

Presse-Information
04. Dezember 2015

Die BMW Group auf der UN-Klimakonferenz in Paris 2015.

Paris/München 4. Dezember 2015. Auf der UN-Klimakonferenz in Paris 2015 – kurz COP 21 – vom 30. November bis zum 11. Dezember 2015 spielt die BMW Group eine aktive Rolle und beteiligt sich in vielfacher Art und Weise an den Diskussionen vor Ort. Bereits seit 1992 bringt sich die BMW Group mit ihrem Know-how in den Klimakonferenzen weltweit ein.

BMW Group Student Forum

Auf dem ersten internationalen BMW Group Student Forum am 30. November 2015 diskutierten Studenten aus zwölf Ländern gemeinsam mit BMW Experten über Herausforderungen und Lösungen urbaner Mobilität. Vertreten waren Universitätsstudenten aus Brasilien, China, Chile, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Kanada, Russland, Serbien, Südkorea und den USA. Schwerpunkte der Diskussionen waren Elektromobilität, Car Sharing, hochautomatisiertes Fahren sowie IT-basierte Services.

Die Stakeholderveranstaltung in Paris war bereits die fünfte Dialogveranstaltung der BMW Group in diesem Jahr. Zuvor hatte die BMW Group bereits nationale Dialoge mit Nachhaltigkeitsexperten und Universitätsstudenten in Berlin, London, Shanghai und Seattle organisiert. Studenten aus London, Shanghai und Seattle waren neben Universitätsstudenten aus Paris Teilnehmer an der Veranstaltung in der französischen Hauptstadt.

Dr. Thomas Becker, Leiter Politik der BMW Group: „In Paris laufen zum Ende des Jahres 2015 die Fäden unseres Stakeholderengagements zusammen. Bereits das ganze Jahr über diskutieren wir mit Universitätsstudenten über urbane Mobilität. Wir haben bereits sehr interessantes Feedback aus den jeweiligen Diskussionen. Hier in Paris bringen wir nun auch die Studenten der unterschiedlichen Veranstaltungsstädte zusammen. Das schafft zusätzliche Impulse.“

Ursula Mathar, Leiterin Nachhaltigkeit und Umweltschutz der BMW Group: „Wichtig aus unserer Sicht ist es, dass wir die Erkenntnisse unserer Stakeholderdialoge in unseren Strategieprozess in München einbringen. Jede Strategie muss regelmäßig mit den Stakeholdererwartungen abgeglichen werden. Dabei ist uns nicht nur die Meinung von erfahrenen Nachhaltigkeitsexperten wichtig. Uns interessieren auch Kritik und Anregungen der jungen Generation.“

Presse-Information
Datum 04. Dezember 2015
Thema Die BMW Group auf der UN-Klimakonferenz in Paris 2015.
Seite 2

Ziel der BMW Group ist es, das Format des BMW Group Student Forums auch in den kommenden Jahren fortzusetzen.

American Business Act on Climate Pledge

Anlässlich der UN-Klimakonferenz in Paris teilte die BMW Group zudem mit, dem American Business Act on Climate Pledge beigetreten zu sein. Insgesamt haben sich 154 in den USA ansässige Unternehmen dieser Initiative angeschlossen. Gemeinsames Ziel ist es, mit konkreten Maßnahmen und Maßnahmenkatalogen gegen den Klimawandel vorzugehen. In diesem Zusammenhang hat sich die BMW Group ehrgeizige Ziele auf globaler Ebene, speziell aber auch für die Standorte in den USA gesetzt.

Sustainable Innovation Forum 2015 und andere Veranstaltungen

Die BMW Group ist auf mehreren Veranstaltungen der UN-Klimakonferenz in Paris präsent. Im Fokus des Engagements der BMW Group steht dabei eindeutig die inhaltliche Beteiligung an den Diskussionen vor Ort. So nehmen hochrangige Unternehmensvertreter an verschiedenen Konferenzen und Treffen teil. Unter anderem spricht Peter Schwarzenbauer – Mitglied des Vorstands der BMW AG auf dem Sustainable Innovation Forum 2015 über Herausforderungen und Lösungsansätze urbaner Mobilität.

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 04. Dezember 2015
Thema Die BMW Group auf der UN-Klimakonferenz in Paris 2015.
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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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>

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Seit mehr als 40 Jahren ist die internationale Kulturförderung der BMW Group mit inzwischen über 100 Projekten weltweit essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Schwerpunkte des langfristig angelegten Engagements setzt die BMW Group in der zeitgenössischen und modernen Kunst sowie in klassischer Musik, Jazz, Architektur und Design. 1972 fertigte der Künstler Gerhard Richter drei großformatige Gemälde eigens für das Foyer der Münchener Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet.

Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Unternehmensgebäude. 2011 feierte das BMW Guggenheim Lab, eine internationale Initiative der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group, seine Weltpremiere in New York. Bei allem Kulturengagement erachtet die BMW Group die absolute Freiheit des kreativen Potentials als selbstverständlich – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen.

Weitere Informationen: www.bmwgroup.com/kultur und www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick