

Presse-Information  
25. Juni 2022

## **Nachhaltigkeit bei einem Großevent wie der BMW International Open.**

+++ Vollständig elektrifizierte Fahrzeugflotte für den Shuttle Service+++ Plastikfreie Wasserversorgung auf dem Golfplatz und in den Büros +++ Reduzierter Einsatz von Ressourcen bei den Turnierbauten +++ Umstellung von Print- auf Digital-Produkte +++

**München.** Den Besucherinnen und Besuchern der BMW International Open, die in dieser Woche nach zwei Pandemie-Jahren wieder zu Tausenden in den Golfclub München Eichenried kommen durften, fanden nicht nur eine neue Farbgebung, sondern auch ein Tournament Village mit einem neuen Gesicht sowie zahlreiche BMW i Fahrzeuge vor. Dies sind die offensichtlichsten Maßnahmen von Turnierveranstalter BMW, die BMW International Open so nachhaltig wie möglich zu gestalten.

„Natürlich ist die nachhaltigste Veranstaltung diejenige, die gar nicht stattfindet. Dies bedeutet aber nicht, dass man nicht an vielen Stellschrauben drehen könnte, um den ökologischen Fußabdruck zu optimieren“, sagt Jörn Plinke, Leiter BMW Golfsport Marketing. „Bei der BMW International Open haben wir genau das getan. Die vollständig elektrifizierte und mit 100 Prozent Ökostrom geladene BMW Shuttle-Flotte ist für uns als Automobilhersteller der naheliegendste Beitrag zur Nachhaltigkeit, wenn auch bei Weitem nicht der einzige.“

Die bei der BMW International Open eingesetzte Fahrzeug-Flotte besteht aus 67 BMW iX, zwei BMW i4 und acht BMW iX3 sowie 22 BMW X5 xDrive45e (hybrid) und drei BMW X3 xDrive30e (hybrid). Die Schnellladesäulen vor Ort, die zum Laden genutzt werden, hat der Golfclub München Eichenried zusammen mit BMW errichtet.

Das Setup des Tournament Village soll einerseits eine entspanntere Atmosphäre für die Besucherinnen und Besucher schaffen. Doch auch Reduzierung des Einsatzes von Ressourcen und Energie spielt eine Rolle. Gegenüber der Vergangenheit sehr viel weniger Aussteller und Teppichflächen sind das Resultat. Der Ersatz von Printprodukten in der Werbung, dem Ticketing sowie der Kommunikation vor Ort durch digitale

Lösungen schont ebenfalls Ressourcen. Bereits 2021 wurde das Werbebanden-System an den Abschlägen so konzipiert, dass es mehrere Jahre wiederverwendet werden kann. Temporäre Bauten wurden zudem mit isolierten Dachplanen errichtet, um Energie zu sparen. Für Verkleidungen, werden PVC-freie Blockout-Planen verwendet, um Sondermüll durch Großdrucke drastisch zu reduzieren.

Zu Vermeidung von Plastikmüll sind auf dem gesamten Golfplatz Frischwasserstationen installiert, die Spieler bekommen nachfüllbare Wasserflaschen. Auch in den Büros der Organisation sowie in den Arbeitsbereichen sind Wasserspender installiert. Darüberhinaus gibt es beim Turnier weitestgehend eine PET-freie Wasserversorgung. Dort, wo mitnehmbare Plastikflaschen – etwa für Zuschauer – unvermeidlich sind, gibt es ein lückenloses Pfandsystem.

Damit Besucherinnen und Besucher auf das private Fahrzeug bei der Anfahrt verzichten können, ist die Anbindung an den ÖPNV sichergestellt. An den Turniertagen verkehrt von 7 bis 20 Uhr durchgängig ein kostenloser Bus-Shuttle-Service zwischen dem Turniergelände und dem nächstgelegenen S-Bahnhof (Ismaning).

Bei der Verpflegung der Zuschauer wird mit Mehrweg-REBOWL-Produkten gearbeitet, im Mitarbeiter-Bereich kommen neben nachfüllbaren Wasserflaschen kompostierbare Becher und Geschirr zum Einsatz. Im Fairway Club wird nur mit Glas und Geschirr gearbeitet. Bereits seit vielen Jahren ist die Infrastruktur auf Glasfaserkabel sowie Trafostationen mit Ökostrom statt Diesel-Aggregaten umgestellt.

Diese Maßnahmen sind ein weiterer Beitrag zum Erreichen der ambitionierten Nachhaltigkeitsziele, die sich die BMW Group in allen Unternehmensbereichen gesetzt hat.

**Unternehmenskommunikation**

Presse-Information

Datum 25. Juni 2022

Thema Nachhaltigkeit bei einem Großevent wie der BMW International Open.

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Unternehmenskommunikation**

Tim Holzmüller, Pressesprecher BMW Group Sport Engagement, Immobilien

Telefon: +49 151 601 33309

E-Mail: [tim.holzmueller@bmwgroup.com](mailto:tim.holzmueller@bmwgroup.com)Internet: [www.press.bmwgroup.com/deutschland](http://www.press.bmwgroup.com/deutschland)E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)**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 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2021 belief sich auf 16,1 Mrd. €, der Umsatz auf 111,2 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte das Unternehmen weltweit 118.909 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/>