

Presse-Information  
27. Juli 2020

## **Kein Premium ohne Verantwortung: BMW Group rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ins Zentrum ihrer Ausrichtung**

- Vorstand und Top-Management lassen sich an neuen Nachhaltigkeitszielen messen
- Erstmals CO<sub>2</sub>-Ziele für kompletten Lebenszyklus bis 2030
- Science Based Targets als Grundlage für neue Ziele
- Weitreichende Produktstrategie: Deutliche CO<sub>2</sub>-Reduzierung durch mehr als sieben Millionen elektrifizierte Fahrzeuge
- CO<sub>2</sub>-Emissionen von Produktion und Standorten je Fahrzeug um 80% senken
- Anspruch: BMW Group verfügt über nachhaltigste Lieferkette der gesamten Branche
- Kreislaufwirtschaft als Zielbild für Umgang mit Ressourcen
- Zipse: „Nachhaltigkeit und Premium künftig untrennbar miteinander verbunden“

**München.** Die BMW Group rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ins Zentrum ihrer Unternehmensausrichtung. Der Vorstandsvorsitzende Oliver Zipse hat am heutigen Montag in München erste Details dieser Ausrichtung bekanntgegeben und die Zielvorgaben vorgestellt, denen sich das Unternehmen für die Etappe bis zum Jahr 2030 verpflichtet. Dabei kann die BMW Group auf einem starken Fundament aufbauen: Das Unternehmen hat in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten immer wieder Standards in Sachen Nachhaltigkeit gesetzt. Im Zentrum der Strategie zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen und einer steigenden Ressourceneffizienz wird dabei weiterhin das Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung stehen.

„Ich persönlich bin überzeugt: Der Kampf gegen den Klimawandel und unser Umgang mit Ressourcen entscheiden über die Zukunft unserer Gesellschaft – und damit auch der BMW Group. Gerade als Premiumhersteller haben wir den Anspruch, beim Thema Nachhaltigkeit voranzugehen. Deswegen übernehmen wir hier und heute Verantwortung und rücken diese Themen ins Zentrum unserer künftigen Ausrichtung“, sagte **Oliver Zipse**. „Diese neue Ausrichtung wird in

allen Ressorts verankert – von Verwaltung und Einkauf über Entwicklung und Produktion bis hin zum Vertrieb. Wir heben Nachhaltigkeit auf eine völlig neue Ebene.“

Die BMW Group setzt sich dabei klare Ziele zur CO<sub>2</sub>-Reduktion bis zum Jahr 2030 – erstmals über den gesamten Lebenszyklus von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase. Über diese gesamte Bandbreite sollen die CO<sub>2</sub>-Emissionen je Fahrzeug deutlich **um mindestens ein Drittel gesenkt werden**. Für eine Flotte von gut 2,5 Millionen Fahrzeugen, die 2019 von der BMW Group produziert wurden, würde das 2030 einer Reduktion von mehr als 40 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> über den Lebenszyklus entsprechen.

### **Vorstand und Top-Management lassen sich an Nachhaltigkeit messen**

„Wir haben uns sehr klar dem Pariser Klimaabkommen verpflichtet. Mit der neuen Ausrichtung schlagen wir deswegen einen Kurs ein, der deutlich ambitionierter als das Zwei-Grad-Ziel ist. Wir treffen dabei keine abstrakten Aussagen – sondern haben einen detaillierten 10-Jahresplan mit jährlichen Zwischenzielen für die Etappe bis 2030 entwickelt“, sagte Zipse. „Wir werden Jahr für Jahr über unsere Fortschritte berichten und uns an diesen Zielen messen lassen. Das wird auch in die Vergütung von Vorstand und Top-Management einfließen.“

Vom kommenden Jahr an wird die BMW Group sowohl ihre finanziellen Kennzahlen und die allgemeine Geschäftsentwicklung als auch die Berichterstattung über ihre Nachhaltigkeitsziele in einem **integrierten Bericht** veröffentlichen. „Das ist nicht nur ein klares Zeichen dafür, dass Geschäftsmodell und Nachhaltigkeit bei uns nicht zu trennen sind – damit stellen wir uns auch noch umfassender als bisher der externen und unabhängigen Prüfung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Denn Glaubwürdigkeit entsteht durch Transparenz“, sagte Zipse. Als Grundlage für ihre Ziele zieht die BMW Group die Vorgaben der anerkannten **Science Based Targets Initiative**

[<https://sciencebasedtargets.org/>] heran und wird sich der Initiative anschließen.

Das bedeutet unter anderem, dass auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Herstellung von Kraftstoffen einbezogen werden („Well-to-Wheel“).

### **CO<sub>2</sub> von Produktion und Standorten um 80 Prozent reduzieren**

Unmittelbaren Einfluss hat die BMW Group auf die CO<sub>2</sub>-Emissionen ihrer eigenen Werke und Standorte und ist dort bereits Benchmark bei der Ressourceneffizienz. Für 2030 setzt sich das Unternehmen hier branchenweit die höchsten Reduktionsziele – die sogar einem **ambitionierteren Pfad** folgen als dem 1,5 Grad Ziel. Nachdem das Unternehmen die Emissionen je Fahrzeug in der Produktion seit 2006 bereits um mehr als 70 Prozent reduziert hat, sollen die Emissionen der BMW Group (Scope 1 + 2) von 2019 ausgehend bis 2030 um abermals 80 Prozent reduziert werden. Verglichen mit 2006 bleiben dann weniger als 10 Prozent der ursprünglichen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Wesentlicher Hebel ist dabei die Produktion, die rund 90 Prozent der Scope-1 und Scope-2-Emissionen des Unternehmens verursacht.

Neben dem Bezug von **100 Prozent Grünstrom** ab diesem Jahr wird die BMW Group konsequent in die Optimierung ihrer Energieeffizienz investieren – und dabei auch die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen. Schon heute erhöht die BMW Group etwa mit Methoden von **Data Analytics** die Effizienz ihrer Produktion – beispielsweise über die Minimierung von Ausschussteilen im Karosseriebau oder durch vorausschauende Instandhaltung von Maschinen. Zudem wird das Unternehmen den weiteren Ausbau erneuerbarer Energiequellen an seinen Standorten weltweit vorantreiben. Eine wichtige Rolle kann dabei auch die Nutzung von **grünem Wasserstoff** zur Energiegewinnung an geeigneten Standorten der BMW Group spielen.

Zusätzlich zu der deutlichen Reduzierung in der Substanz wird die BMW Group ihre verbliebenen CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1 + 2) bereits von 2021 an über die Nutzung entsprechender Zertifikate **vollständig neutralisieren**.

### **CO<sub>2</sub>-Senkung auf der Straße durch Millionen elektrifizierte Fahrzeuge**

Bis 2030 sollen die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Fahrzeuge um 40 Prozent je gefahrenem Kilometer reduziert werden. Zentraler Hebel dafür ist eine weitreichende Produktstrategie mit einem massiven Ausbau der E-Mobilität: In zehn Jahren sollen insgesamt **mehr als sieben Millionen elektrifizierte Fahrzeuge** der BMW Group auf den Straßen unterwegs sein – davon etwa **zwei Drittel mit vollelektrischem Antrieb**.

„Die besten Autos der Welt sind nachhaltig. Deswegen werden Premium und Nachhaltigkeit in Zukunft mehr denn je untrennbar miteinander verbunden sein“, sagte Zipse. „Wir nutzen unsere herausragende Technologiekompetenz in Hardware und Software, um sie nicht nur begehrt zu machen, sondern mit ihnen gleichzeitig einen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung zu leisten.“ Entsprechend liegt die BMW Group auch voll auf Kurs, um ihre CO<sub>2</sub>-Flottenziele in der EU dieses Jahr zu erfüllen.

### **Produktstrategie: Vollelektrische Modelle in volumenstarken Baureihen**

Schon heute ist die BMW Group ein führender Anbieter von elektrifizierten Fahrzeugen: Ende 2021 wird die BMW Group mit dem **BMW i3\***, dem **MINI Cooper SE\***, dem **BMW iX3\***, dem **BMW iNEXT** sowie dem **BMW i4** fünf vollelektrische Serienfahrzeuge anbieten. Ein weiterer Meilenstein wird in der Folge die kommende Generation des **BMW 7er**. Das Flaggschiff der Marke BMW wird mit vier unterschiedlichen Antriebsarten verfügbar sein: als hocheffizienter Diesel oder Benzin mit 48 Volt Technologie sowie als elektrifizierter Plug-in-Hybrid und erstmals als vollelektrisches BEV-Modell. 2023

wird das Unternehmen 25 elektrifizierte Modelle auf der Straße haben – die Hälfte davon vollelektrisch.

Zusätzlich zu dem BMW 7er wird die umfassende Elektrifizierung weiter über die Modellpalette ausgerollt: Zusätzliche Beispiele für die „**Power of Choice**“ werden die volumenstarken **BMW X1** und **BMW 5er** Baureihen sein, die in Zukunft ebenfalls mit allen vier Antriebsvarianten – vollelektrisch, Plug-in-Hybrid, Diesel und Benziner mit 48 Volt Technologie – verfügbar sein werden.

Bereits seit diesem Jahr nutzt die BMW Group die hohe **Konnektivität** ihrer Fahrzeuge, um bei Plug-in-Hybriden den Anteil elektrisch gefahrener Strecken zu erhöhen. Mit der **eDrive Zones** Technologie schalten diese Fahrzeuge bereits in rund 80 europäischen Städten automatisch auf rein elektrischen Antrieb, sobald sie dort in eine vordefinierte Umweltzone einfahren. Die Verfügbarkeit wird um weitere Länder und Städte ergänzt werden, um in einer stetig wachsenden Zahl von City-Bereichen die elektrischen Fahranteile von Plug-in-Hybrid-Modellen zu steigern.

Zusätzlich arbeitet die BMW Group im Rahmen ihrer **Efficient Dynamics** Strategie auch künftig weiter daran, den Verbrauch konventioneller Antriebe zu reduzieren und deren Effizienz zu erhöhen. Die laufende Ausrollung der 48 Volt Technologie ist dabei ein Baustein zur CO2-Reduzierung.

### **CO2 in der Lieferkette: deutliche Reduzierung statt hohem Aufwuchs**

Durch den steigenden Anteil der E-Mobilität muss bei der CO2-Reduzierung künftig ein sehr viel größeres Augenmerk auf die vorgelagerte Wertschöpfung gelegt werden – etwa angesichts der energieintensiven Herstellung von Hochvoltspeichern. Denn ohne **Gegenmaßnahmen** würden die CO2-Emissionen je Fahrzeug in der Lieferkette der BMW Group durch den erhöhten Elektrifizierungsanteil bis 2030 um mehr als ein Drittel steigen.

Diesen Aufwuchs will das Unternehmen nicht nur vermeiden, sondern die CO<sub>2</sub>-Emission je Fahrzeug verglichen mit 2019 sogar um 20 Prozent senken. Dazu wird die BMW Group unter anderem den **CO<sub>2</sub>-Footprint** der Lieferkette als **Vergabekriterium** in ihren Entscheidungsprozessen etablieren. Damit nimmt das Unternehmen eine **Vorreiterrolle als erster Automobilhersteller** mit konkreten CO<sub>2</sub>-Zielen für seine Lieferkette ein. Diese besteht weltweit aus allein rund 12.000 Tier-1-Partnern, die Material und Komponenten für Fahrzeuge liefern sowie aus weiteren Lieferanten, die etwa Produktionsanlagen oder Werkzeuge bereitstellen. Insgesamt kommt die BMW Group auf über 60 Milliarden Euro Einkaufsvolumen pro Jahr, davon entfallen rund zwei Drittel auf direkte Fahrzeugumfänge.

„CO<sub>2</sub>-Reduzierung muss im partnerschaftlichen Zusammenspiel von Hersteller und Zulieferer geschehen. Wer Partner überzeugen will, der muss Vorbild sein. Als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit hat unser Wort auch bei den Lieferanten großes Gewicht – und diesen Ruf nutzen wir“, sagte Zipse. „Unser Anspruch ist es, die **nachhaltigste Lieferkette der gesamten Branche** sicherzustellen.“ Dabei fokussiert sich die BMW Group nicht nur auf die oberste Ebene ihrer Tier-1-Lieferanten, sondern will das Thema Nachhaltigkeit in ihrer gesamten Lieferkette verankern.

Mit ihren Zellherstellern hat die BMW Group bereits vertraglich vereinbart, dass sie bei der Produktion der fünften Generation von Batteriezellen nur noch **Grünstrom** verwenden. Das wird innerhalb der nächsten zehn Jahre zu einer Einsparung von insgesamt rund 10 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> führen. Dies entspricht in etwa der Menge an CO<sub>2</sub>, die eine Millionenstadt wie München pro Jahr emittiert. Einen solchen Einsatz von Grünstrom wird das Unternehmen deutlich ausbauen und in den kommenden Jahren in gemeinsamer Arbeit mit seinen Komponenten- und Rohstofflieferanten für die gesamte Lieferkette vorantreiben. So will die BMW Group sicherstellen, dass ihre Partner den Kampf gegen den

Klimawandel mit gleicher Entschlossenheit und **Wirksamkeit** führen wie sie selbst.

## **Kreislaufwirtschaft für verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen**

Nicht nur die Senkung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, sondern auch der Umgang mit Ressourcen spielt für das Geschäftsmodell der BMW Group eine zentrale Rolle. So kann etwa die Elektromobilität langfristig nicht nur über Primärmaterialien abgedeckt werden. Die zugrundeliegenden **Ressourcenströme müssen sich verändern**. Ziel der BMW Group ist es, durch mehr Transparenz in der Verwertungskette hochqualitatives Sekundärmaterial zu schaffen und die tatsächliche Weiternutzung der Rohstoffe im Kreislauf nachvollziehen zu können. „Unser Ziel ist klar: Wir wollen die Wertstoffkreisläufe weiter schließen, um die endlichen Ressourcen der Natur zu schützen und noch effizienter einzusetzen“, sagte Zipse.

Fahrzeuge müssen heute bereits zu 95 Prozent recyclingfähig sein – aber der Anteil an Sekundärmaterial in neuen Fahrzeugen ist noch vergleichsweise niedrig. Deswegen plant die BMW Group, diesen Anteil von **Sekundärmaterial** in ihren Fahrzeugen bis 2030 deutlich zu erhöhen – und prüft dabei auch sehr weitreichende Szenarien. Sekundärmaterial reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber Primärmaterial deutlich: etwa um den Faktor 4-6 bei Aluminium. Zudem ist gerade bei kritischen Rohstoffen eine Minimierung der notwendigen Neugewinnung essentiell, um Bestände zu schützen und Konfliktpotenziale zu reduzieren.

Gerade mit Blick auf die **Hochvoltspeicher** elektrifizierter Fahrzeuge mit ihren teils kritischen Rohstoffen kommt der Kreislaufwirtschaft eine entscheidende Rolle zu. Während EU-weit derzeit nur eine Recyclingquote von 50 Prozent bei Hochvoltspeichern gefordert ist, hat die BMW Group gemeinsam mit dem deutschen Recycling Spezialisten Duesenfeld ein Verfahren entwickelt, mit dem

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum

27. Juli 2020

Thema

Kein Premium ohne Verantwortung: BMW Group rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ins Zentrum ihrer Ausrichtung

Seite

8

eine **Recyclingquote** von bis zu 96% erreicht werden kann – inklusive Grafit und Elektrolyte. Zudem nimmt die BMW Group schon heute weltweit alle gebrauchten BMW Hochvolt-Speicher zurück – auch ohne gesetzliche Verpflichtung. Vor dem Recycling steht dabei noch eine **Second Life** Nutzung in Speicherfarmen wie etwa im BMW Group Werk Leipzig.

Für die Nachverfolgung und Verifizierung weltweiter Warenströme pilotiert die BMW Group digitale Tools bis hin zur **Blockchain-Technologie**. So ermöglicht etwa das Projekt PartChain eine jederzeit überprüfbare und manipulationssichere Erfassung von Daten in der Lieferkette. Perspektivisch könnten damit speziell kritische Rohstoffe vollständig von der Mine bis zur Schmelze zurückverfolgt werden.

**\*Verbrauchs-/Emissionsangaben:**

**BMW i3** (120 Ah): Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 13,1 kWh/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 0 g/km

**BMW i3s** (120 Ah): Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 14,6-14,0 kWh/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 0 g/km

**MINI Cooper SE**: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 16,8-14,8 kWh/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 0 g/km

**BMW iX3**: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 17,8-17,5 kWh/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 0 g/km.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Unternehmenskommunikation**

Max-Morten Borgmann, Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 89 382-24118, [Max-Morten.Borgmann@bmwgroup.com](mailto:Max-Morten.Borgmann@bmwgroup.com)

Kai Zöbelein, Nachhaltigkeitskommunikation

Telefon: +49 89 382-21170, [Kai.Zoebelein@bmwgroup.com](mailto:Kai.Zoebelein@bmwgroup.com)

Eckhard Wannieck, Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation

Telefon: +49 89 382-24544, [Eckhard.Wannieck@bmwgroup.com](mailto:Eckhard.Wannieck@bmwgroup.com)

Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)

E-mail: [presse@bmwgroup.com](mailto:presse@bmwgroup.com)

## Unternehmenskommunikation

## Presse-Information

Datum

27. Juli 2020

Thema

Kein Premium ohne Verantwortung: BMW Group rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ins Zentrum ihrer Ausrichtung

Seite

9

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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](http://www.bmwgroup.com)Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>