

Presse-Information
07. Juli 2014**BMW Group Gewinner im CRI Index der Bertelsmann Stiftung.**
Corporate Responsibility Index 2013 führt die BMW Group als besten Automobilhersteller und bestes Unternehmen überhaupt.

Gütersloh/München, 07. Juli 2014. Erstmals hat die Bertelsmann Stiftung einen umfangreichen Corporate Responsibility Index (CRI) vorgestellt. Dabei schnitt die BMW Group nicht nur als bester Automobilhersteller ab, sondern war insgesamt auch das beste Unternehmen in der Studie.

Mit dem Corporate Responsibility Index (CRI) – der aktuell größten Vergleichsstudie in Deutschland – hat die Bertelsmann Stiftung ein Instrument entwickelt, das nicht nur bewertet, wie verantwortlich Unternehmen sind, sondern auch wie diese Verantwortung intern verankert, gelebt und umgesetzt wird. 169 Unternehmen haben sich an der Untersuchung beteiligt, die von der Bertelsmann Stiftung gemeinsam mit der concern GmbH und der Universität Bayreuth erstellt wurde.

Die Studie kommt unter anderem zu dem Ergebnis, dass die BMW Group ein Best Practice-Beispiel für Produktverantwortung und Integration von Nachhaltigkeit in alle Geschäftsprozesse darstellt. So werden unter anderem die ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie, die anspruchsvollen Ziele sowie die konkreten Fortschritte bei CO₂-Emissionen und Ressourceneffizienz genannt.

Ursula Mathar, Leiterin Nachhaltigkeit und Umweltschutz der BMW Group: „Wir freuen uns über diesen Erfolg im CRI der Bertelsmann Stiftung. Das Ergebnis bestätigt uns einmal mehr darin, mit unserer Strategie und unseren Maßnahmen auf dem richtigen Weg zu sein.“

Nachhaltigkeit spielt bei der BMW Group schon seit vielen Jahren eine tragende Rolle:

Seit 2009 ist Nachhaltigkeit als ein strategisches Unternehmensziel in der Steuerungslogik der BMW Group verankert. Jedes wesentliche Projekt muss sich unter anderem am Konzernziel Nachhaltigkeit messen lassen. Der Vorstand des Unternehmens treibt das Thema Nachhaltigkeit in der BMW Group voran. Alle Mitglieder des Vorstands gehören dem Nachhaltigkeitsboards an, das zweimal jährlich tagt und dabei auch die Fortschritte des Unternehmens kontinuierlich überprüft.

Presse-Information
Datum 07. Juli 2014
Thema BMW Group Gewinner im CRI Index der Bertelsmann Stiftung.
Seite 2

Auch die Mitarbeiter der BMW Group werden in die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens stark mit einbezogen. Gezielt werden sie für Aspekte nachhaltigen Wirtschaftens sensibilisiert, beispielsweise mit einem interaktiven Web-Based Training (WBT), das im Jahr 2013 weltweit ausgerollt wurde.

In den vergangenen Jahren hat die BMW Group bei nahezu allen Kernindikatoren aus dem Bereich Nachhaltigkeit große Fortschritte erzielt. Auch für die kommenden Jahre hat sich das Unternehmen viel vorgenommen, bis zum Jahr 2020 unter anderem die Reduktion der CO₂-Emissionen der europäischen Neufahrzeugflotte um 50 Prozent im Vergleich zu 1995 und die Reduktion des Ressourcenverbrauchs pro Fahrzeug bei der Herstellung um 45 Prozent.

Ausführliche Informationen zum Nachhaltigen Wirtschaften der BMW Group finden Sie im aktuellen Sustainable Value Report 2013 unter:

<http://www.bmwgroup.com/responsibility>.

Die komplette Studie zum CRI Corporate Responsibility Index 2013 der Bertelsmann Stiftung erhalten Sie unter: <http://www.bertelsmann-stiftung.de/>

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24
5020 Salzburg
Tel. +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2
4400 Steyr
Tel. +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

Presse-Information
Datum 07. Juli 2014
Thema BMW Group Gewinner im CRI Index der Bertelsmann Stiftung.
Seite 3

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>