

Presse-Information  
02. September 2021

## **Revolution statt Evolution: BMW Group reduziert CO<sub>2</sub>-Footprint bis 2030 deutlich durch innovative Materialien.**

+++ Maßnahmen für definiertes 1,5 Grad Ziel: nachhaltige, innovative Materialien und Kreislaufwirtschaft +++ Höhere Recyclingquoten und alternative Rohstoffe sorgen für niedrigeren CO<sub>2</sub>-Ausstoß bis 2030 über gesamten Lebenszyklus +++ Intensive Materialforschung und Kooperationen wesentlicher Faktor gegen den Klimawandel

**München.** Mit einer beispiellosen Nachhaltigkeitsstrategie und klar definierten CO<sub>2</sub>-Zielen intensiviert die BMW Group ihren Kampf gegen den Klimawandel. Dies verkündete Oliver Zipse, der Vorstandsvorsitzende der BMW AG, auf einer Presseveranstaltung in München.

Schwerpunkte der richtungsweisenden Strategie sind einerseits eine **drastische CO<sub>2</sub>-Reduktion pro Fahrzeug bis zum Jahr 2030**. Andererseits treibt die BMW Group im Zuge der Einführung der „Neuen Klasse“ die Nutzung von **Sekundärmaterial** sowie die zukunftsweisenden Prinzipien einer **Kreislaufwirtschaft** massiv voran. Damit verpflichtet sich die BMW Group zu einem noch nachhaltigeren Kurs, der dem 1,5 Grad Ziel zur Begrenzung der globalen Erderwärmung entspricht.

Die Erfüllung sämtlicher Klimaziele hängt wesentlich mit der **Forschung und Entwicklung nachhaltiger Materialien** zusammen. Aus Sicht der BMW Group kann nur ein ganzheitlicher Ansatz im Umgang mit bewährten und neuen Materialien den CO<sub>2</sub>-Ausstoß dauerhaft reduzieren. Aus diesem Grund hat sich die BMW Group intensiv der Entwicklungs- und Forschungsarbeit von umweltschonenden Rohstoffen verschrieben. Gleichzeitig forciert sie den gezielten Aufbau eines Marktes für Sekundärmaterialien und arbeitet zielgerichtet mit Startups und erfahrenen Materiallieferanten an zukunftsweisenden Werkstoffen.

„Wir setzen **neue Maßstäbe für nachhaltige Premiumqualität**. Dafür denken wir Materialien neu, legen unseren Fokus noch gezielter auf ressourcenschonende Materialalternativen und erneuerbare Materialien mit einer ausgeprägten Demontagefähigkeit,“ sagt Dr. Stefan Floeck, Leiter Entwicklung Karosserie, Exterieur und Interieur, und seit dem 1. September verantwortlich für die Produktlinie MINI und Kompaktklasse BMW. „Damit gehen wir einen

konsequenten Weg – hin zu einer ganzheitlich nachhaltigen Produktentwicklung, dem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und der Transformation zu einer Kreislaufwirtschaft.“

### **Innovative Materialien für ein nachhaltiges Ziel**

Ob Exterieur oder Interieur: Der Einsatz von intelligenten und nachhaltigen Materialien ist die Basis für ressourcenschonenden Automobilbau. Die BMW Group hat Materialgruppen definiert, deren nachhaltige Eigenschaften neue Maßstäbe setzen und alle vier Bereiche der Circular Economy abdecken: RE:THINK, RE:DUCE, RE:CYCLE und RE:USE.

### **Natürliche Rohstoffe integrieren**

Die BMW Group setzt seit einigen Jahren auf nachwachsende Rohstoffe in ihren Fahrzeugen – bisher zum Beispiel in Türverkleidungen in Form einer Naturfasermatte gepaart mit einer Matrix aus Kunststoff, die für die nötige Stabilität sorgt. **Nachwachsende Rohstoffe** wie Naturfasern sind dabei nicht nur **30 Prozent leichter** als das Alternativmaterial Kunststoff, sondern sie gehen mit einem **negativen Wert in die CO<sub>2</sub>-Berechnung** ein, da sie in der Wachstumsphase CO<sub>2</sub> aufnehmen und Sauerstoff emittieren.

Aufgrund seines Potentials hat die BMW Group mit ihren Partnern den Einsatz von Fasern wie Hanf, Kenaf oder Flachs konsequent weiterentwickelt und mit Naturfaser-Gitterstrukturen versehen. Durch die Stützstrukturen ist es möglich, die mechanischen Eigenschaften zu erhalten und weiteres Gewicht durch einen reduzierten Materialeinsatz einzusparen.

Auch Holz bietet als nachwachsender Rohstoff viele Einsatzfelder. So forscht die BMW Group unter anderem an **neuartigen Holzschäumen** mit einer offenporigen Struktur bestehend aus fein zerkleinerten Holzpartikeln. Die Festigkeit des Schaums entsteht durch holzeigene Bindungskräfte, die es möglich machen, auf synthetische Klebstoffe zu verzichten. Die Schäume bestehen somit zu 100 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen und könnten in Zukunft Akustikschäume ersetzen.

### **Kunststoff-Rezyklate: Clever und umweltfreundlich**

Die BMW Group setzt bereits heute in ihren thermoplastischen Bauteilen auf bis zu 100 Prozent Kunststoff-Rezyklat. Gemeinsam mit innovativen Kunststoffherstellern arbeitet sie an der Weiterentwicklung von **Kunststoff-Rezyklaten und**

**Biokunststoffen** mit einem deutlich verminderten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck. Dafür nutzt das Unternehmen neben Kunststoff-Rezyklaten biobasierte Kunststoffe und Kunststoffe mit Naturfaserverstärkung wie Cellulose, Hanf, Holz oder Bambus, um den **Anteil erdölbasierten Primär-Kunststoffs zu reduzieren**. Das Ziel ist es, bis zum Jahr 2030 thermoplastische Kunststoffe mit einem Rezyklat-Anteil von durchschnittlich 40 Prozent einzusetzen.

### **Innovatives Leder aus neuen Quellen**

Neue vegane und ressourcenschonende Lederalternativen sind ein weiterer wichtiger Teil der Forschungsarbeit der BMW Group. Kunstleder mit biobasierten Rohstoffen, 100 Prozent recyceltem Polyester-Textil und Korkpartikeln ermöglichen eine **Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber heutigem PVC-Kunstleder um bis zu 45 Prozent**. In Zusammenarbeit mit dem Startup Adriano di Marti S.A de C.V. erforscht die BMW Group einen **nachhaltigen Werkstoff basierend auf Kaktus**. Das Material Desertex™ setzt sich aus pulverisierten Kaktusfasern und einer biobasierten Polyurethan-Matrix zusammen. Eine ebenfalls vielversprechende Alternative zu Leder ist das vollständig recycelbare **Mirum™**, das alle Eigenschaften von traditionellem Leder, von Garnen und Schäumen imitiert. Durch die [Beteiligung an dem Startup-Unternehmen Natural Fiber Welding](#) stehen der BMW Group neue Möglichkeiten bei der Entwicklung und Umsetzung der pflanzenbasierten Materialoptionen offen.

### **Textilien – neu gedacht und 100 Prozent kreislauffähig**

Die BMW Group arbeitet im Rahmen ihrer Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten an innovativen Materialien, die das Potential haben, in künftigen Fahrzeugen eingesetzt zu werden. Dazu zählen auch **synthetische Textilvarianten**, die zum großen Teil für Sitzbezüge eingesetzt werden. Sie haben einen geringen CO<sub>2</sub>-Footprint und können aus **100 Prozent recyceltem Material** hergestellt werden. Dank ihrer Zusammensetzung können sie im Laufe ihres Produktlebenszyklus **immer wieder einem Kreislauf zugeführt und mehrfach verwendet werden**. Das Ziel der BMW Group ist es, mehr **Monomaterialien** anstelle von mehrschichtigen, multimaterialen Ansätzen zu verwenden. Bei einem Sitz beispielsweise sind der Bezug und der darunter liegende Schaumstoff heute aus unterschiedlichen Materialien. Diese lassen sich weder einfach trennen noch gemeinsam zu einem im Fahrzeug einsetzbaren

neuen Material recyceln. Dabei spielen auch die verschiedenen Verbindungen zwischen den Materialien eine Rolle wie zum Beispiel Klebstoffe und Garn. Bestehen beide Teile aus dem gleichen Material, ist ein Recycling im Sinne der Kreislaufwirtschaft möglich. Zudem setzt die BMW Group neue Techniken ein, um Textilien ein neues Erscheinungsbild zu geben, nutzt 3D-Strukturen, Applikationen, Muster und graphische Elemente und arbeitet an neuem Materialmix für den Serieneinsatz.

Mit diesen und vielen weiteren innovativen Maßnahmen möchte die BMW Group das allgemeine Bewusstsein für nachhaltige Materialien schärfen und transparenten Einblick in ihren zirkulären Weg in eine nachhaltige Zukunft bieten – mit dem Ziel, **bis 2030 die CO<sub>2</sub>-Emissionen über den Lebenszyklus unserer Produkte um mehr als 40 Prozent zu senken.**

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Unternehmenskommunikation**

Carolin Seidel, Pressesprecherin Innovation, Design, Technologie, Digital Car  
E-Mail: [Carolin.Seidel@bmwgroup.com](mailto:Carolin.Seidel@bmwgroup.com), Telefon: +49 89 382 90340

Almut Stollberg, Kommunikation Innovation, Design, Technologie, Digital Car  
E-Mail: [Almut.Stollberg@bmw.de](mailto:Almut.Stollberg@bmw.de), Telefon: +49 89 382 96543

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)



Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Dat 02. September 2021

Thema Revolution statt Evolution: BMW Group reduziert CO<sub>2</sub>-Footprint bis 2030 deutlich durch innovative Materialien.

Seite 5

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/>