

Presse-Information  
17. Juni 2021

## **Die BMW Group auf dem Greentech Festival. MINI und Designworks als Gestalter des Wandels.**

**München.** Vom 16. bis 18. Juni 2021 treffen sich auf dem renommierten Greentech Festival in Berlin Menschen, Unternehmen und Organisationen, die eine nachhaltige Zukunft in den Mittelpunkt ihres Handelns stellen. Die BMW Group ist nicht nur Kooperationspartner des Festivals, sondern wird zudem auch in der Ausstellung und mit Beiträgen auf der Konferenz vor Ort sein. Bernd Körber, Leiter Marke MINI, und Holger Hampf, Präsident Designworks, werden als Keynote-Speaker Impulse setzen und zeigen, wie sie ihre Rolle als Gestalter einer besseren Zukunft begreifen.

### **Nachhaltigkeit als Leitprinzip der BMW Group.**

„Die visionäre, nachhaltige und zukunftsorientierte Plattform von Greentech passt perfekt zum Anspruch der BMW Group, stets Treiber des Wandels zu sein“, erklärt Stefan Ponikva, Leiter BMW Markenerlebnis. „Mit unserem Engagement auf dem diesjährigen Greentech Festival möchten wir die Innovations- und Leistungsfähigkeit der BMW Group über die klassischen Automobilthemen hinaus aufzeigen. Auch die Themen Nachhaltigkeit sowie die Potenziale der Kreislaufwirtschaft für den Umwelt- und Klimaschutz spielen eine sehr wichtige Rolle bei der Aktivierung unserer Plattformen. Mit dem Ansatz ‚RE:THINK, RE:DUCE, RE:USE, RE:CYCLE‘ wird die BMW Group im September auf der IAA MOBILITY 2021 einen ganzheitlichen Ausblick geben, wie der Einsatz von Primärrohstoffen für das Auto der Zukunft drastisch reduziert werden kann“, so Ponikva weiter.

Die Haltung der BMW Group ist eindeutig: Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist in jedem Unternehmensaspekt fest verankert. Ökologische und soziale Nachhaltigkeit, Verantwortung für die eigenen Produkte und ein klares Bekenntnis zur Ressourcenschonung stehen im Mittelpunkt ihrer Unternehmensstrategie. Dabei betrachtet sie nicht nur die Emissionen, die beispielsweise durch die Fahrzeuge entstehen, sondern berücksichtigt die gesamte Wertschöpfungskette –

ob entlang der Lieferkette, in Produktionsprozessen, während der Nutzungsphase oder beim Recycling.

### **MINI als Vorreiter von nachhaltiger, individueller Mobilität in der Stadt.**

MINI war schon immer eine kreative Marke für urbane Mobilität. Globale Herausforderungen wie Klimawandel und Urbanisierung sieht man bei MINI als Chance, indem sie Innovationen treiben, die nicht nur das Kundenerlebnis verbessern, sondern vor allem auch positive Auswirkungen für Gesellschaft und Umwelt schaffen. Daher integriert MINI Nachhaltigkeit konsequent in das eigene Geschäftsmodell. Wie dies die urbane Mobilität von morgen prägen könnte, zeigt beispielhaft der MINI Vision Urbanaut, der die Zukunftsvision der Marke MINI und nachhaltiger Mobilität konkrete Gestalt annehmen lässt. „Der Charakter des MINI Vision Urbanaut ist geprägt von einem neuen Bewusstsein für Nachhaltigkeit. Im Innenraum kommen natürliche Materialien und recycelte Werkstoffe zum Einsatz, die für ein angenehmes Raumklima sorgen. Und das ist wichtig, denn schließlich ist der MINI Vision Urbanaut nicht nur ein Fahrzeug, sondern auch ein Lebensraum“, erklärt Bernd Körber, Leiter der Marke MINI.

### **Designworks zeigt den Weg in die Zukunft.**

Mit Design die Herausforderungen der Zukunft zu lösen, ist die Herangehensweise von Designworks, dem Kreativberatungsunternehmen der BMW Group. Als „Architects of the Future“ entwickelt Designworks an seinen drei Standorten in Kalifornien, Schanghai und München zukunftsweisende Konzepte für verschiedenste Branchen und Kunden auf der ganzen Welt. Was dafür nötig ist, erklärt Holger Hampf, Präsident Designworks: „Wir befinden uns an einem Wendepunkt auf dem Weg zu einem kollektiven Wohlbefinden. Kein Einzelner, kein Unternehmen und keine Regierung kann globale Herausforderungen wie den Klimawandel, das Gesundheitswesen oder Ressourcenschonung allein bewältigen. Wir müssen das gemeinsam tun, und das bedarf starker Partnerschaften. Design spielt dabei eine we-

sentliche Rolle, weil es Visionen entwickeln und die daraus resultierenden Potenziale über Visualisierungen greifbar machen kann. Gerade in Zeiten des Wandels kann die positive Energie und die Beratungskompetenz von Design Unternehmen helfen, Unsicherheit in Begeisterung zu verwandeln, den Weg zu zeigen, strategische Ansätze zu definieren und gesellschaftliche Verhaltensänderungen anzustoßen.“

### **Exponate der BMW Group in der Ausstellung.**

Ein Beispiel für die Innovationskraft von Design ist der „Electrified Wingsuit“, der in Kooperation von BMW i und Designworks mit dem Base Jumper und Extremsportler Peter Salzmann entstand. Im Rahmen des Greentech Festivals präsentiert die BMW Group den ersten Elektroantrieb für einen Wingsuit, mit dem der jahrhundertalte Traum vom Fliegen auf völlig neuartige Weise realisiert werden kann. Ein interaktives Virtual-Reality-Erlebnis auf dem Greentech Festival lässt die Besucher beinahe so mit dem Electrified Wingsuit fliegen wie Peter Salzmann.

Ein weiteres Highlight auf der BMW Ausstellungsfläche ist das neueste BMW Modell aus dem elektrischen Produktportfolio: der BMW i4 eDrive40 Gran Coupé, das erste rein elektrisch angetriebene BMW Coupé. Darüber hinaus zeigt die BMW Group mit dem BMW i3 Urban Suite ein ganz auf die individuellen Bedürfnisse des Fahrgasts abgestimmtes Mobilitätserlebnis. Dafür wurde ein serienmäßiger BMW i3 bis auf den Fahrersitz und das Dashboard komplett umgestaltet, sodass der Innenraum an die entspannte Atmosphäre eines Boutique-Hotels erinnert. Mehrere dieser Fahrzeuge sind im Rahmen des Festivals als VIP-Shuttles fahraktiv im Einsatz.

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

17. Juni 2021

Dat

Thema Die BMW Group auf dem Greentech Festival.

Seite 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Unternehmenskommunikation**Laura-Marie Gaßner, Pressesprecherin MINI Design  
Telefon: +49-89-382-98114; E-Mail: [Laura.Gassner@bmwgroup.com](mailto:Laura.Gassner@bmwgroup.com)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/>