

Persbericht

27-7-2020

BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënte resourcemanagement centraal in strategische koers.

BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënt resourcemanagement centraal in strategische koers. Premium en duurzaam zijn onafscheidelijk.

- Raad van Bestuur en uitvoerend management zullen werken volgens nieuwe duurzaamheidsdoelen
- Allereerste CO₂-doelen voor volledige levenscyclus tot 2030
- Nieuwe doelstellingen op wetenschap gebaseerd
- Vergaande productstrategie: grote CO₂-afname met meer dan zeven miljoen geëlektrificeerde voertuigen
- CO₂-emissie van productie en locaties verlaagd met 80% per voertuig
- BMW Group richt zich op meest duurzame toeleveringsketen in de gehele industrie
- Circulaire economie als visie voor grondstoffenmanagement
- Zipse: “Duurzaamheid en premium zijn onafscheidelijk”

Rijswijk. BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënt resourcemanagement centraal in de strategische koers van het bedrijf. BMW Group CEO Oliver Zipse maakte onlangs in München de eerste details van deze strategische richting bekend en presenteerde de doelstellingen die het bedrijf zichzelf heeft gesteld tot 2030. De BMW Group bouwt voort op een sterke basis: de afgelopen jaren en decennia heeft de organisatie meerdere keren de nieuwe standaard gezet op gebied van duurzaamheid. Het principe van continue verbetering blijft de kern van de strategie voor het verminderen van de CO₂-emissie en het verhogen van het efficiënte gebruik van grondstoffen.

“Ik geloof sterk in de strijd tegen klimaatverandering. De manier waarop we grondstoffen gebruiken zal de toekomst van onze samenleving bepalen – en die van de BMW Group. Als premium autofabrikant is het onze ambitie om leidend te zijn op het gebied van duurzaamheid. Daarom nemen we onze verantwoordelijkheid en zetten wij deze onderwerpen centraal in onze toekomstige strategische richting,” aldus Oliver Zipse. “Deze nieuwe strategische richting wordt verankerd in alle afdelingen – van administratie en inkoop tot ontwikkeling en productie en uiteindelijk verkoop. Wij brengen duurzaamheid naar een nieuw niveau.”

Firma
BMW Nederland bv
BMW Group Company

Postadres
Postbus 5808
2280 HV Rijswijk

Bezoekadres
Einsteinlaan 5
2289 CC Rijswijk

Telefoon
(070) 41 33 222

Fax
(070) 39 07 771

Internet
www.bmw.nl
www.mini.nl

F001

Persbericht
Datum 27-7-2020
Onderwerp BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënte resource management centraal in strategische koers.
Blad 2

Als onderdeel van dit proces stelt BMW Group zichzelf duidelijke doelen voor de vermindering van CO₂ tot 2030. Voor het eerst gelden deze doelen voor de gehele levenscyclus: van de toeleveringsketen en productie tot het einde van de gebruiksfase. Het doel is om de CO₂-emissie per voertuig aanzienlijk te verminderen met ten minste een derde over het gehele spectrum. Voor een vloot van zo'n 2,5 miljoen voertuigen, de productieomvang van de BMW Group in 2019, zou dat een afname van meer dan 40 miljoen ton CO₂ over de levenscyclus in 2030 betekenen.

Raad van Bestuur en uitvoerend management zullen werken volgens nieuwe duurzaamheidsdoelen.

“We hebben ons duidelijk ingezet voor het Klimaatakkoord van Parijs. Met deze nieuwe strategische richting volgen we dan ook een koers die in lijn ligt met de ‘twee graden doelstelling’. We maken niet alleen abstracte statements – we hebben een gedetailleerd tienjarenplan opgesteld met jaarlijkse interne doelstellingen voor de periode tot 2030,” zegt Zipse. “We zullen elk jaar verslag doen van onze voortgang en onszelf volgens deze doelstellingen beoordelen. De compensatie van onze Raad van Bestuur en uitvoerend management zal hier een direct verband mee hebben.”

Vanaf volgend jaar zal BMW Group in een geïntegreerd verslag de financiële cijfers en de algemene bedrijfsontwikkeling presenteren, met daarbij ook updates over de duurzaamheidsdoelstellingen. “Dit geeft niet alleen het duidelijke signaal dat wij ons business model en duurzaamheid als onafscheidelijk zien, maar ook dat we onze activiteiten op gebied van duurzaamheid aan een nog breder extern en onafhankelijk onderzoek zullen onderwerpen dan voorheen. Transparantie is namelijk de beste manier om geloofwaardigheid te versterken”, stelt Zipse. BMW Group baseert haar doelen op de richtlijnen van het erkende, op wetenschap gebaseerde Targets Initiative [<https://sciencebasedtargets.org/>], waar BMW Group ook aan zal deelnemen. Dat betekent onder andere dat de CO₂-emissie van de brandstofproductie ook wordt meegerekend (‘well-to-wheel’ benadering).

Persbericht
Datum 27-7-2020
Onderwerp BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënte resource management centraal in strategische koers.
Blad 3

CO₂ emissie van productie en locaties verlaagd met 80%.

BMW Group kan de CO₂-emissie van zijn eigen fabrieken en locaties, waar het ook al de maatstaf zet voor efficiënt gebruik van grondstoffen, direct beïnvloeden. Het doel is om op dit gebied voor 2030 de grootste afname binnen de gehele industrie te bereiken – een ambitieuzer doel dan de 1,5-gradendoelstelling. De emissie per geproduceerd voertuig is sinds 2006 al met meer dan 70% afgenomen. Het doel van BMW Group is om in 2030 de emissie (Scope 1 + 2, zie uitleg [hier](#)) met nog eens 80% te verlagen ten opzichte van het niveau van 2019. De CO₂ emissie is dan zelfs minder dan 10% van de hoeveelheid in 2006. De belangrijkste bijdrage komt van productie, die ongeveer 90% genereert van de Scope 1 en Scope 2 emissies.

Vanaf dit jaar maakt de BMW Group gebruik van 100% groene energie. Daarnaast zijn er systematisch investeringen in het optimaliseren van de energie-efficiëntie, met behulp van de mogelijkheden die digitalisering biedt. Om de productie nog efficiënter te maken, gebruikt BMW Group al methodes zoals data-analyse – bijvoorbeeld voor het minimaliseren van de hoeveelheid te vernietigen onderdelen in de body-shop en voor tijds onderhoud aan machines. Het doel is om het gebruik van hernieuwbare energie wereldwijd verder uit te breiden. Bij daarvoor geschikte BMW locaties speelt ook het gebruik van groene waterstof een belangrijke rol in het opwekken van energie.

Naast een aanzienlijke afname van grondstofverbruik zal de BMW Group vanaf 2021 ook de resterende CO₂ emissie (Scope 1 + 2) volledig compenseren met de juiste certificaten.

CO₂ emissie op de weg verlagen met miljoenen geëlektrificeerde voertuigen.

De doelstelling is om de CO₂-emissie van voertuigen te verlagen met 40% per gereden kilometer. De belangrijkste schakel hierbij is een productstrategie met grote uitbreiding van e-mobility. Het doel is om binnen tien jaar in totaal meer dan zeven miljoen geëlektrificeerde BMW Group voertuigen op de weg te hebben – zo'n twee derde daarvan met volledig elektrische aandrijving.

“De beste voertuigen ter wereld zijn duurzaam. Daarom zullen premium en duurzaamheid in de toekomst nog onlosmakelijker worden,” zegt Zipse. “We gebruiken onze uitzonderlijke

Persbericht
Datum 27-7-2020
Onderwerp BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënte resource management centraal in strategische koers.
Blad 4

technologische expertise op het gebied van zowel hardware als software niet alleen om deze voertuigen begeerlijk te maken, maar ook om daarmee de CO₂ te verminderen.” In lijn hiermee ligt BMW Group volledig op schema om dit jaar de Europese CO₂-vlootdoelstellingen te halen.

Productstrategie: volledig elektrische modellen in grote volumes.

De BMW Group is al koploper op het gebied van geëlektrificeerde voertuigen. Aan het eind van 2021 zal de BMW Group vijf volledig elektrische modellen beschikbaar hebben: de BMW i3*, de MINI Cooper SE*, de BMW iX3*, de productieversie van de BMW iNEXT en de BMW i4. Een andere mijlpaal wordt de volgende generatie BMW 7 Serie. Het vlaggenschip van BMW zal leverbaar zijn met vier verschillende aandrijftechnologieën: met een zeer efficiënte diesel- of benzinemotor met 48-volt mild hybrid technologie, als een geëlektrificeerde plug-in hybride en voor het eerst als volledig batterij-elektrisch model. In 2023 zal BMW Group 25 elektrisch aangedreven modellen op de weg hebben – waarvan de helft volledig elektrisch.

Niet alleen bij de BMW 7 Serie, maar door het hele modellenaanbod zal uitgebreide elektrificatie worden doorgevoerd. Andere voorbeelden van de ‘Power of Choice’ zijn de in groot volume geproduceerde BMW X1 en BMW 5 Serie, die in de toekomst eveneens leverbaar zullen zijn met alle vier de aandrijfvarianten – volledig elektrisch, plug-in hybride en diesel en benzine met 48-volt mild hybrid technologie.

Vanaf dit jaar gebruikt de BMW Group ook de uitgebreide connectiviteit van de modellen om de hoeveelheid elektrisch gereden kilometers bij de plug-in hybrides te verhogen. Modellen met eDrive Zones technologie schakelen automatisch over naar de volledig elektrische modus zodra zij de binnenstad inrijden. Deze eDrive Zones zijn nu al in zo’n 80 Europese steden beschikbaar. Zodra de beschikbaarheid is uitgebreid naar meer landen en steden zal het mogelijk zijn om de hoeveelheid elektrisch gereden kilometers door plug-in hybrides in nog meer stedelijke gebieden te verhogen.

Als onderdeel van de ‘EfficientDynamics’-strategie blijft de BMW Group ook verder werken aan het verlagen van het brandstofverbruik en verhogen van de efficiëntie van conventionele aandrijving. De introductie van 48-volt mild hybrid technologie is een ander element van CO₂-

Persbericht
Datum 27-7-2020
Onderwerp BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënte resource management centraal in strategische koers.
Blad 5

vermindering.

CO₂ in de toeleveringsketen: een aanzienlijke afname in plaats van grote toename.

Met de groei van e-mobility zal veel meer aandacht moeten worden besteed aan beperking van CO₂ in de gehele keten. Bijvoorbeeld door te kijken naar de productie van hoogvoltage-accu's die veel energie vergt. Zonder aanvullende maatregelen zou het groeiende aandeel geëlektrificeerde voertuigen in 2030 zorgen voor meer dan een derde extra CO₂-emissie per voertuig in de BMW Group toeleveringsketen.

BMW Group wil deze toename niet alleen voorkomen, maar de CO₂-emissie per voertuig zelfs verlagen met 20% ten opzichte van 2019. Een van de manieren om dit te doen is door de CO₂-voetafdruk van toeleveranciers te gebruiken als een van de criteria bij het contractproces. De BMW Group is leidend door als eerste autofabrikant concrete CO₂ doelen op te stellen voor de toeleveringsketen. Die omvat ca. 12.000 directe partners wereldwijd die materialen en componenten voor voertuigen leveren en daarnaast nog extra leveranciers voor productiewerktuigen en -gereedschappen. BMW Group heeft een totaal inkoopvolume van meer dan 60 miljard euro per jaar. Zo'n twee derde daarvan heeft direct betrekking op de voertuigproductie.

"CO₂ moet worden gereduceerd in samenwerking tussen fabrikanten en toeleveranciers. Als je partners wilt overtuigen, moet je een rolmodel zijn. Als leider op gebied van duurzaamheid geldt wat wij zeggen voor een groot deel ook voor onze toeleveranciers – zo houden wij op dit gebied de reputatie hoog," zegt Zipse. "Ons doel is om de meest duurzame toeleveringsketen van de gehele industrie neer te zetten." Om dit te bereiken kijkt BMW Group niet alleen naar de directe toeleveranciers, maar is het streven om het thema duurzaamheid in de gehele toeleveringsketen door te voeren.

BMW Group heeft al een contract gesloten met accucelfabrikanten waarin wordt bepaald dat zij alleen groene energie zullen gebruiken voor de productie van de vijfde generatie accucellen. Dit bespaart de komende tien jaar in totaal zo'n tien miljoen ton CO₂. Dat is ongeveer de hoeveelheid CO₂ die een stad met meer dan een miljoen inwoners, zoals München, in een jaar

Persbericht
Datum 27-7-2020
Onderwerp BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënte resource management centraal in strategische koers.
Blad 6

uitstoot. BMW Group zal zijn eigen gebruik van groene energie aanzienlijk uitbreiden en de komende jaren samenwerken met toeleveranciers van zowel componenten als grondstoffen, zodat zij hetzelfde zullen doen. Op deze manier wil de Group bereiken dat haar partners de strijd tegen klimaatverandering net zo actief aangaan – en met net zo veel resultaat.

Circulaire economie voor verantwoord grondstoffenmanagement.

Naast het verlagen van de CO₂-emissie speelt ook het grondstoffenmanagement een centrale rol in het business model van de BMW Group. Op de lange termijn kan elektromobiliteit bijvoorbeeld niet blijven vertrouwen op de huidige materialen. De onderliggende stroom van grondstoffen moet veranderen. Door de recyclingketen transparanter te maken wil BMW Group hoogwaardig secundair materiaal creëren en in staat zijn om het verdere gebruik van grondstoffen te volgen. “Ons doel is duidelijk: we willen de materiaalcycli dichter maken om zo de eindige bronnen van de natuur te beschermen en de materialen nog efficiënter te gebruiken”, zegt Zipse.

Voertuigen moeten (volgens EU-richtlijnen) al voor 95% recyclebaar zijn, maar het aandeel van secundair materiaal in nieuwe voertuigen is nog steeds relatief laag. Daarom wil BMW Group het aandeel van secundair materiaal in haar voertuigen in 2030 aanzienlijk hebben vergroot. Daarbij worden vergaande scenario's onderzocht. Secundair materiaal zorgt voor een aanzienlijk lagere CO₂-emissie vergeleken met primair materiaal. Dat scheelt grofweg een factor 3 tot 4 voor aluminium en een factor 2 tot 3 voor kobalt, nikkel en lithium. Het minimaliseren van de hoeveelheid nieuwe grondstoffen is ook essentieel om bronnen te beschermen en het potentieel voor conflicten te verkleinen – in het bijzonder als het gaat om kritische grondstoffen.

De circulaire economie speelt in het bijzonder een cruciale rol op het gebied van hoogvoltage-accu's voor geëlektrificeerde voertuigen. Daarvoor worden namelijk meerdere kritische grondstoffen gebruikt. De Europese Unie eist op dit moment een recyclingpercentage van slechts 50% voor hoogvoltage-accu's. In samenwerking met de Duitse recyclingspecialist Duesenfeld heeft de BMW Group echter een methode ontwikkeld waarmee een recyclingpercentage van tot 96% kan worden behaald – inclusief grafiet en elektrolyten. De BMW Group neemt nu al alle gebruikte BMW hoogvoltage-accu's wereldwijd weer in – ook al is

BMW Nederland Corporate Communications

Persbericht
Datum 27-7-2020
Onderwerp BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënte resource management centraal in strategische koers.
Blad 7

dat niet wettelijk verplicht. Voor recycling komt eerst nog het hergebruik in grote energie opslaglocaties zoals die bij de BMW Group fabriek in Leipzig.

BMW Group voert ook al pilots uit met digitale hulpmiddelen, waaronder blockchain technologie, om de wereldwijde stroom van goederen te volgen en te controleren. Het PartChain project maakt het bijvoorbeeld mogelijk om op een consistente en fraudebestendige manier data over de toeleveringsketen te verzamelen. In de toekomst kunnen met name kritische grondstoffen worden gevolgd van bron tot hergebruik.

Rijswijk, 27-7-2020

Noot voor de redactie

Informatie:

BMW Group Nederland, Corporate Communications
Tamara Villani el Fellahi
Tel.: (070) 41 33 108
tamara.villani@bmw.nl / www.press.bmwgroup.nl

Wilt u geen persberichten meer van ons ontvangen? Klik [hier](#)

Volg BMW Nederland op Facebook, Twitter, YouTube en Instagram.



BMW Group.

BMW Group is met de merken BMW, MINI, Rolls-Royce en BMW Motorrad wereldwijd de leidende fabrikant van premium auto's en motorfietsen en biedt ook premium financiële en mobiliteitsdiensten. Als internationaal concern maakt BMW Group gebruik van 31 productie- en assemblagevestigingen in 15 landen. Het wereldwijde verkoop- en distributienetwerk spreidt zich uit over meer dan 140 landen.

In 2019 verkocht BMW Group wereldwijd meer dan 2,5 miljoen auto's en meer dan 175.000 motorfietsen – in Nederland is BMW Motorrad al 10 jaar op rij marktleider. In 2019 bedroeg de

BMW Nederland Corporate Communications

Persbericht
Datum 27-7-2020
Onderwerp BMW Group stelt duurzaamheid en efficiënte resource management centraal in strategische koers.
Blad 8

winst voor belastingen € 7,118 miljard en de omzet € 104,210 miljard. Op 31 december 2019 bood de onderneming wereldwijd werk aan 126.016 medewerkers.

Het succes van BMW Group is van oudsher gebaseerd op langetermijndenken en verantwoord ondernemen. De onderneming heeft ecologische en sociale duurzaamheid in haar gehele waardeketen verankerd. Een allesomvattende productverantwoordelijkheid en spaarzaam omgaan met natuurlijke bronnen maken integraal deel uit van de strategie.

www.bmwgroup.com

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Nederland>

Twitter: https://twitter.com/BMWGroup_NL

YouTube: <https://www.youtube.com/user/BMWnederland>

Instagram: <https://www.instagram.com/BMWnederland>