

Medien-Information
08. September 2016

BMW Group erneut Branchenführer im Dow Jones Sustainability Index.

Nachhaltigstes Automobilunternehmen der Welt 2016.

München. Im heute von der RobecoSAM AG veröffentlichten Rating für die Dow Jones Sustainability Indizes (DJSI) wird die BMW Group erneut als nachhaltigster Automobilhersteller der Welt gelistet. Zudem gehört die BMW Group damit als einziges Unternehmen der Automobilindustrie seit 1999 ununterbrochen zu den jeweils drei gelisteten Automobilherstellern des renommierten Index. ¶

„Die BMW Group feiert in diesem Jahr 100-jähriges Unternehmensbestehen. Nachhaltigkeit ist dabei ein wichtiger Teil unserer Identität und Strategie. Wir haben in den letzten Jahren sehr viel erreicht und setzen uns auch weiterhin konkrete Ziele für die Zukunft. Wir freuen uns sehr über die erneute Branchenführerschaft im Dow Jones Sustainability Index. Das zeigt, dass unsere Aktivitäten unverändert Wirkung haben und wir auf dem richtigen Weg sind“, so Ursula Mathar, Leiterin Nachhaltigkeit und Umweltschutz der BMW AG. ¶

Nachhaltiges Wirtschaften ist fest in der Unternehmensstrategie und der Kultur der BMW Group verankert. 2001 verpflichtete sich die BMW Group dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen, dem UN Global Compact und der Cleaner Production Declaration. Bereits 1973 führte das Unternehmen als erstes in der Automobilbranche einen Umweltbeauftragten ein. Heute legt das aus allen Mitgliedern des Vorstands bestehende Nachhaltigkeitsboard die strategische Ausrichtung mit verbindlichen Zielen fest. ¶

Die BMW Group verfolgt dabei einen ganzheitlichen Ansatz, in dem Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette implementiert ist. Neben der Verringerung von CO₂-Emissionen sind Themen wie betrieblicher Umweltschutz, Nachhaltigkeit in der Lieferkette, Mitarbeiterorientierung und soziales Engagement Bestandteile der Strategie und werden kontinuierlich vorangetrieben. ¶

Zwischen 1995 und 2015 ist es der BMW Group gelungen, den CO₂-Ausstoß ihrer neu verkauften Fahrzeuge in Europa (EU 28) um 40 Prozent zu senken. Der durchschnittliche CO₂-Ausstoß lag 2015 in Europa (EU28) bei 127 g/km und weltweit bei 147 g/km. Der

konsequente Ausbau der BMW Flotte mit alternativen Antrieben sowie innovative Mobilitätsdienstleistungen trugen wesentlich zu diesem Fortschritt bei.¶

Seit Juli 2016 hat die BMW Group bereits sieben Modelle im Angebot, die wie der BMW i3 rein elektrisch fahren oder als Plug-in-Hybrid einen konventionellen mit einem Elektromotor kombinieren – ein unmissverständliches Bekenntnis zur nachhaltigen Mobilität.¶

Die BMW Group hat das Ziel, beim Einsatz von erneuerbarer Energie in Produktion und Wertschöpfung führend zu sein. Bereits heute stammen 58 Prozent des weltweit bezogenen Stroms der BMW Group aus erneuerbaren Quellen. So hat das Unternehmen auf dem Werksgelände in Leipzig vier Windkraftträder in Betrieb, deren Energie zu 100 Prozent in die Produktion des BMW i3 und BMW i8 fließen. Im amerikanischen Werk Spartanburg im Bundesstaat South Carolina deckt Methangas aus einer Deponie bis zu 50 Prozent des Energiebedarfs in der Produktion.¶

2015 war die BMW Group zudem der erste Automobilhersteller in Europa, der einen 40-Tonnen-Elektro-Lkw für Materialtransporte im öffentlichen Straßenverkehr nutzt.¶

Ein weiteres Ziel der BMW Group ist es, die Transparenz und Ressourceneffizienz entlang der Lieferkette bis zum Jahr 2020 signifikant zu steigern. In diesem Zusammenhang wurden 2015 rund 1.900 Lieferantenstandorte erstmals auf Basis eines branchenspezifischen Nachhaltigkeitsfragebogens bewertet. Bewertungen werden bei allen nominierten sowie bei potenziellen und bereits aktiven Lieferantenstandorten durchgeführt.¶

Unverändert hohen Stellenwert hat bei der BMW Group die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter. 2015 betrug die Investitionen der BMW Group in Aus- und Weiterbildungsprogramme 352 Mio. €. Zudem stellte das Unternehmen weltweit über 1.500 Auszubildende ein. Zurzeit befinden sich insgesamt rund 4.700 junge Menschen in der Berufsausbildung und in Nachwuchsförderprogrammen der BMW Group, über 3.800 davon in Deutschland.¶

Seit Jahren engagiert sich die BMW Group in- und außerhalb des Unternehmens für den interkulturellen Austausch. Gemeinsam mit der UN Alliance of Civilizations verleiht das Unternehmen den Intercultural Innovation Award an Projekte, die auf diesem Gebiet Vorbildliches leisten.¶

Presse-Information
Date 08. September 2016
Topic BMW Group erneut Branchenführer im Dow Jones Sustainability Index.
Page 3

Mit dem Stadtteilprojekt „Lifetalk“ fördert die BMW Group am Werksstandort München den gemeinsamen Austausch von unbegleiteten minderjährigen Flüchtlingen, einheimischen Jugendlichen und BMW Mitarbeitern. Ziel der Initiative ist es, jungen Menschen bei ihrer beruflichen Orientierung zu helfen.¶

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

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 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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>