

Presse-Information
05. Mai 2022

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede**Oliver Zipse****Vorsitzender des Vorstands der BMW AG****Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2022****München, 05. Mai 2022, 10:00 Uhr MESZ**

Meine Damen und Herren,

starke Produkte und begehrliche Marken, das ist die Grundlage für den Geschäftserfolg der BMW Group. Dank der kundenorientierten Ausrichtung unseres Portfolios haben wir in den vergangenen Jahren trotz schwieriger Umstände eine sehr robuste Nachfrage gesehen. Dieser Trend hat sich in diesem Jahr noch einmal verstärkt.

Noch nie in der Geschichte unseres Unternehmens hatten wir mehr Vorbestellungen als heute. Und die Märkte signalisieren eine weiter hohe Nachfrage. Insbesondere bei unseren vollelektrischen Fahrzeugen sind unsere Auftragsbücher über Monate hinaus gefüllt. Das trifft vor allem für unsere Innovationsträger, den BMW i4 und den BMW iX zu.

Vor wenigen Wochen haben wir einen weiteren Meilenstein im Ausbau unseres vollelektrischen Portfolios vorgestellt: den BMW i7*. Ich habe das Fahrzeug persönlich unseren Händlern in Amerika und Journalisten in den USA präsentiert. Die Resonanz: weltweit hervorragend. Der 7er ist Tech-Magic at its best und die einzige Luxuslimousine, die eine echte Vielfalt an Antriebsarten bietet: BEV, Plug-in-Hybrid oder moderne Verbrennungsmotoren. Unsere Kunden können wählen, was am besten zu ihren Bedürfnissen passt – ohne Kompromisse.

Dieses Jahr haben wir bereits 8 vollelektrische Modelle auf der Straße. Und zahlreiche andere Neuheiten stehen bereits auf der Startlinie. Inklusive der Vorserienfahrzeuge produzieren wir dieses Jahr 15 vollelektrische Modelle. Mit ihnen haben wir in rund 90% unserer Segmente jeweils ein rein elektrisches Angebot.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89-382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum

05. Mai 2022

Thema

Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2022

Seite

2

In den kommenden Monaten und Jahren geht es mit hoher Schlagzahl weiter. Ende dieses Jahres startet der iX1*. Damit bieten wir eines unserer volumenstärksten Modelle in der Premium-Kompaktklasse auch als reines E-Fahrzeug an. Nächstes Jahr setzen wir ein weiteres Kernprodukt der Marke BMW unter Strom: den 5er.

Die zahlreichen Neuanläufe sowie die hohe Nachfrage nach unseren Produkten zeigen: Wir begeistern die Menschen, wir entwickeln Innovationen mit Markterfolg und wir schaffen Begehrlichkeit.

Das ist die Basis für das Wachstum, das wir uns für die kommenden Jahre vorgenommen haben. Nicht nur im Segment der rein elektrischen Fahrzeuge, sondern über unser gesamtes Portfolio.

Wir setzen auch in Zukunft weiter auf unseren Ansatz der Technologieoffenheit. Er ist für unsere Kunden weltweit jetzt das richtige Konzept. Damit tragen wir den unterschiedlichen Entwicklungen in den Regionen der Welt Rechnung. So bieten wir die jeweils neueste und klimafreundlichste Antriebstechnologie für unterschiedliche Bedürfnisse und erhöhen nochmals unseren Beitrag zu einer positiven Klimawirkung.

Mit dieser technologischen Breite erfüllen wir in der aktuellen Transformationsphase sowohl die Anforderungen unserer Kunden als auch die Erwartungen unserer Stakeholder, weil wir alle Technologien weiter optimieren.

Wirkungsvoll und schnell transformieren wir die BMW Group – mit aller Konsequenz. Unsere Schwerpunkte liegen auf der E-Mobilität, der Digitalisierung und einer gesamthaft gedachten Nachhaltigkeit.

Was uns auszeichnet: We are performing while transforming. Das zeigt auch unser starkes erstes Quartal.

Die Zahlen für die ersten drei Monate sind von der Vollkonsolidierung des chinesischen Joint-Ventures BMW Brilliance Automotive positiv geprägt.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 05. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2022
Seite 3

Für uns war das ein strategisch wichtiger Schritt.

- Damit stärken wir die langfristige Zusammenarbeit mit unserem Partner in China.
- Wir bauen die Produktionskapazitäten an den bestehenden Standorten in Shenyang aus. So erhöhen wir unseren Anteil ‚local for local‘ weiter.
- Und, wir weiten die Lokalisierung weiterer Modelle – einschließlich New Energy Vehicles – konsequent aus.

Exemplarisch dafür steht die vollelektrische Langversion des BMW 3er. Er ist exklusiv für den chinesischen Markt entwickelt. Auch eine Langversion des X5 ist speziell auf die Bedürfnisse der chinesischen Kunden zugeschnitten. Sowohl der elektrische 3er als auch der X5 lang werden lokal in China gefertigt. Das stellt sicher, dass wir die große Nachfrage nach diesen beiden Modellen noch besser bedienen können.

Die BMW Group agiert als globales Unternehmen in einem Spannungsfeld zwischen den unterschiedlichen Gegebenheiten in den großen Weltregionen. Das Bild, das sich aktuell zeigt, könnte unterschiedlicher kaum ausfallen.

Vor wenigen Wochen war ich in den USA zu Besuch. Wir haben über 1000 Händlern aus ganz Amerika unsere Produkte für die kommenden zwei Jahre präsentiert. Sie waren begeistert und investieren Milliarden in die Zukunft mit uns. Es herrscht eine positive Aufbruchsstimmung.

Das zeigt sich auch in den Absatzzahlen in den ersten drei Monaten des Jahres. Im Vergleich zum ersten Quartal 2021 konnten wir auf dem amerikanischen Kontinent weiter wachsen. Das trifft insbesondere auf die USA zu. Das Plus dort beläuft sich auf 3,7%. Damit belegt die BMW Group erneut eine Spitzenposition in diesem wichtigen Markt.

Auf die steigende Nachfrage in der Region können wir mit unserem größten Werk in Spartanburg sowie den Werken in San Luis Potosí, Mexiko, Manaus und Araquari, in Brasilien, flexibel reagieren.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum

05. Mai 2022

Thema

Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2022

Seite

4

In Europa dominieren die Auswirkungen der Ukraine Krise. Die Energieversorgung des ganzen Kontinents wird durch den Krieg und die daraus resultierenden Spannungen mit Russland in Frage gestellt. Die Inflationsrate bewegt sich auf hohem Niveau. Die Kosten für Lebensmittel, Energie und Treibstoffe steigen. In der Folge werden die Konjunkturprognosen kontinuierlich gesenkt.

Der Krieg in der Ukraine hat auch erhebliche Auswirkungen auf die dortige Automobilzulieferindustrie. In der Folge kam es zu Produktionsunterbrechungen in unseren europäischen Werken. Wir haben unsere schnelle Reaktionsfähigkeit, die hohe Flexibilität und agile Arbeitsweise genutzt, um die kriegsbedingten Ausfälle von Komponenten gemeinsam mit unseren Partnern schnellstmöglich zu kompensieren. Dabei setzen wir weiterhin auf Lieferungen aus der Ukraine. So bieten wir den Mitarbeitern unserer dortigen Partner auch unter diesen Umständen weiter eine Perspektive.

Die Liefersituation hat sich mittlerweile entspannt und wir gehen davon aus, dass wir sie weiterhin stabil halten können.

Damit zum dritten unserer großen Märkte: In China flammt die Coronapandemie erneut auf. In der Folge befindet sich die Metropole Shanghai im Lockdown. Produktionsstätten und Häfen werden zur Eindämmung des Infektionsgeschehens geschlossen. Auch unsere Werke in Dadong und Tiexi waren von temporären Schließungen betroffen. Inzwischen haben sie die Produktion aber wieder aufgenommen.

Ein Thema, das die Industrie weltweit schon seit dem vergangenen Jahr beschäftigt, ist der Mangel an Halbleitern. Hier werden wir frühestens im zweiten Halbjahr eine Verbesserung erleben. Mit einer grundsätzlichen Knappheit werden wir aber auch 2023 noch umgehen müssen.

Um die Folgen des Mangels zu begrenzen, nutzen wir wie schon in der Vergangenheit die Flexibilität unseres Produktionsnetzwerkes maximal aus. Sie erlaubt es uns, Produktionsvolumen kurzfristig umzudisponieren. So reagieren wir auf die jeweilige Versorgungslage maximal effizient. Eine Stärke der BMW Group, die uns schon in der Vergangenheit positiv differenziert hat.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 05. Mai 2022
Thema Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2022
Seite 5

Flexibilität haben wir auch in unseren wichtigsten Absatzmärkten geschaffen. Unsere drei Marktregionen sind bei Vertrieb, Produktion und Zulieferernetzwerk zunehmend unabhängig ausgerichtet.

Die aktuell unterschiedlichen Situationen zeigen, wie wichtig dieser Ansatz ist. Er schafft Resilienz. Denn wenn die Marktsituation in einzelnen Weltregionen schwierig ist, tragen uns dafür andere Märkte.

So können wir trotz der unterschiedlichen Herausforderungen unserer Zeit stets im Sinne des Erfolges für das Gesamtunternehmen agieren.

Die Ergebnisse des ersten Quartals 2022 sind dafür der Beweis. Trotz widriger Umstände haben wir dank der starken Nachfrage nach unseren Produkten im ersten Quartal 2022 unsere Wettbewerbsposition weiter gestärkt. Unseren weltweiten Marktanteil haben wir gegenüber dem Vorjahr weiter ausgebaut.

Die Engpässe in der Komponentenversorgung sowie die Maßnahmen gegen die weitere Ausbreitung von Corona in China waren die Gründe, dass wir die hohe Nachfrage nach Automobilen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce nicht in vollem Umfang bedienen konnten.

Lagen wir per Februar noch leicht über dem Absatz des Vorjahreszeitraums, war die Entwicklung im März wesentlich von den Lieferengpässen bei den Kabelbäumen aus der Ukraine geprägt. Als Folge daraus entwickelte sich die Zahl der Auslieferungen im Zeitraum von Januar bis März 2022 moderat unter dem absoluten Rekordwert aus dem Vorjahr.

Mit einem Plus von 28% hat sich der Absatz elektrifizierter Fahrzeuge dabei deutlich erhöht. Die Auslieferungen belaufen sich auf mehr als 89.000 Automobile. Den Absatz der vollelektrischen Fahrzeuge haben wir im gleichen Zeitraum auf über 35.000 Einheiten sogar mehr als verdoppelt.

Der iX3* und der MINI SE* waren dabei die meistgefragten vollelektrischen Modelle. Die Absätze gegenüber dem Vergleichsquartal sind deutlich gestiegen.

Unsere Innovationsträger iX und i4, die wir im vergangenen Jahr vorgestellt haben, werden in den kommenden Monaten auf zahlreichen weiteren Märkten weltweit eingeführt. Der neue i7* steht zudem ab November bei den Händlern. Das alles wird die Absatzdynamik noch einmal beschleunigen.

Damit sind wir auf Kurs, den Absatz vollelektrischer Fahrzeuge im Vergleich zum Gesamtjahr 2021 in diesem Jahr mehr als zu verdoppeln. Bis 2025 wollen wir die Schallmauer von insgesamt 2 Millionen verkauften vollelektrischen Fahrzeugen durchbrechen. 2030 soll mindestens die Hälfte unserer weltweiten Auslieferungen aus BEVs bestehen. Und wir setzen alles daran, dieses Ziel schon früher zu erreichen.

Dabei spielt 2025 eine entscheidende Rolle. Dann startet unsere NEUE KLASSE. Mit dem Fokus auf elektrisch, digital und zirkulär markiert sie einen gewaltigen Technologiesprung. In der NEUEN KLASSE kommt erstmals auch unsere neue Antriebsgeneration Gen 6 zum Einsatz. Ein mehr an Leistung, neue Zellchemie und neue Zellformate zeichnen sie aus. Die NEUE KLASSE wird dem Absatz vollelektrischer Fahrzeuge einen deutlichen Schub verleihen.

Den Ausbau der E-Mobilität treiben wir entlang der steigenden Nachfrage konsequent voran. So bedienen wir die Wünsche unserer Kunden nach emissionsfreier Mobilität.

Gleichzeitig stellen wir sicher, dass wir unsere strategischen Klimaschutzziele erreichen, auf die wir uns verpflichtet haben. Denn gerade in herausfordernden Zeiten dürfen wir die langfristigen Ziele nicht aus den Augen verlieren.

Unser Weg zur Klimaneutralität bis 2050 folgt einem wissenschaftlich validierten und transparenten Pfad, der die gesamte Wertschöpfungskette umfasst. So werden wir bis 2030 den CO₂-Fußabdruck unserer Produkte über den gesamten Lebenszyklus um 40% reduzieren.

Und wir halten, was wir versprechen. So haben wir beispielweise 2021 erneut die CO₂-Emissionsziele in der Europäischen Union übererfüllt. Alle Antriebsformen haben dazu beigetragen.

Neben den CO₂-Einsparungen kommt dem Thema der Rohstoffeffizienz und damit dem Thema Zirkularität eine immer wichtigere Rolle zu. Wir haben im vergangenen Jahr mit dem BMW i Vision Circular gezeigt, wie luxuriöse und zugleich nachhaltige Mobilität im urbanen Umfeld aussehen kann.

Auf dem Weg zu zirkulären Wertstoffkreisläufen ist der Einsatz von Sekundärmaterialien eine Grundvoraussetzung.

Daher gilt bei der BMW Group der Ansatz „Secondary First“. Diesen Weg verfolgen wir konsequent. Unser Ziel: Die nachhaltigste Lieferkette der gesamten Automobilindustrie aufzubauen.

Ein sehr konkretes Ergebnis dieses Denkens sind die Leichtmetall-Gussräder des neuen MINI Countryman. Sie bestehen zu 70 Prozent aus Sekundärmaterial. Bis zu 80 Prozent CO₂ können wir damit bei der Herstellung einsparen.

Neben dem Einsatz von Sekundärmaterialien konzentrieren wir uns darauf, Rohstoffe so einzusetzen, dass sie nach der Nutzung in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden können. Die NEUE KLASSE wird hier Benchmarks setzen. Sie soll zur Hälfte aus wiederverwertbaren Rohstoffen bestehen.

Zirkularität ist jedoch nicht allein aus ökologischer Sicht die Zukunft. Ganz aktuell sehen wir deutlich, dass dieser Ansatz auch ökonomisch und geopolitisch eine immer wichtigere Rolle spielt.

Aufgrund der aktuellen Ereignisse und daraus resultierenden möglichen Versorgungsengpässe kommt es derzeit auf den Rohstoffmärkten zu einer Preisrallye. Für viele Industrie- und Edelmetalle sind die Einkaufspreise auf Höchstständen.

Einige davon sind für den technologischen Wandel in der Automobilindustrie unabdingbar – insbesondere für den Wandel zur E-Mobilität.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum

05. Mai 2022

Thema

Rede Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
Telefonkonferenz Quartalsmitteilung zum 31. März 2022

Seite

8

Wir diskutieren aktuell zu Recht, wie wir Abhängigkeiten von fossilen Energien reduzieren können. Gleichzeitig müssen wir aufpassen, dass wir uns an anderer Stelle nicht in neue Abhängigkeiten begeben.

So stecken beispielsweise allein in einer Batterie einige hundert Kilo Rohstoffe. Der größte Teil davon wird nicht in Europa gewonnen.

Langfristig ist Zirkularität der Ansatz, der die Abhängigkeit von immer neuen Rohstoffen stark reduziert. Bis dahin schafft nur technologische Diversifizierung und das Vorhandensein von Alternativen Resilienz.

Deswegen plädieren wir auch vor diesem Hintergrund für einen technologieoffenen Ansatz und die nachhaltige Weiterentwicklung aller Antriebsformen inklusive einer Förderung der Wasserstofftechnologie.

Meine Damen und Herren,

eine Mehrfachbelastung durch die Überlagerung großer Herausforderungen – das ist die neue Normalität.

Die BMW Group ist Herausforderungen immer mit einer wirksamen operativen Leistung des Gesamtkonzerns und einem hohen Maß an Flexibilität begegnet. So haben wir stets auch in herausfordernden Situationen den Geschäftserfolg des Unternehmens sichergestellt. Aus vielen herausfordernden Zeiten sind wir sogar gestärkt hervorgegangen.

Seien Sie versichert: In diesem Sinne werden wir die BMW Group auch in Zukunft weiter steuern.

Vielen Dank.

Verbrauchs-/Emissionsangaben:*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).**BMW iX3:** Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 18,9-18,5 WLTP.**MINI Cooper SE:** Stromverbrauch in kWh/100 km kombiniert: 17,6-15,2 WLTP.