OLIVER ZIPSE

Schwerpunkte der Rede des Vorstandsvorsitzenden der BMW AG in der ordentlichen Hauptversammlung am 14. Mai 2025.
Es gilt das gesprochene Wort in der Versammlung.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Robust. Verlässlich. Und ein klarer Fokus auf die Zukunft.

Das ist Ihr Unternehmen. Unser Geschäftsmodell bleibt die individuelle Mobilität. Freude ist der Kern von BMW. Die Freude am Fahren. Ein rundum positives Gefühl. Unsere Kundinnen und Kunden überall auf der Welt sollen ihre Mobilität immer wieder neu erleben – nach ihren persönlichen Wünschen. Dafür stehen unsere vier Konzernmarken mit ihren Ausprägungen und Charakterstärken: BMW. MINI. Rolls-Royce. BMW Motorrad.

Die Automobilindustrie hat viele Wellen grundlegender Veränderung durchlaufen und sich dabei neu konsolidiert. Getriggert durch die Industrialisierung, den technologischen Fortschritt, neue Prozesse und die Entwicklung der Märkte. Natürlich auch durch Regulatorik und das gesellschaftliche Mindset.

BMW besteht seit 110 Jahren am Markt – im nächsten Jahr. Ein Statement. Und zugleich unser tragfähiges Fundament – aus profunder Erfahrung mit agilen Märkten, Innovationsgeist und dem tief verankerten Wissen, wozu wir imstande sind. Wir bieten substanzielle Antworten auf die differenzierten Anforderungen unserer Zeit. Unerwartete Ereignisse nutzen wir als Chance. Wir lernen daraus. Darauf kommt es an. Und das macht uns stärker als zuvor. Wie zuletzt in der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise und der Corona-Pandemie.

Unser aktuelles Umfeld ist dynamisch und hochkomplex. Es ist geprägt von Spannungsfeldern und Paradoxien. Allen voran die neuen Realitäten in der Geopolitik. Sie wirken direkt auf unseren globalen Geschäftserfolg. Zudem konsolidiert sich unsere Branche erneut. Der Wandel zur E-Mobilität ist hier nur eine Facette eines umfassenden Prozesses.

Ein Technologierennen. Es wird zum Ausscheidungsrennen. Wir bleiben selbstbewusst. Beide Hände am Lenkrad, den Blick nach vorn gerichtet. Denn Ihr Unternehmen ist robust und zukunftsorientiert aufgestellt. Zu jeder Zeit. Wir digitalisieren unsere Fahrzeuge, nutzen Tech-Cluster und Architekturen mit großem Potenzial zur Skalierung. Wir setzen Künstliche Intelligenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein. Bald ist nahezu jeder Prozess im Unternehmen KI-gestützt. Wir werden noch schneller und präziser. Effiziente Kostenstrukturen sind Standard bei BMW. Unsere finanzielle Basis ist grundsolide. Sie verschafft uns die nötigen Handlungsspielräume.

Unsere Strategie erweist sich auch jetzt wieder als vorausschauend: Unser konsequenter Ansatz der Technologieoffenheit hat sich durchgesetzt. Mit dem Prinzip „local-for-local“ sorgen wir dafür, dass Ihr Unternehmen in den Märkten präsent und anerkannt ist. Seit Jahren und Jahrzehnten! Davon profitieren wir im aktuell protektionistisch determinierten Umfeld. Andere warten ab, verharren im „Leerlauf“. Nicht so Ihr Unternehmen. Wir schalten in den dynamischen „Sport-Modus“:

Die NEUE KLASSE feiert auf der IAA Mobility im September 2025 Weltpremiere. Weil wir Trends in den Märkten frühzeitig antizipieren, können wir immer wieder zum richtigen Zeitpunkt technologisch weit springen. Für das gesamte Unternehmen entfalten wir neue Potenziale.

Auf Innovationssprünge bereiten wir uns mit langfristiger Perspektive vor und investieren zielgerichtet in unsere Zukunft. Im vergangenen Jahr haben wir den Höhepunkt bei den Investitionen erreicht: Über neun Milliarden Euro für Forschung & Entwicklung; über neun Milliarden Euro Investitionen. In den kommenden Jahren zahlen sich diese Vorleistungen voll aus: in Elektrifizierung, Digitalisierung, das Produktionsnetzwerk, unser Produktportfolio und die NEUE KLASSE. Alles wie geplant.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Sie denken langfristig. So wie wir. Sie partizipieren am Erfolg Ihres Unternehmens. So wie auch unsere Mitarbeitenden. Unserer Shareholder-Return-Strategie bleiben wir verpflichtet. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Ihnen auf der Hauptversammlung eine Dividende vor: 4,30 Euro je Stammaktie. 4,32 Euro je Vorzugsaktie. In Summe 2,7 Milliarden Euro. Unsere Ausschüttungsquote beträgt 36,7 Prozent. So hoch lag die Quote noch nie. Damit bewegen wir uns im strategischen Zielkorridor von 30 bis 40 Prozent und deutlich über der Quote im Jahr 2023.

Unsere Zukunftspläne setzen wir in Ihrem Sinne um. Wie wir das tun, werde ich Ihnen auf der Hauptversammlung erläutern. Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen und stehen Ihnen Rede und Antwort. Auch eine Überraschung wird es geben: Exklusiv zeige ich Ihnen die ersten beiden Modelle der NEUEN KLASSE. Noch getarnt. Dafür live und fahraktiv in der Olympiahalle in München.

Diese Punkte werde ich vertiefen:

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

Mein erster Punkt: Unsere Strategie.
Marktorientiert und technologieoffen.

Technologisch offen zu sein, bedeutet: den Märkten zu folgen. Diese verändern sich. Und das Tempo variiert. Wie ein Mantra haben wir das immer wieder betont. Und Gegenwind ausgehalten.

Jetzt lauten die Schlagzeilen: „BMW später Sieger der Antriebs-wende" (auto motor sport). „Wie BMW vom Zauderer zum Zauberer wurde" (Wirtschaftswoche). „Der wahre deutsche Elektro-Champion" (Die WELT). Auch die Politik zieht nach: Im Koalitionsvertrag bekennt sich die neue Bundesregierung zu Technologieoffenheit. Die EU-Kommission will mit dem „Green Industrial Deal" Europa wieder wettbewerbsfähiger machen. Klimaschutz und Wirtschaft werden nun „zusammengedacht". Wir unterstützen das aus voller Überzeugung.

E-Antriebe, Plug-in-Hybride, hocheffiziente etablierte Antriebe. Diese technologische Breite beherrscht niemand besser als Ihr Unternehmen. Ab 2028 folgt noch ein Serienmodell mit Wasserstoffantrieb. All das nützt den Kunden und bringt effektiv den Klimaschutz voran:

Die BMW Group hat auch im Jahr 2024 das CO2-Flottenziel unterschritten. Signifikant. Um mehr als 30 Gramm. Nach unseren internen Berechnungen lagen wir bei 99,5 Gramm pro Kilometer. Die EU-Kommission veröffentlicht die offiziellen Daten zum Jahresende.

Wir setzen alles daran, auch die deutlich verschärften Ziele für 2025 zu erreichen. So kennen Sie uns. Darauf bereiten wir uns immer wieder vor: strukturell und kapazitativ. Ambitionierte politische Zielsetzungen sind wichtig. Allein führt E-Mobilität jedoch nicht zum Ziel. Das ist nun offensichtlich. Zu gravierend sind die Unterschiede. Selbst innerhalb Europas.

Die Grundfrage lautet doch: Wie bringen wir effektiv CO2 aus der Mobilität? Sicher nicht, indem wir in Schwarz-Weiß-Kategorien denken. Wer für eine Sache ist, muss nicht automatisch gegen etwas anderes sein. Unser technologisch breiter Ansatz beweist: Es funktioniert. Denken wir alle viel stärker chancenorientiert. Verfolgen wir statt Exit-, besser Entry-Strategien.

Politische Zielvorgaben sollten die Marktrealitäten abbilden und betriebswirtschaftlich umsetzbar sind. Hier ist das Review der EU-Ziele für 2030 und vor allem für 2035 maßgeblich. Nutzen wir die Chance, das System zu überarbeiten. Europa braucht eine leistungsstarke Automobil- und Zuliefererindustrie.

Für unsere politische Arbeit gilt: Wir bleiben weltweit im Austausch mit den Entscheidern, erklären Zusammenhänge und mögliche Auswirkungen von Gesetzesvorhaben. Der Vorstand und ich bringen uns hier persönlich ein.

Wir überzeugen mit Taten. Schon mehr als 15 vollelektrische Modelle haben wir auf dem Markt. Kaum ein anderer Hersteller verfügt über ein derart umfangreiches Angebot. Gerade wurde der BMW iX neu aufgelegt. Über 700 Kilometer fährt er elektrisch. Nach WLTP. Auch im Jahr 2024 haben batterieelektrische Fahrzeuge (BEV) unser Wachstum getrieben. Über 17 Prozent unseres Gesamtabsatzes waren zum Jahresende vollelektrisch. Deutlich mehr als bei vielen Wettbewerbern.

Den positiven Trend haben wir im ersten Quartal 2025 noch beschleunigt: Unsere BEV-Auslieferungen legten weltweit um über 30 Prozent zu. In Europa sogar um mehr als 60 Prozent; in den USA um über 20 Prozent. Rechnet man BEVs und Plug-in-Hybrid-Modelle zusammen, ist aktuell mehr als jedes vierte unserer Fahrzeuge elektrifiziert. Und nahezu jedes fünfte verkaufte Automobil Ihres Unternehmens fährt bereits rein elektrisch. Weitere wichtige Wegmarken werden wir zeitnah passieren: über drei Millionen verkaufte elektrifizierte Fahrzeuge sowie mehr als 1,5 Millionen BEVs. Das gilt in Summe seit dem Produktstart des BMW i3 im Jahr 2013. Wir liefern verlässlich und bleiben glaubwürdig.

Mein zweiter Punkt: Unsere ambitionierten Ziele.
Was haben wir 2024 erreicht? Was nehmen wir uns vor?

Selbst bei schwierigen Bedingungen schrumpfen nie alle Märkte. Es gibt immer Regionen, die wachsen. Ihr Unternehmen nutzt diese Potenziale ganz gezielt: In drei der vier Vertriebsregionen konnten wir im vergangenen Jahr unseren Absatz steigern und Marktanteile gewinnen. Darunter Märkte wie USA, Spanien, Italien, Polen, Frankreich, UK, Indonesien, Südkorea.

Unsere Kernmarke BMW bleibt an der Spitze des Segments. Bei unserer hochdynamischen Marke BMW M stieg der Absatz zum 13. Mal in Folge. Fast jeder zehnte verkaufte BMW war 2024 ein profitables M Modell.

Unsere Marke MINI soll mit der neuen MINI Familie wieder durchstarten. Sie umfasst fünf Modelle. Drei davon auch vollelektrisch. Im absoluten Luxussegment ist Rolls-Royce das Maß aller Dinge. Übrigens: Jeder dritte verkaufte Rolls-Royce ist bereits vollelektrisch. Unsere Zweiradmarke BMW Motorrad führt das globale Premium Motorrad Segment klar an. Über 210.000 verkaufte Motorräder und Scooter markieren einen neuen Bestwert.

All das haben wir 2024 geschafft. Im Verlauf des Jahres kam jedoch Vieles anders als erwartet. Denken Sie an die finanziellen Effekte der Auslieferungssperren und Rückrufe, die auf eine Komponente des Integrierten Bremssystems (IBS) eines Zulieferers zurückgingen. Das haben wir zügig abgearbeitet. Auch die allgemeine Marktschwäche in China und die gedämpfte Nachfrage nach E-Fahrzeugen in einigen Märkten beeinflussten unser Geschäft.

Im September 2024 mussten wir daher unsere Prognose anpassen. Danach haben wir umso entschlossener gekämpft und Ihr Unternehmen in der Spur gehalten. Unsere angepassten Ziele haben wir erreicht: Über 2,45 Millionen ausgelieferte Automobile. Eine EBIT-Marge im Segment Automobile von 6,3 Prozent.

In China haben wir weniger verkauft. Ein hoher Wettbewerbs-druck und intensiver Preiskampf prägen den Markt. Uns überrascht es nicht, wenn heimische Anbieter nun verstärkt Marktanteile gewinnen. Trotzdem hat BMW die Segmentführerschaft verteidigt. Und wir sollten nicht vergessen: Ihr Unternehmen hat vom überdurchschnittlichen Erfolg auf dem chinesischen Markt lange profitiert.

Wir besitzen in China eine sehr gute Reputation. Sie fußt auf unserem langjährigen Engagement. Rund 116 Milliarden Renminbi haben wir in unsere Produktionsbasis Shenyang investiert. Seit 2010. Nur in Deutschland betreiben wir ein noch größeres F&E-Netzwerk als in China. In den vergangenen Monaten war ich mehrfach in China. Unter anderem auf dem „China Development Forum". Auch die Mitglieder des Vorstands sind regelmäßig vor Ort und sprechen mit unserem „BMW Team China". „In China für China" lautet der Kern unserer China-Strategie.

Das gilt 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: Das erste dieser Modelle ist unser BMW iX3. Er ist maßgeschneidert für die Anforderungen chinesischer Kunden. Eben „aus China für China".

Speziell in China entscheidet sich das Technologierennen in unserer Branche. Dort schreitet der Einsatz von KI besonders schnell voran. Mit führenden chinesischen Tech-Unternehmen vertiefen wir die KI-Partnerschaft für die Integration in unsere Fahrzeuge in China. Zusammen mit Alibaba entwickeln wir zum Beispiel die nächste Stufe der Sprachinteraktion zwischen Mensch und Automobil. Ab Ende dieses Jahres integrieren wir auch das KI-Denken von DeepSeek in unsere neuesten Modelle in China. So operieren wir auch bei digitalen Features „in China, für China". Und das mit chinesischer Geschwindigkeit. Wir arbeiten mit Hochdruck daran, in unserem größten Einzelmarkt wieder auf einen Wachstumspfad zu gelangen, auch wenn die Marktsituation angespannt bleibt.

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

In einem Wort: Wachstum. Die globalen Rahmenbedingungen bleiben hochdynamisch. Davon gehen wir aus. Dennoch soll unser Absatz leicht steigen. Was stimmt uns zuversichtlich? Unser überzeugendes Portfolio. Bis 2027 bringen wir über 40 neue oder überarbeitete Modelle auf den Markt. Das umfasst all unsere Automobilmarken und Antriebsvarianten. In diesem Jahr feiert ein echtes BMW Erfolgsmodell 50-jähriges Jubiläum: der volumenstarke BMW 3er. Ausgesprochen populär ist der BMW X3. Seit Februar führen wir das neue Modell in die Märkte ein. Gefertigt wird es weltumspannend: In unserem U.S. Werk Spartanburg, im chinesischen Shenyang und im südafrikanischen Rosslyn.

Auch unser Vertriebssystem stellen wir zukunftsorientiert auf. Wir stellen in Europa auf ein Agenturmodell um. Auf diese Weise können unsere Kundinnen und Kunden in ihrem Kaufprozess nahtlos on- und offline Kanäle nutzen. Bei MINI haben wir bereits 15 europäische Märkte umgestellt.

Bei unserer Kernmarke BMW ist die Einführung in Europa noch einmal deutlich umfangreicher. Umso mehr gelten höchste Qualitätsansprüche. Wir bauen auf den Erfahrungen bei MINI auf. Den Roll-Out für BMW bereiten wir mit Augenmaß in diesem und im kommenden Jahr vor. Die Umstellung erfolgt auch hier zusammen mit den Handelspartnern. Das ist vollkommen klar.

Unsere Investitionen werden in diesem Jahr sinken. So wie angekündigt. Der Free Cashflow soll auf über 5 Milliarden Euro steigen. Bei der Prognose haben wir schnell reagiert: Es sind bereits die Zoll-Auswirkungen enthalten, die zum Stichtag 12. März 2025 bekannt waren. Hier belaufen sich die Effekte auf etwa einen Prozentpunkt auf die EBIT-Marge im Segment Automobile. Entsprechend erwarten wir nunmehr eine EBIT-Marge im Korridor zwischen 5 und 7 Prozent. An unserem langfristigen Zielkorridor von 8 bis 10 Prozent halten wir fest. Darauf können Sie sich verlassen.

Ein Hebel sind geringere operative Kosten. Im Laufe des Jahres erwarten wir hier einen nominalen Rückgang. Übrigens, kein OEM besitzt in der europäischen Automobilindustrie ein besseres Langfristrating als Ihr Unternehmen.

Mein dritter Punkt. Unser globaler Fußabdruck:
Differenzierungsfaktor und Wettbewerbsvorteil in einer fragmentierten Welt.

Die Weltwirtschaft ist stark verflochten; Lieferketten eng vernetzt. Lässt sich das umkehren? Wir glauben nicht. Was wir wissen: Protektionistische Maßnahmen wie Zölle, regionale Abschottung oder technologisches Decoupling kennen am Ende nur Verlierer. Produkte werden teurer und auch weniger innovativ. Wer „zahlt die Zeche"? Die Kunden.

Ihr Unternehmen braucht globale Märkte. Richtig ist ebenfalls: In den vergangenen Jahrzehnten haben wir auch selbst einen messbaren Beitrag erbracht: für Fortschritt und Wohlstand in den Regionen. Schon früh haben wir regional diversifiziert. Das macht uns resilient und flexibel.

Im Ergebnis ist Ihr Unternehmen heute einer der wenigen wirklich globalen Player in unserer Industrie. Unser Fußabdruck umfasst die ganze Welt. Auf externe Einflüsse können wir schnell und adäquat reagieren.

In einer fragmentierten Welt reicht es nicht aus, globale Strahlkraft zu besitzen. Nur wer in den Regionen lokal und als Partner verankert ist, verbleibt „im Spiel". Ihr Unternehmen hat bereits das nächste Level erreicht: Unsere globale Wertschöpfung ist ausgewogen verteilt. Das bedeutet: Absatz und Produktion sind regional ausbalanciert. In Europa, USA und China haben wir 2024 jeweils etwa gleich viele Fahrzeuge verkauft, wie wir vor Ort in absoluten Zahlen hergestellt haben. Ein echtes Alleinstellungsmerkmal.

Unseren Ansatz „local-for-local" bauen wir intelligent aus. Denn lokale Lieferketten und Kooperationen werden zunehmend zum Erfolgskriterium. Ein Beispiel sind unsere Montagewerke für Hochvoltspeicher. Fünf neue Standorte entstehen zurzeit. Alle nah an unseren Produktionsstandorten in Europa, Amerikas und China. Dort fertigen wir die kommende Generation der Hochvoltbatterien für unsere E-Fahrzeuge. Und wir nutzen verstärkt lokale Zulieferernetzwerke.

Gleichzeitig bleiben wir exportstark. Das gilt vor allem für unseren Heimatmarkt Deutschland und unser „zweites Zuhause", die USA. Unsere Wurzeln liegen in München und Bayern. Herkunft verpflichtet. Über eine Million Automobile haben wir 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 erbringen weiterhin einen starken wertschöpfenden Beitrag für den Standort Deutschland. Auch unser neuer Talent Campus für den gesamten Standort München belegt dies.

Aus den USA exportieren wir jedes zweite Fahrzeug, das in Spartanburg produziert wird. Über 10 Milliarden US-Dollar Exportwert haben wir so im vergangenen Jahr generiert. Das macht Ihr Unternehmen erneut zum größten Automobil-exporteur nach Wert in den Vereinigten Staaten. Seit 2014 exportierte das Werk in South Carolina über 2,7 Millionen BMW Fahrzeuge. In Summe beträgt der Exportwert 104 Milliarden US-Dollar. In diesem Jahr feiern wir „50 Jahre BMW Nordamerika". Für unser 30-jähriges Engagement in South Carolina wurden wir von Gouverneur Henry McMaster im Januar mit dem „Honorary Sandlapper Award" geehrt.

Fest steht: Ihr Unternehmen profitiert von einer integrierten Weltwirtschaft. Unsere Haltung bleibt konsistent: Wir treten ein für offene Märkte und freien Handel. Wirtschaftswachstum gedeiht durch Öffnung. Nicht durch Schließung!

Mein vierter Punkt: Unser Zukunftsprojekt für Tech-Führerschaft:
BMW ist NEUE KLASSE. Die NEUE KLASSE ist BMW.

In den 1960er Jahren haben wir mit der ursprünglichen Neuen Klasse einen starken Impuls eingeleitet – für langanhaltendes Wachstum. Nun stellen wir erneut die Weichen für den Erfolg Ihres Unternehmens in der kommenden Dekade.

Dabei gilt: BMW ist NEUE KLASSE. Und die NEUE KLASSE ist BMW. Wir unterscheiden nicht in „alte" und „neue" Technologiewelt. Jedes künftige BMW Modell profitiert von den Technologieclustern. Auch die neue Designsprache wird auf das gesamte Portfolio übertragen. Man kann sagen: Die NEUE KLASSE ist ein riesiger Technologiebaukasten, der alles andere befähigt. Wir erzielen wirtschaftliche Vorteile durch hohe Kommunalität und Skaleneffekte. Alles ist ausgerichtet auf den Nutzen für unsere Kunden. Sie erhalten stets die neueste Technologie in ihren Fahrzeugen. Und das unabhängig von der Antriebsform.

Unser Rollout ist straff getaktet: Ende 2025 kommt der BMW iX3. Er ist der erste Vertreter im volumenstarken, sehr beliebten X-Segment. Produziert wird er in unserem neuen Werk in Ungarn. 2026 läuft dann das zweite Modell an – in unserem Stammwerk München. Eine sportliche Limousine im heutigen BMW 3er Segment. Danach rollen wir die NEUE KLASSE im weltweiten Produktionsnetzwerk aus.

Die NEUE KLASSE demonstriert unser Verständnis des „Software-defined Vehicle". Wir heben unser Digitalangebot auf ein neues Niveau. Dazu zählt das BMW Panoramic iDrive, verbunden mit einem völlig neuen Anzeigesystem. Es reicht über die gesamte Windschutzscheibe. Wir haben eine neue Elektronikarchitektur entwickelt. Vier Hochleistungsrechner steuern die wichtigsten Funktionen wie Fahrdynamik, automatisiertes Fahren oder Infotainment.

Wir nennen sie „Superbrains". Sie steigern die Rechenleistung im Fahrzeug um das bis zu 20-fache gegenüber aktuellen Systemen. Das macht uns zukunftssicher für Software- und Funktions-Updates oder neue KI-Features. Auch das Bordnetz haben wir auf künftige Anforderungen ausgerichtet und deutlich vereinfacht: 600 Meter weniger Kabel. 30 Prozent weniger Gewicht. 20 Prozent höhere Energieeffizienz. Das spricht für sich.

Wir wären nicht BMW, wenn wir nicht gleichzeitig auch die Fahrdynamik revolutionieren würden. Wie das geht, beweist der „BMW Vision Driving Experience". Der VDX ist ein spektakulärer Prototyp. Auf der „Auto Shanghai" im April haben wir eine eigene Teststrecke mit einer riesigen Rampe gebaut.

Unser VDX hat begeistert und enorme Reichweiten bei Social Media erzielt. Seine Eckdaten sind in der Tat gigantisch: 18.000 Newtonmeter Drehmoment. Bis zu 1,2 Tonnen Abtrieb. Querkräfte von bis zu 3 g. Solche Werte erzielen sonst nur Rennwagen der absoluten Top-Klasse. Wir testen die Grenzen der Fahrphysik aus. Sie könnten fragen: Wozu braucht man das? Ein System, das solche Kräfte beherrscht, erfüllt auch die Anforderungen im Alltagsbetrieb absolut souverän. Viele der Technologien im VDX setzen wir in der NEUEN KLASSE ein.

Dazu zählt auch unser „Heart of Joy". So bezeichnen wir einen der vier Hochleistungsrechner. In dieser Steuereinheit bündeln wir alle Antriebs- und Fahrdynamikfunktionen. Wir kreieren damit die nächste Dimension von Freude am Fahren.

Werte Aktionärinnen und Aktionäre!

Bei BMW ist das sprichwörtliche Glas nie halbleer, sondern mindestens halbvoll. Wir denken in Chancen! Und wir nutzen sie konsequent. Darum verfügt Ihr Unternehmen über die besten Voraussetzungen, um weiterhin Wachstumspotenziale auszuschöpfen.

Die NEUE KLASSE ist das jüngste Beispiel, wie wir mutig und vorausschauend handeln. Auch und gerade in einem unsicheren Umfeld. Mitten in der Corona-Pandemie im Jahr 2020 haben wir im Vorstand dieses umfassende Investitionsprojekt entschieden. Nur gut fünf Jahre später wird es Realität.

Das ist der BMW Weg. Er ist geprägt durch grundlegende Zuversicht. Unser Fokus gilt zu jeder Zeit der erfolgreichen Entwicklung Ihres Unternehmens. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass sich Ihr Investment auch in Zukunft lohnt.

Und wir alle schätzen Ihr Bekenntnis zur BMW Group, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre.

Ich bedanke mich ausdrücklich beim „Team BMW Group" an allen Standorten weltweit für die Leistung im Jahr 2024. In meinen Dank beziehe ich die Mitglieder des Vorstands, unsere Zulieferer und Partner und vor allem unsere loyalen Kundinnen und Kunden ein.

Sie sehen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, es gibt gute Gründe, dass Sie weiter zu uns stehen und uns auf dem einzigartigen BMW Weg begleiten. Wir sehen uns am 14. Mai!

Ihr
Oliver Zipse
Vorsitzender des Vorstands