

Presse-Information.  
31. März 2021

## **BMW Group setzt sich für den Schutz der Tiefsee ein**

BMW Group hat nachhaltigste Lieferkette zum Ziel +++  
Vorsorglicher Ausschluss von Mineralien aus Tiefseebergbau in  
der BMW Group Lieferkette +++ Kreislaufwirtschaft als Zielbild  
für Umgang mit Ressourcen

**München.** Die BMW Group hat eine Initiative zum Schutz der Tiefsee gestartet und unterstützt damit die Arbeit des WWF Deutschland. In einer gemeinsamen Erklärung verpflichten sich die BMW Group sowie Unternehmen aus weiteren Branchen dazu, vorsorglich keine Mineralien aus der Tiefsee zu verwenden oder Tiefseebergbau zu finanzieren, solange bis die Folgen des Tiefseebergbaus wissenschaftlich umfassend untersucht sind und ein ausreichender Schutz für die Tiefsee gewährleistet werden kann.

Patrick Hudde, Leiter Nachhaltigkeit in der Lieferkette und indirekter Einkauf Rohstoffmanagement der BMW Group: „Die BMW Group hat den Anspruch, einer der nachhaltigsten Automobilhersteller zu sein und hierfür auch in seinen Lieferketten hohe Standards verankert. Insbesondere die Rohstoffbeschaffung erfordert größte Sorgfalt. Derzeit reichen die wissenschaftlichen Erkenntnisse nicht aus, um die ökologischen Risiken des Tiefseebergbaus beurteilen zu können. Insofern sind Rohstoffe aus Tiefseebergbau derzeit für die BMW Group keine Option.“

Aufgrund der allgemein steigenden Nachfrage nach Rohstoffen sind Lagerstätten von mineralischen Rohstoffen in der Tiefsee zuletzt stärker in das Interesse der Öffentlichkeit gerückt. Insbesondere Manganknollen (polymetallische Knollen), kobaltreiche Eisen- und Mangankrusten sowie Massivsulfide und Erzschlämme könnten das Interesse von Bergbauunternehmen wecken. Einzelne Experten sehen hier möglicherweise eine attraktive Alternative zu Mineralien aus terrestrischem Bergbau. Insgesamt überwiegt bei vielen Fachleuten derzeit aber noch die Skepsis – angesichts unzureichender wissenschaftlicher Untersuchungen.

Die BMW Group verfolgt zudem eine Nachhaltigkeitsstrategie, die stärker auf geschlossene und ressourceneffiziente Materialkreisläufe setzt. Ziel ist es, den Anteil von Sekundärmaterial in Fahrzeugen deutlich zu erhöhen. Bereits heute verwendet das Unternehmen bis zu 50% Sekundäraluminium, 25% sekundären Stahl und bis zu 20% sekundäre Thermoplaste. Diese Quoten sollen künftig weiter gesteigert werden. Der verstärkte Einsatz von Sekundärmaterialien wird dazu beitragen, den Bedarf an neuen Primärrohstoffen langfristig zu reduzieren.

Grundsätzlich hält die BMW Group an den hohen Nachhaltigkeitsstandards für Rohstoffe in ihren Lieferketten fest. So müssen sich Rohstofflieferanten künftig zum Beispiel nach dem anspruchsvollen Standard der Initiative for Responsible Mining Assurance (IRMA) zertifizieren lassen, um mit der BMW Group zusammenarbeiten zu können.

Die BMW Group und der WWF begrüßen es, dass sich mit Google, Samsung SDI und Volvo Group bereits drei weitere Unternehmen der Initiative zum Schutz der Tiefsee angeschlossen haben und sind zuversichtlich, dass weitere Teilnehmer hinzukommen werden. Patrick Hudde, Leiter Nachhaltigkeit in der Lieferkette und indirekter Einkauf Rohstoffmanagement der BMW Group: „Die Initiative bleibt offen für weitere Teilnehmer. Wir freuen uns, wenn sich uns weitere Unternehmen anschließen – insbesondere auch aus unseren Lieferketten.“

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Unternehmenskommunikation**

Kai Zöbelein, Pressesprecher Nachhaltigkeit, Urbane Mobilität  
E-Mail: [kai.zoebelein@bmw.de](mailto:kai.zoebelein@bmw.de), Telefon: +40-89-382-21170

Internet: [www.press.bmwgroup.com/deutschland](http://www.press.bmwgroup.com/deutschland)  
E-Mail: [presse@bmwgroup.com](mailto:presse@bmwgroup.com)

**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 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

[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/bmw-group/>