

Presse-Information
24. März 2017

BMW Group veröffentlicht Sustainable Value Report 2016.

Neue Bestwerte bei zahlreichen Indikatoren.

München, 24. März 2017. Zeitgleich mit ihrem Geschäftsbericht 2016 hat die BMW Group auch ihren neuen Nachhaltigkeitsbericht – den Sustainable Value Report 2016 – veröffentlicht. Darin berichtet das Unternehmen umfangreich und transparent über die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen und den aktuellen Status der zehn Nachhaltigkeitsziele 2020.

Der Nachhaltigkeitsbericht der BMW Group wurde erneut in Übereinstimmung mit den Guidelines der Global Reporting Initiative (GRI G4) erstellt und erfüllt den höchsten Anwendungsgrad „Umfassend“. Alle Daten, Fakten und qualitativen Aussagen wurden zudem von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC geprüft.

Ursula Mathar, Leiterin Nachhaltigkeit und Umweltschutz bei der BMW Group: „Es ist uns wichtig, auch bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts größte Sorgfalt an den Tag zu legen und unseren Stakeholdern eine möglichst hohe Qualität der Berichterstattung zu bieten. Nachhaltigkeit hat in unserer Unternehmensstrategie einen hohen Stellenwert. Unser Bericht soll das in jeder Hinsicht zum Ausdruck bringen.“

Beim letzten Ranking der Nachhaltigkeitsberichte des IÖW belegte die BMW Group Platz 1. Der Sustainable Value Report (SVR) gilt damit derzeit als bester Nachhaltigkeitsbericht deutscher Großunternehmen.

Dr. Thomas Becker, Leiter Politik und Außenbeziehungen: „Die Automobilindustrie steht vor einem gewaltigen Umbruch. Dekarbonisierung, Elektrifizierung, Digitalisierung und ein neues Wettbewerbsumfeld – all das verändert derzeit unsere Branche. In unserem neuen Nachhaltigkeitsbericht greifen wir diese Herausforderungen auf und zeigen, welche Lösungen wir für die Mobilität der Zukunft entwickeln.“

In ihrem aktuellen Sustainable Value Report 2016 berichtet die BMW Group über substanzielle Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit:

So hat die BMW Group den CO₂-Ausstoß ihrer neu verkauften Fahrzeuge in Europa zwischen 1995 und 2016 um ca. 41% verringert. Die europäische Fahrzeugflotte (EU-28) hatte im Jahr 2016 einen durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch von 4,6 l Diesel/100 km bzw. 5,6 l Benzin/100 km und mittlere CO₂-Emissionen von 124 g/km.

Insgesamt nutzten 2016 mehr als 853.000 Kunden weltweit die Carsharing-Angebote der BMW Group. Das sind 45% mehr als 2015.

Presse-Information

Datum 24. März 2017

Thema BMW Group veröffentlicht Sustainable Value Report 2016.

Seite 2

Die DriveNow Flotte in Europa umfasst derzeit mehr als 5.400 Fahrzeuge, wovon 15,4% rein elektrische BMW i3 Fahrzeuge sind. Bis zum 31.12.2016 zählte DriveNow rund 607.000 Kunden in Deutschland und rund 815.000 Kunden europaweit (2015: über 580.000 europaweit). DriveNow ist in Deutschland einer der stärksten Treiber der Elektromobilität. Bereits rund 190.000 Kunden haben mit den elektrischen BMW i3 aus der Flotte rund 6,5 Mio. emissionsfreie Kilometer zurückgelegt. Damit wurden 11,4 % der Fahrten elektrisch getätigt.

Fortschritte gab es auch im Bereich der Produktion: Die BMW Group hat den Verbrauch von Energie und Wasser, das Abfall- und Abwasseraufkommen sowie die Lösungsmittel- und CO₂-Emissionen der Fahrzeugproduktion je produziertes Fahrzeug seit dem Jahr 2006 im Durchschnitt um 50 % verringert. Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir 2016 den Ressourceneinsatz und die Emissionen je produziertes Fahrzeug um durchschnittlich 4,9 % reduzieren.

Im Jahr 2016 haben wir den Anteil von Grünstrom an den zugekauften Strommengen weltweit auf 63% gesteigert.

Seit 2014 beteiligt sich die BMW Group am Supply Chain Programm des CDP. Die Lieferanten, die im Jahr 2016 am Supply Chain Programm des CDP teilgenommen haben, deckten 69% des BMW Group Einkaufsvolumens 2016 ab (2015: 53 %). Damit konnte die Transparenz hinsichtlich CO₂-Emissionen in den Lieferketten deutlich gesteigert werden. Die an dem Programm teilnehmenden Lieferanten berichteten insgesamt von rund 36 Mio. t weniger CO₂-Emissionen (2015: 35 Mio. t).

Unverändert hoch war im Jahr 2016 das Investment der BMW Group in ihre Mitarbeiter: Durchschnittlich besuchten diese für 3,8 Tage eine Fort- oder Weiterbildung. Schwerpunkte in der Weiterbildung lagen in den Bereichen Elektromobilität, Digitalisierung und Industrie 4.0. Die Aufwendungen für diese Maßnahmen lagen auch im Jahr 2016 bei 352 Mio. €.

Als globales Unternehmen mit multinationaler Belegschaft hat die BMW Group ein vitales Interesse an der guten Verständigung zwischen verschiedenen Nationen, Religionen und Ethnien. Seit 2011 vergibt die BMW Group gemeinsam mit der United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC) den Intercultural Innovation Award an innovative soziale Organisationen aus aller Welt, die zum interkulturellen Dialog beitragen.

Presse-Information

Datum

24. März 2017

Thema

BMW Group veröffentlicht Sustainable Value Report 2016.

Seite

3

Bis Ende 2016 konnten wir vor allem durch den Intercultural Innovation Award bereits mehr als 1,2 Mio. Menschen über Austauschprogramme, Online-Plattformen und Bildungsprojekte erreichen.

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

Die BMW Group wird sich auch im Jahr 2017 an der Earth Hour des WWF am 25. März beteiligen. Zwischen 20:30 Uhr und 21:30 Uhr wird die Beleuchtung des BMW Vierzylinders und des BMW Museums in München abgeschaltet.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Kai Zöbelein
Kommunikation Nachhaltigkeit
Telefon: +49 (0)89 382-21170
E-Mail: Kai.Zoebelein@bmw.de

Andreas Klugescheid
Leiter Steuerung Politik und Außenbeziehungen, Kommunikation Nachhaltigkeit
Telefon: +49 (0)89 382-23661
E-Mail: Andreas.Klugescheid@bmw.de

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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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>



Presse-Information

Datum 24. März 2017

Thema BMW Group veröffentlicht Sustainable Value Report 2016.

Seite 4

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