern.

Unsere Marken MINI und Rolls-Royce werden Anfang der 2030er Jahre voll-elektrisch sein. In wenigen Monaten geben wir einen Ausblick auf die völlig neue MINI Familie. Bei BMW Motorrad sind alle kommenden urbanen Modelle voll-elektrisch. Letztes Jahr stand hier ein Konzeptfahrzeug. Heute habe ich Ihnen das Serien-Modell mitgebracht. Ich fahre selbst Motorrad. Und ich finde: Der BMW CE 04 ist ein echter Hingucker. Perfekt für die City.

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. Über unser gesamtes Portfolio.

Neu hinzu kommt der Wasserstoff-elektrische Antrieb. Er ergänzt auf sinnvolle Weise die E-Mobilität. Im oberen Marktsegment. Und am schnellsten in Ländern wie Japan und Korea oder auch in Kalifornien. Den BMW iX5 Hydrogen haben wir unter extremen Bedingungen getestet. Ab Herbst produzieren wir eine Kleinserie.

Der Weg zu Net Zero findet nicht nur auf der Straße statt. Er braucht nachhaltige Lieferketten. Mit jedem verkauften Elektroauto steigt der Stellenwert der Vorkette für die Klimabilanz. Schon jetzt nutzen hunderte unserer Partner erneuerbare Energien. Das haben wir mit ihnen vertraglich vereinbart. So sparen wir allein in der Lieferkette bis 2030 rund 20 Millionen Tonnen CO₂ ein. Gegenüber 2019. Wie gesagt: Wir lassen uns an Ergebnissen messen.

Auch intern tragen wir der vorgelagerten Wertschöpfung Rechnung: Unsere Ressorts Einkauf, Entwicklung und Produktion arbeiten ab jetzt in Technologie-Clustern zusammen. Dabei stärken wir explizit die Verantwortung des Ressorts

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 10

Einkauf und Lieferantennetzwerk. So sichern wir uns frühzeitig Zugang zu den neuesten Technologieangeboten unserer Partner. Wir entwickeln unsere Organisation dynamisch weiter. Das gehört für uns zur Transformation. Auf unserer Jahreskonferenz hat mich ein Journalist gefragt: „Herr Zipse, warum verwenden Sie häufig Begriffe aus der Tech Welt? Haben Sie das nötig?“ Ich habe geantwortet: „Weil sie unseren Alltag beschreiben“. BMW ist durch und durch digital. Zudem verschmelzen reale und die virtuelle Welt immer mehr. Metaverse nennt es die Tech-Welt.

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. Wir beherrschen den Digital Car Tech Stack über alle Domänen. Offboard und Onboard. Also das gesamte Set an Technologien. Für alle Entwicklungen digitaler Features. Mehr als 10.000 Experten arbeiten in unserer IT und Software-Entwicklung global zusammen.

Das betrifft zum anderen unsere Produktion:

Wir bilden unsere Prozesse virtuell ab. Jedes Werk hat einen digitalen Zwilling. Wir revolutionieren so die Fabrikplanung. Plakativ gesagt: Coole digitalisierte Fahrzeuge entstehen in coolen digitalisierten Werken. Und das ist nur eine Ausprägung unserer BMW iFACTORY. Sie ist unser Masterplan für die Produktion der Zukunft. In jedem Werk verwirklichen wir eine neue Dimension von effizient, nachhaltig und digital.

Und das betrifft nicht zuletzt unseren Vertrieb:

Hier digitalisieren wir die Kunden-Schnittstelle. 2025 wickeln wir ein Viertel aller Verkäufe online ab. Wir nutzen digitale wie physische Möglichkeiten. Unser Händlernetz bleibt relevant: Für das Premium-Erlebnis unserer Kunden bei Verkauf & Service. Wir betrachten das auch potenziell als Vorteil. Diesen wollen wir ausbauen.

In einer komplexen Transformation gewinnt niemand allein. Unsere Partnerschaften sind langfristig angelegt. Gleichzeitig bleiben wir selbst beweglich im bewegten Umfeld: Mit Qualcomm Technologies und Arriver Software etwa entwickeln wir die

nächste Generation Fahrerassistenzsysteme 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 unsere Philosophie. Im digitalen Umfeld völlig normal.

Der französische Automobilhersteller Stellantis hat kommuniziert: Er will den Carsharing-Betreiber SHARE NOW erwerben. Die zuständigen Kartellbehörden müssen der Transaktion noch zustimmen. Wir richten YOUR NOW neu aus. Unser Joint Venture mit der Mercedes-Benz Mobility AG konzentriert sich künftig auf zwei Geschäftsfelder: FREE NOW und CHARGE NOW. Das heißt: digitale Multi-Mobilität sowie digitale Dienstleistungen rund um das Laden. Hier sehen wir Potenzial für Wachstum.

Meine Damen und Herren!

Zukunft braucht verbindliche Ziele. Und dominante Meilensteine.

Das ist heute mein dritter Punkt: Unsere NEUE KLASSE für eine neue Zeit.

Sie ist definitiv das größte Zukunftsprojekt Ihres Unternehmens: Digital. Elektrisch. Zirkulär. Ein gewaltiger Technologiesprung. Bei Produkt. Technologie. Und Arbeitsmodell. Noch dieses Jahr vergeben wir den Großteil der Aufträge für die ersten Fahrzeuge. Dabei berücksichtigen wir die CO₂-Emissionen und den Anteil an Sekundärmaterial als Kriterien bei der Lieferantwahl. Integriert im Einkaufsprozess. Nicht als „add on“.

Die NEUE KLASSE ist ganz auf E-Mobilität ausgelegt. Dafür steht auch unsere neueste Antriebsgeneration GEN 6: Mehr Leistung. Eine neue Zellchemie. Neue Zellformate. Am 1. Juni legen wir den Grundstein für das Werk Debrecen.

Schon 26 Monate später startet dort die Vorserie der NEUEN KLASSE. Auf unserer neuen Fahrzeugarchitektur. Wir verbinden damit einen einzigartigen Schritt in den Produktionsprozessen: Unser Werk in Ungarn soll vollständig auf fossile Energie-

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 12

träger verzichten. Als weltweit erstes Automobilwerk. Das bedeutet: Wir produzieren auch ohne das viel diskutierte Erdgas. Ein Paukenschlag. Denn das impliziert: Wir können das Werk nicht nur bilanziell CO₂-neutral mit Energie versorgen. Sondern gänzlich CO₂-frei.

Woher nehmen wir den Großteil des benötigten Stroms? Wir werden ihn direkt auf dem Werksgelände produzieren. Für den Rest nutzen wir zu 100 Prozent regenerative Energiequellen. Der Gesamtbedarf stammt überwiegend aus regionalen Quellen.

Sie sehen: Wir tragen aktiv zur Energiewende bei. Das tun wir auch an unseren anderen Standorten weltweit: Was passt am besten zum jeweiligen Werk? Welche lokalen Optionen gibt es? So senken wir unseren Klima-Fußabdruck – stets auf die regional bestmögliche Weise. Ökologisches und ökonomisches Handeln gehen Hand in Hand. Denn unser Konzept sorgt für stabile Preise sowie eine sichere Versorgung.

Klar ist: Die NEUE KLASSE soll – und wird – profitabel sein. Auf dem Niveau modernster Verbrenner. Im Vorstand haben wir uns zwei Konzeptfahrzeuge angeschaut. Auch Sie werden fasziniert sein. Das verspreche ich Ihnen. Die NEUE KLASSE ist genau der Weitsprung, den wir uns vornehmen.

Meine Damen und Herren!

Die Preise für Industrie- und Edelmetalle steigen rasant: Nickel. Aluminium. Palladium. Kupfer. Rohstoffe wiederverwerten, weniger Primärmaterialien einsetzen. Das führt aus dieser Spirale heraus. Schon heute sind ca. 90 Prozent unseres eingesetzten Materials wiederverwertbar. Unser Ziel ist umso ambitionierter:

Wir wollen den Anteil von Sekundärmaterial bei unseren Fahrzeugen deutlich erhöhen: von aktuell rund 30 Prozent auf mindestens 50 Prozent. Ihr Unternehmen wird immer unabhängiger von knappen Rohstoffen. Und Zirkularität zur neuen Handlungsmaxime. Aus ökologischer Sicht sowie ökonomisch und geopolitisch.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 13

Als Gesellschaft diskutieren wir intensiv: Wie reduzieren wir die Abhängigkeit von fossilen Energien? Gleichzeitig sollten wir uns jedoch nicht offenen Auges in neue Abhängigkeiten begeben. Denken Sie etwa an die vielen Rohstoffe in Batterien. Für mich ein weiteres Argument, uns technologisch breit aufzustellen. Vielfalt macht resilient.

Zirkuläres Handeln ist für uns 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. Integrierte Berichterstattung fordert uns bei jeder Entscheidung: Wie wirkt diese gesamthaft? Nicht nur ökonomisch und ökologisch. Sondern eben auch kurz-, mittel- und langfristig. Eine komplexe Anforderung, der wir uns selbstbewusst stellen.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre!

Wer Zukunft hat, ist zuversichtlich. Und wer zuversichtlich ist und wächst, der stellt neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. Unsere Mannschaft steht hinter der BMW Group. Und das ist kein Bauchgefühl. Unsere weltweite Mitarbeiterbefragung zeigt: Wir haben die richtige Balance aus Disruption und Stabilität. Wir begreifen Transformation als Chance. Jedes Jahr ist für uns der nächste konsequente Schritt – auf unserem BMW Weg in die Zukunft.

Gleich drei Jubiläen feiert Ihr Unternehmen in diesem Jahr:
100 Jahre BMW Werk München.
50 Jahre BMW Hochhaus.
50 Jahre BMW M.

Sie alle belegen: Gemeinsam machen wir auch künftig den Unterschied. Generieren Werte. Und schaffen Mehrwert. Bleiben Sie an unserer Seite! Vielen Dank.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 11. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
102. ordentliche Hauptversammlung der BMW AG
Seite 14

***Verbrauchs-/Emissionsangaben:**

MINI Cooper SE: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 17,6-15,2 WLTP.

BMW iX3: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 18,9-18,5 WLTP.

BMW i7: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 19,6-18,4 WLTP.

BMW iX1: Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 18,4-17,3 WLTP (Prognosewert auf Basis des bisherigen Entwicklungsstands des Fahrzeugs).