BMW GROUP
Unternehmenskommunikation

Presse-Information
14. Mai 2025

- Es gilt das gesprochene Wort -

Rede
Oliver Zipse
Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
105. ordentliche Hauptversammlung der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft München, 14. Mai 2025
Livestream aus der Olympiahalle in München

Robust. Verlässlich. Klarer Fokus Zukunft.
Der BMW Weg – für den Erfolg Ihres Unternehmens.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre!

Unser Leben wird immer digitaler. Virtuelle Formate haben viele Vorteile. Gerade im globalen Geschäft. Doch der Mensch ist nicht digital. Wir alle wollen uns auch persönlich austauschen. Uns dabei in die Augen schauen. Was ich damit sagen will: Es ist schön, dass Sie alle heute in der Olympiahalle sind. Und auch allen, die uns via Bildschirm verfolgen: Herzlich willkommen!

Dies ist die 105. Hauptversammlung Ihres Unternehmens!

Das Herz von BMW schlägt überall auf der Welt. BMW ist ein globales Team. Ein Gemeinschaftsgefühl. 159.000 Menschen. Hochmotiviert. Leistungsstark. Innovativ. Wir alle machen die BMW Group aus. Natürlich könnte man auch sagen: BMW. Das ist ein DAX-Konzern. Ein sicherer Arbeitgeber. Im Grunde aber ein abstraktes Gebilde.

Doch wir alle im Unternehmen wissen: BMW ist so viel mehr als das! Darum stehen wir zusammen. Immer wieder beweisen wir: Wir nutzen Chancen. Handeln schnell. Sind enorm flexibel. Aus unerwarteten Ereignissen lernen wir. Darauf kommt es an. Hinterher sind wir stärker als zuvor. Wie nach der globalen Finanzkrise. Oder der Corona-Pandemie.

Entscheidungen treffen wir mit langfristiger Perspektive.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89-382-24118

Internet
www.bmwgroup.com

Dieses Selbstverständnis stammt vom Unternehmer Herbert Quandt. Seine Familie führt sein Vermächtnis in die Zukunft. So wie wir im Unternehmen.

Sie als Aktionärinnen und Aktionäre sind dabei an unserer Seite. Sie gewähren uns unternehmerischen Freiraum. Ein Privileg, das wir schätzen. Erst recht in bewegten Zeiten.

Unser Umfeld ist dynamisch wie noch nie. Gleichzeitig hochkomplex in den Anforderungen. Es ist geprägt von Spannungsfeldern und Paradoxien. Allen voran die neuen Realitäten in der Geopolitik. Sie beeinflussen unser Geschäft ganz direkt. Zudem konsolidiert sich unsere Branche. Der Wandel zur E-Mobilität ist hier nur eine Facette. Der Prozess ist allumfassend. Ein Technologierennen. Am Ende wird es zum Ausscheidungsrennen.

Wenn alles unsicher ist, warten viele ab. Verharren im „Leerlauf". Nicht so Ihr Unternehmen! Wir schalten genau jetzt in den „Sport-Modus": Beide Hände am Lenkrad. Den Blick klar nach vorn. Hier steht der „BMW Vision Neue Klasse". Den kennen Sie bereits. Später zeige ich Ihnen noch mehr: die beiden ersten Serienmodelle der NEUEN KLASSE. Aus Vision wird Realität. Unsere nächsten Meilensteine. Für BMW. Und das gesamte Unternehmen.

Weil wir Trends in den Märkten antizipieren, können wir immer wieder technologisch weit springen. Zum richtigen Zeitpunkt. Wir investieren vorausschauend: In Elektrifizierung. Digitalisierung. Das Produktionsnetzwerk. Unsere Produkte. Und die NEUE KLASSE. 2024 haben wir den Höchststand bei den Investitionen und unseren F&E-Leistungen erreicht: Die Werte liegen jeweils über neun Milliarden Euro. Das ist ein Höchstwert. Kein Plateau.

Wir haben viel Geld in die Hand genommen. In den kommenden Jahren zahlen sich diese Vorleistungen voll aus. Das hatten wir Ihnen versprochen. Unsere Zukunftspläne setzen wir in Ihrem Sinne um. Sie partizipieren am dauerhaften Erfolg Ihres Unternehmens. So wie auch unsere Mitarbeitenden.

Unserer „Shareholder-Return-Strategie" bleiben wir treu: 36,7 Prozent des Bilanzgewinns schütten wir an Sie aus. In Summe über 2,6 Milliarden Euro. Sofern Sie unserem Dividenden-Vorschlag zustimmen. So hoch lag unsere Ausschüttungsquote noch nie.

Ihr Unternehmen ist robust aufgestellt. Und zukunftsorientiert: Wir digitalisieren unsere Fahrzeuge. Nutzen Tech-Cluster und Architekturen mit großem Potenzial zur Skalierung. Wir setzen Künstliche Intelligenz ein. In der gesamten Wertschöpfungskette. Schon bald ist nahezu jeder Prozess im Unternehmen KI-gestützt. So werden wir noch schneller und präziser. Nicht nur in Produktion und Logistik. Effiziente Kostenstrukturen sind bei uns Standard. Darauf können Sie sich immer verlassen.

Die Automobilindustrie hat schon viele Umbrüche durchlaufen. Getriggert durch die Industrialisierung. Den technologischen Fortschritt. Neue Prozesse. Die Entwicklung der Märkte. Auch durch Regulatorik. Und die gesellschaftliche Denke.

Der BMW Weg ist geprägt von Zuversicht. Denn wir bieten substanzielle Antworten. Wie wir das tun, zeige ich Ihnen heute auf:

1. **Unsere Strategie: Sie ist marktorientiert und technologieoffen.**
2. **Unsere Ziele: Die angepassten Ziele 2024 haben wir erreicht. 2025 wollen wir wachsen.**
3. **Unser globaler Fußabdruck: Er ist Differenzierungsfaktor und Wettbewerbsvorteil in einer fragmentierten Welt.**
4. **Unser Zukunftsprojekt für Tech-Führerschaft:**
   BMW ist die NEUE KLASSE. Und die NEUE KLASSE ist BMW.

Mein erster Punkt widmet sich unserer Strategie.

Technologisch offen zu sein, bedeutet: den Märkten zu folgen. Sie wandeln sich. Doch nicht gleich schnell. Wir haben Position bezogen. Und Gegenwind ausgehalten. Jetzt dreht der Wind in unsere Richtung:

- „BMW später Sieger der Antriebswende".
- „Wie BMW vom Zauderer zum Zauberer wurde".
- „Der wahre deutsche Elektro-Champion".

Alles Schlagzeilen: Aus „auto motor sport". „Wirtschaftswoche". „Die Welt".

Und wir gewinnen Preise – für unsere Modelle und Antriebsvielfalt. Etwa das Goldene Lenkrad. Ich habe die drei Trophäen in Berlin in Empfang genommen. Ein schöner Moment.

Unsere Marken und Produkte kommen bestens an. Beim „German Car of the Year Award" hat zum ersten Mal überhaupt eine technologieoffene Baureihe gewonnen: Der 5er und der i5*.

Andere Hersteller rudern zurück oder justieren ihre Strategie. Wir liegen goldrichtig. Auch die Politik schwenkt um: Die neue Bundesregierung bekennt sich zum breiten Technologieansatz. Die EU-Kommission will Europa wettbewerbsfähiger machen. Im „Green Industrial Deal" werden Klimaschutz und Wirtschaft endlich „zusammengedacht". Gut so.

E-Antriebe, Plug-in-Hybride, hocheffiziente etablierte Antriebsformen. Diese Breite beherrscht niemand besser als Ihr Unternehmen. 2028 ergänzen wir ein Serienmodell mit Wasserstoff-Antrieb. So wie angekündigt. All das nützt unseren Kundinnen und Kunden. Gleichzeitig bringt es den Klimaschutz messbar voran. Das belegen wir: mit Zahlen und Fakten. Die BMW Group hat das CO_2-Flottenziel der EU unterschritten. Signifikant sogar. Um mehr als 30 Gramm. Im Jahr 2024. Ein enormer Sprung. Das muss man erst einmal schaffen. Nach unseren internen Berechnungen lagen wir erstmals unterhalb der 100-Gramm-Grenze. Exakt bei 99,5 g CO_2/km. Die EU-Kommission veröffentlicht die Daten zum Jahresende. 2025 zieht die Schraube weiter an. Auch diese deutlich verschärften Ziele wollen wir erreichen. Darauf bereiten wir uns vor. So kennen Sie uns.

Ambitionierte politische Ziele sind wichtig. Jedoch nicht im Duktus einer technisch einseitigen Angebotsregulierung. Das gilt ebenfalls für die Kreislaufwirtschaft. Auch hier ermöglicht und fördert nur ein umfassender Ansatz Investitionen. E-Mobilität als singuläre Technologie führt in die Sackgasse. Das ist nun offensichtlich. Zu gravierend sind die Unterschiede. Selbst innerhalb Europas. Belgien zum Beispiel bietet Anreize. Prompt sind Elektro- und Hybrid-Modelle die beliebtesten Neuwagen. Ihr Marktanteil lag 2024 bei über 60 Prozent. Ganz anders Italien. Hier betrug der Anteil von E-Autos im Jahr 2024 nur rund vier Prozent der Gesamtverkäufe.

Liegt das an den Produkten? Mit Sicherheit nicht. Liegt es an den Kunden? Definitiv nicht. Die „Gretchen-Frage" lautet: Wie reduzieren wir effektiv CO_2? Sicher nicht, indem wir in Schwarz-Weiß-Kategorien denken. Wer für eine Sache ist, muss nicht automatisch gegen etwas anderes sein. Unser Ansatz beweist das. Kontinuierlich und wirksam.

Handeln wir alle viel stärker chancenorientiert. Verfolgen wir statt Austritts- besser Einstiegs-Strategien!

Politische Ziele sollten die Situation auf den Märkten realistisch abbilden. Und sie sollten auch betriebswirtschaftlich umsetzbar sein. Das globale Investitionsverhalten blickt bereits in Richtung 2030. Vor allem auf 2035. Dafür ist das Review der EU-Ziele maßgeblich. Jetzt können wir das System überarbeiten. Europa braucht eine leistungsstarke Automobil- und Zulieferindustrie. Dafür kämpfen wir. Und treten Fehlentwicklungen entgegen.

Für unsere Kunden bleiben wir breit aufgestellt. Und für Sie als Aktionäre sichern wir so den Erfolg Ihres Unternehmens. Denn wir vergeben keine Marktpotenziale. Wir bleiben hart in der Sache. Jedoch stets im Dialog mit Entscheidern weltweit. Wir erläutern die komplexen Mechanismen in unserer Industrie. Wie wirken Gesetzesvorhaben in der Praxis? Der Vorstand und ich bringen uns hier persönlich ein.

Vor allem überzeugt Ihr Unternehmen mit Taten: Schon mehr als 15 vollelektrische Modelle sind auf dem Markt. Das hatte ich Ihnen im letzten Jahr zugesichert. Gerade wurde der BMW iX* neu aufgelegt. Bis zu 701 Kilometer fährt er elektrisch. Nach WLTP. Auch 2024 haben batterieelektrische Fahrzeuge unser Wachstum getrieben. Man nennt sie kurz: BEVs. Über 17 Prozent unseres Gesamtabsatzes waren Ende des Jahres vollelektrisch. Und es wird auch Sie freuen: Diesen positiven Trend konnten wir 2025 beschleunigen. Im ersten Quartal legten unsere weltweiten BEV-Verkäufe kräftig zu: um über 30 Prozent. Stark war Europa. Hier betrug das Plus über 60 Prozent. In den USA über 20 Prozent.

Rechnet man BEVs und Plug-in-Hybride zusammen, ist aktuell mehr als jedes vierte unserer Fahrzeuge elektrifiziert. Nahezu jedes fünfte verkaufte Automobil fährt bei uns schon rein elektrisch. Wir kommen schnell voran. Wir liefern und bleiben glaubwürdig.

Mein zweiter Punkt umfasst unsere Ziele.

Sie sind immer ambitioniert. Selbst bei schwierigen Bedingungen schrumpfen nie alle Märkte. Es gibt immer Regionen, die wachsen. 2024 haben wir diese Potenziale voll ausgeschöpft: In drei der vier großen Vertriebsregionen haben wir mehr verkauft. Und oft auch Marktanteile gewonnen.

Freude ist der Kern von BMW. Ein rundum positives Gefühl. Unsere vier Konzernmarken sind einzigartig und charakterstark: BMW. MINI. Rolls-Royce. BMW Motorrad. BMW bleibt an der Spitze des Premiumsegments. Hochdynamisch war BMW M unterwegs. Der 13. Absatzrekord in Folge. Fast jeder zehnte verkaufte BMW war ein profitables M Modell. Im vergangenen Jahr. Bei MINI ist die neue MINI Familie nun vollständig. Fünf Modelle. Drei davon vollelektrisch. Die Marke wirkt nicht nur positiv auf unsere CO_2-Bilanz. MINI besitzt eine eingeschworene Fan-Gemeinschaft. Im Luxussegment ist Rolls-Royce das Maß aller Dinge. Mit dem Black Badge Spectre* ist nun bereits der zweite vollelektrische Rolls-Royce verfügbar. Der Phantom ist das ikonischste Fahrzeug der Marke. Er feiert in diesem Jahr seinen 100. Geburtstag. Gute Gründe, um die Manufaktur Goodwood zu erweitern. Über 300 Millionen Pfund sind die größte Investition. Seit Eröffnung des Werks im Jahr 2003. BMW Motorrad hat wieder überzeugt. Unsere Zweiradmarke führt das globale Premium Motorrad Segment klar an. Über 210.000 Motorräder und Scooter. Wieder ein Bestwert. Fast ein Drittel macht die GS aus. In diesem Jahr folgt die neue 1300er Modell-Familie. Auch ich fahre gerne Motorrad. Und kann deshalb sagen: Unser Portfolio ist stark wie nie.

All das haben wir 2024 geschafft. Obwohl im Verlauf des Jahres Vieles anders kam, als erwartet. Die Auslieferungssperren und Rückrufe haben sich finanziell ausgewirkt. Sie gingen zurück auf eine Komponente des Integrierten Bremssystems IBS eines Zulieferers. Das haben wir zügig abgearbeitet. Und transparent kommuniziert. In China war der Markt schwach. In einigen Märkten wurden weniger E-Fahrzeuge nachgefragt. Im September 2024 mussten wir daher unsere Prognose anpassen. Wir haben noch mehr gekämpft. Ihr Unternehmen ist in der Spur geblieben. Auch das differenziert uns. Unsere angepassten Ziele haben wir erreicht: Über 2,45 Millionen ausgelieferte Automobile. Die EBT-Marge im Konzern lag bei 7,7 Prozent.

In China haben wir weniger verkauft. Das wissen Sie. Der Wettbewerb ist intensiv. Die Preise unter Druck. Heimische Anbieter gewinnen nun verstärkt Marktanteile. Uns überrascht das nicht. BMW ist weiter Segmentführer. Zudem ist China unser absatzstärkster Einzelmarkt für E-Modelle. Über 100.000 BEVs haben wir dort 2024 ausgeliefert. Und vergessen wir nicht: Vom überdurchschnittlichen Erfolg auf dem chinesischen Markt haben wir lange profitiert.

Auch das ist wichtig: Ihr Unternehmen besitzt in China eine sehr gute Reputation. Dafür muss man lange im Markt sein. Und investieren. Rund 116 Milliarden Renminbi flossen allein in unsere Produktionsbasis Shenyang. Seit 2010. Auch unser F&E-Netzwerk in China ist stark. Größer ist es nur in Deutschland. In den letzten Monaten war ich mehrfach in China. Etwa beim „China Development Forum". BMW war exklusiver Mobilitätspartner. Mit 30 Fahrzeugen: BMW i7* und i5. Wir alle im Vorstand sind regelmäßig vor Ort, sprechen mit unserem „BMW Team China". „In China für China". So lautet unsere Strategie. Auch für die NEUE KLASSE. Ab 2026 laufen in Shenyang die ersten in China produzierten Modelle der NEUEN KLASSE vom Band. Unser Designteam in Shanghai hat die Entwicklung aller China-spezifischen Modelle der NEUEN KLASSE geleitet. So ist unser dortiger BMW iX3* maßgeschneidert für chinesische Bedürfnisse. Eben „aus China für China".

Wir gehen marktspezifisch vor. Das bewährt sich. Wo, wenn nicht in China, entscheidet sich das Technologie-rennen in unserer Branche. Dort wird KI intensiv genutzt. Wir schließen KI-Partnerschaften mit führenden chinesischen Tech-Unternehmen. Für die Integration in unsere Fahrzeuge in China. Nehmen Sie Alibaba: Gemeinsam entwickeln wir die nächste Stufe der Sprach-Interaktion zwischen Mensch und Automobil. Auch DeepSeek ist dabei. Wir integrieren das KI-Denken von DeepSeek in unsere neuesten Modelle in China. Ende des Jahres starten wir. Diese Beispiele zeigen: Auch bei digitalen Anwendungen handeln wir „in China, für China". Wir können „China-Tempo"! Das Land ist unser größter Einzelmarkt. Deswegen ist klar: Wir wollen wieder auf einen Wachstumspfad gelangen. Dafür konsolidieren wir aktuell auch unser Händlernetzwerk.

Für Sie als Aktionärinnen und Aktionäre zählt:
Was nehmen wir uns im Jahr 2025 vor?

In einem Wort: Wachstum. Unser Absatz soll leicht steigen. Was stimmt uns zuversichtlich? Unsere Produkte. Über 40 neue oder überarbeitete Automobile bringen wir auf den Markt. Bis 2027. Alle Marken und Antriebe inklusive. In diesem Jahr feiert ein echtes Erfolgsmodell Jubiläum: 50 Jahre BMW 3er. Sehr populär ist unser BMW X3. Die neueste Version ist frisch auf dem Markt. Wir fertigen den X3 weltumspannend: In Spartanburg, USA. In Shenyang, China. In Rosslyn, Südafrika. Ein konkretes Beispiel, wie wir flexibel agieren. In einem protektionistisch geprägten Umfeld.

Unseren Vertrieb stellen wir zukunftsorientiert auf. Wir nutzen in manchen Märkten ein Agenturmodell. Darin können unsere Kundinnen und Kunden zwischen on- und offline Kanälen nahtlos wechseln. Bei MINI sind 15 Märkte in Europa umgestellt. Bei unserer Kernmarke BMW ist der Prozess noch einmal deutlich umfassender. Wir lernen aus den Erfahrungen bei MINI. Für die Vorbereitungen bei der Marke BMW nehmen wir uns dieses und kommendes Jahr Zeit. Sie werden fragen: Wo bleiben die Händler? Eng an unserer Seite natürlich. Die Umstellung erfolgt mit ihnen gemeinsam. Alles andere würde auch nicht zu BMW passen. Händler und unsere Niederlassungen bleiben wichtig: Für unseren Vertriebserfolg. Und vor allem für das Markenerlebnis unserer Kundinnen und Kunden.

In unsicheren Zeiten valide Vorhersagen zu treffen, ist nicht einfach. Bei der Prognose für das Geschäftsjahr 2025 haben wir schnell reagiert: Wir haben bereits die Auswirkungen der Zölle einbezogen, die zum Stichtag 12. März bekannt waren. Diese Effekte machen etwa einen Prozentpunkt bei der EBIT-Marge im Segment Automobile aus. Nun erwarten wir eine EBIT-Marge im Korridor 5 bis 7 Prozent. Die globalen Rahmenbedingungen bleiben dynamisch und unsicher. Viele OEMs, nicht nur aus unserer Branche, wagen daher aktuell keine Prognose. Wir schon. Nach dem ersten Quartal haben wir sie bestätigt.

Wir nutzen Prämissen. Bis zum Sommer wird sich in der Zoll-Debatte einiges bewegen. Noch in diesem Jahr könnte ein guter Ausgleich in den Verhandlungen mit den USA gelingen. Davon gehen wir aus. Wir beobachten die Entwicklungen und bereiten uns auf unterschiedliche Szenarien vor. Langfristig halten wir am Zielkorridor von 8 bis10 Prozent fest. Bei der EBIT-Marge im Segment Automobile. Ein Hebel sind geringere operative Kosten. Sie sollen im Laufe des Jahres nominal zurückgehen.

Mein dritter Punkt beschreibt unseren globalen Fußabdruck.

Die Weltwirtschaft ist stark verflochten. Lieferketten sind eng vernetzt. Lässt sich das umkehren? Wir glauben nicht. Was wir wissen: Protektionismus führt in eine Sackgasse. Für einen modernen Halbleiter zum Beispiel braucht es bis zu 60 Elemente des Periodensystems. Welches Land besitzt alle davon? Keines. Am Ende verlieren alle: Produkte werden teurer. Und auch weniger innovativ. Wer „zahlt die Zeche“? Die Kunden.

Strafzölle, Abschottung und technologisches Decoupling: Wie bleiben wir hier erfolgreich – und geopolitisch neutral? Das sind auch Ihre Top-Themen als Aktionärinnen und Aktionäre, die Sie uns mitgeteilt haben. Globale Strahlkraft reicht nicht mehr aus. Nur wer in den Regionen auch lokal verankert ist, verbleibt „im Spiel". Das wird zur Bedingung für ökonomischen Erfolg.

Ihr Unternehmen ist in den Weltregionen präsent. Seit Jahrzehnten. Mit Produktion, F&E, Vertrieb, Zulieferern. Wir schaffen Mehrwert vor Ort. Im Ergebnis sind wir einer der wenigen wirklich globalen Player. In unserer Industrie. Ein Vorteil im Wettbewerb. Ihr Unternehmen hat bereits das nächste Level erreicht: Absatz und Produktion sind ausgewogen. In unserer globalen Wertschöpfung. Das heißt: In Europa, den USA und in China haben wir 2024 jeweils etwa gleich viele Fahrzeuge verkauft, wie wir vor Ort in absoluten Zahlen produziert haben: Rund eine Million Fahrzeuge in Europa. Knapp 400.000 in den USA. Rund 700.000 in China. Das macht uns so schnell niemand nach.

Ein weiteres Plus ist unser Ansatz „local-for-local". Wir bauen ihn systematisch aus. Lokale Lieferketten und Kooperationen werden noch relevanter. Denken Sie an unsere Montagewerke für Hochvoltspeicher. Fünf neue Standorte entstehen gerade. Alle nah an unserer Produktion in Europa, Amerika und China. Dort fertigen wir die nächste Generation der Hochvolt-Batterien. Für unsere E-Modelle. Einer dieser neuen Standorte entsteht gleich um die Ecke. In Irlbach-Straßkirchen. Darüber hat die Fachzeitschrift „auto motor sport" berichtet – unter dem Titel: „BMW baut schneller als BYD". Besser kann man es nicht auf den Punkt bringen. Eben unser „China Tempo". Auch in Niederbayern.

Absatz und Produktion sind bei uns ausgewogen verteilt. Trotzdem bleiben wir exportstark. Das gilt vor allem für Deutschland – unseren Heimatmarkt. Das gilt ebenso für die USA. Unser „zweites Zuhause".

In München und Bayern liegen unsere Wurzeln. Herkunft verpflichtet. Über eine Million Fahrzeuge haben wir im Jahr 2024 in unseren deutschen Werken gefertigt. Das entspricht rund einem Viertel aller hierzulande produzierten Automobile. Mehr als die Hälfte davon verkaufen wir außerhalb der EU. Wir leisten etwas: am und für den Standort Deutschland. Wie gesagt: Herkunft verpflichtet.

Das übertragen wir auch auf die junge Generation. Auf dem Werksgelände in München bauen wir gerade einen Talent Campus. Der Name ist Programm: Ein neuer Ort für Qualifizierung. Für alle 40.000 Mitarbeitenden am Standort München. Talente mit unterschiedlichen Perspektiven machen uns stärker. Und innovativer. Das ist und bleibt unsere Kultur bei BMW.

In den USA feiern wir in diesem Jahr „50 Jahre BMW Nordamerika". Im Januar war ich in Spartanburg. Denn wir wurden vom republikanischen Gouverneur Henry McMaster geehrt: Für 30 Jahre BMW in South Carolina. Ohne BMW wäre die Entwicklung in der Region und im Bundesstaat anders verlaufen. Das wissen und schätzen auch die politischen Vertreter. Zahlen sprechen eine klare Sprache. 43.000 Arbeitsplätze bieten wir in South Carolina – direkt und indirekt. Jedes zweite Fahrzeug, das wir in Spartanburg fertigen, wird exportiert. Allein im vergangenen Jahr haben wir so einen Exportwert von über 10 Milliarden US-Dollar generiert. Das macht Ihr Unternehmen erneut zum größten Automobil-exporteur nach Wert. In den Vereinigten Staaten. Nimmt man die vergangenen zehn Jahre: Dann beträgt unser Exportwert über 100 Milliarden US-Dollar. Jetzt machen wir auch Spartanburg fit für die E-Mobilität. Dazu investieren wir mehr als 1,7 Milliarden US-Dollar. Das erste E-Modell aus Spartanburg läuft schon 2026 vom Band.

All diese Zahlen unterstreichen die Leistungskraft. Von BMW. In den USA. Wir sind die einzigen, die in dieser Tiefe dort produzieren. Unsere Wertschöpfung ist umfassend. Sie ist ein gewichtiges Argument. Das wird bei den laufenden Verhandlungen rund um das Thema Zölle eine zentrale Rolle spielen.

Schauen wir uns die Welt an: Bei den Zöllen gilt derzeit: Jeder gegen jeden. Wir plädieren dafür, Zölle ganz abzuschaffen. Für unsere Industrie. Durch faire Verhandlungen. Deswegen hatten wir bereits vor einiger Zeit einen viel beachteten Vorschlag unterbreitet: einen einheitlichen Zollsatz zwischen Europa und den USA von 2,5 Prozent. All dies macht deutlich: Ihr Unternehmen befindet sich in einer sehr soliden Verhandlungsposition. Nicht nur in den USA. In allen Regionen. Das unterscheidet BMW. Überall sprechen wir mit Entscheidern: in Brüssel, Berlin, Washington und Peking.

In der EU fahren wir eine harte Linie. Das betrifft die zusätzlichen Zölle der EU auf BEV-Importe aus China. Diese treffen auch unsere in China produzierten Elektro-Modelle. Bei BMW und MINI. Und das seit Oktober 2024.

Wir wehren uns: Gegen die EU haben wir eine Klage eingereicht. Wir lassen diese Antisubventionsmaßnahme gerichtlich überprüfen.

Ihr Unternehmen profitiert von einer integrierten Weltwirtschaft. So viel steht fest. Unsere Haltung ist und bleibt konsistent: Wir treten ein für offene Märkte. Und freien Handel. Wachstum entsteht nicht durch Schließung. Wachstum gedeiht durch Öffnung! Punkt.

Mein viertes Thema: Unser Zukunftsprojekt für Tech-Führerschaft.

Die 1960er Jahre liegen weit zurück. Damals kam die ursprüngliche Neue Klasse auf den Markt. Ein starker Impuls. Für langanhaltendes Wachstum von BMW. Heute stellen wir erneut die Weichen für den Erfolg Ihres Unternehmens. Für die kommende Dekade.

Dabei gilt: BMW ist die NEUE KLASSE. Und die NEUE KLASSE ist BMW.

Wir unterscheiden nicht in „alte" und „neue" Technologiewelt. Jedes künftige BMW Modell profitiert von den Tech-Clustern. Auch die neue Designsprache übertragen wir auf das gesamte Portfolio. Die NEUE KLASSE ist ein riesiger Technologiebaukasten, der alles andere befähigt. Wir erzielen wirtschaftliche Vorteile: Durch hohe Kommunalität und Skaleneffekte. Unsere Kunden erhalten in ihren Fahrzeugen die neueste Technologie. Egal, welchen Antrieb sie wählen.

Und jetzt wird's ein bisschen technisch. Freude am Fahren in der NEUEN KLASSE ist auch Software. Etwa unser „BMW Panoramic iDrive". Dazu zählt ein völlig neues Anzeigesystem. Es projiziert Inhalte über die gesamte Breite der Frontscheibe. Es gibt vier Hochleistungsrechner. Sie steuern die wichtigsten Funktionen im Fahrzeug. Wir nennen sie „Superbrains". Mit ihnen steigern wir erheblich die Rechenleistung im Fahrzeug: Um das 20-fache. Auch das Bordnetz ist neu und deutlich vereinfacht: 600 Meter weniger Kabel. Weniger Gewicht. Höhere Energieeffizienz. So geht's: in der NEUEN KLASSE.

Einer der vier Rechner ist unser „Heart of Joy". Das Herz der Fahrfreude sozusagen. In dieser Steuereinheit bündeln wir alle Funktionen für Antrieb und Fahrdynamik. Internationale Journalisten haben das erlebt. Sie waren auf der Teststrecke. Mit unserem Werksfahrer Jens Klingmann.

In unserem BMW Vision Driving Experience. Kurz VDX. Und das ist dabei herausgekommen:

Film I BMW Vision Driving Experience

Solche Emotionen kann man nicht spielen. Das ist die pure Freude am Fahren – der übernächsten Dimension. Der VDX ist der stärkste Entwicklungsträger, den wir jemals gebaut haben. Seine Eckdaten sind gigantisch: 18.000 Newtonmeter Drehmoment. Bis zu 1,2 Tonnen Abtrieb. Querkräfte von bis zu 3 g. Also die dreifache Erdbeschleunigung. Solche Werte erzielen sonst nur Rennwagen der absoluten Top-Klasse. Wir testen die Grenzen der Fahrphysik aus. Warum machen wir das? Ganz einfach: Ein System, das solche Kräfte beherrscht, erfüllt erst recht die Anforderungen im Alltag. Absolut souverän.

Auf der „Auto Shanghai" im April haben wir nochmal nachgelegt. Wir haben einen speziellen Parcours mit einer riesigen Rampe gebaut.

Film II BMW Vision Driving Experience

Das war spektakulär! Unser VDX hat begeistert. Die Reichweiten auf Social Media – phänomenal. Viele der Technologien aus dem VDX setzen wir in der NEUEN KLASSE ein. Wir sind auf der Zielgeraden. Und das beweisen wir Ihnen hier und heute.

Fahraktive Inszenierung

Hier sind sie: Die ersten beiden Serienmodelle der NEUEN KLASSE!

Heute sind sie noch getarnt. Es soll noch ein wenig spannend bleiben. Sie alle sind „geübte" BMW Aktionärinnen und Aktionäre. Darum erkennen Sie sofort an den Proportionen: Bei diesem Modell handelt es sich um eine sportliche Limousine. Im heutigen BMW 3er Segment. Das andere Modell ist ein typischer Vertreter der X Familie. Das ist unser BMW iX3. Er wird der erste Vertreter der NEUEN KLASSE sein. Wenn man so will, bekommt er sogar ein eigenes Werk. Wir produzieren den iX3 in unserem neuen Werk in Ungarn. Im Herbst eröffnen wir den Standort Debrecen. Auch die sportliche Limousine der NEUEN KLASSE läuft nicht einfach so vom Band. Dort drüben steht unser Stammwerk München. Es ist über 100 Jahre alt. Wir bauen es komplett um. Für modernste Industrieproduktion mitten in der Stadt.

Ab 2026 läuft dort das zweite Modell an. Danach rollen wir die NEUE KLASSE weltweit aus. Im Produktionsnetzwerk. Schon heute lade ich Sie zur IAA Mobility ein. Hier in München. Dort hat der BMW iX3 Weltpremiere. Natürlich ungetarnt. So wie er erhältlich sein wird.

Werte Aktionärinnen und Aktionäre!

Bei BMW ist das sprichwörtliche Glas nie halbleer. Sondern immer halbvoll. Mindestens. Wir denken in Chancen! Und wir nutzen sie konsequent. Auch in einem unsicheren Umfeld. 110 Jahre wird BMW im nächsten Jahr.

Die NEUE KLASSE ist nur ein Beispiel, wie wir mutig handeln. Und vorausschauen. Der BMW Weg ist geprägt von Zuversicht. Dafür steht unser „Team BMW Group". An allen Standorten weltweit. Wir alle ruhen uns nie auf dem Erreichten aus.

Gemeinsam sorgen wir dafür, dass sich Ihr Investment weiterhin lohnt. Wir alle schätzen es, dass Sie weiter zu uns stehen.

Vielen Dank!

CO2-EMISSIONEN & VERBRAUCH.
BMW i5 eDrive40 Limousine: Energieverbrauch kombiniert: 16,3 kWh/100 km (WLTP); CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km (WLTP); CO_2-Klasse: A; Elektrische Reichweite: 571 km (WLTP); Leistung: 250 kW (340 PS)
BMW iX xDrive60: Energieverbrauch kombiniert: 21,9 kWh/100 km (WLTP); CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km (WLTP); Elektrische Reichweite: 563–701 km (WLTP); CO_2-Klasse(n): A
Rolls Royce Spectre: Energieverbrauch kombiniert: 2.6 – 2.8 mi/kWh / 23.6 – 22.2 kWh/100km. Elektrische Reichweite 329* mi / 530* km. NEDC: CO2 Emissionen O g/km.; CO_2-Klasse(n): A
BMW i7 eDrive50: Energieverbrauch kombiniert: 20,3 kWh/100 km (WLTP); CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km (WLTP); CO_2-Klasse: A; Elektrische Reichweite: 574-610 km (WLTP); Leistung: 335 kW (455 PS)
BMW iX3: Energieverbrauch kombiniert: 18,0 kWh/100 km (WLTP); CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km (WLTP); CO_2-Klasse(n): A