

Informacja prasowa

19 marca 2026 r.

**Holistyczne podejście BMW Group do kwestii
zrównoważonego rozwoju.**

+++ Jakość powietrza we wnętrzach to czynnik wpływający na zdrowie
+++ Zdrowie jako kluczowy element zrównoważonego rozwoju
produktów +++ Wgląd do laboratorium zapachowego BMW Group +++

Monachium. Wraz z nowym BMW i3, BMW Group potwierdza swoje holistyczne podejście do zrównoważonego rozwoju produktów. Zwracają uwagę na istotny, ale dotychczas mniej dostrzegalny aspekt rozwoju produktów: kwestie zdrowia i dobrego samopoczucia w kabinie pasażerskiej. Aby uwzględnić ten aspekt przy projektowaniu pojazdów, jakość powietrza we wnętrzu, dobór materiałów oraz wrażenia zapachowe są systematycznie badane i oceniane w firmowym laboratorium zapachu.

**Holistyczne podejście do zrównoważonego rozwoju produktów jako
nadrzędna zasada.**

BMW Group uwzględnia zrównoważony rozwój w całym cyklu życia pojazdu – od wydobycia surowców, poprzez łańcuch dostaw i produkcję, aż po fazę użytkowania i recykling. To kompleksowe podejście łączy w sobie zrównoważony charakter produktów, innowacje technologiczne oraz długoterminowy sukces firmy. Kwestie zdrowia i dobrego samopoczucia są uwzględniane na etapie opracowywania produktów i systematycznie włączane do procesów i standardów.

Jakość powietrza we wnętrzu i jego wpływ na zdrowie.

Jakość powietrza we wnętrzu pojazdu stanowi istotny czynnik wpływający na zdrowie i samopoczucie pasażerów. Emisje z materiałów, a także czynniki takie jak temperatura i wilgotność mają bezpośredni wpływ na osoby przebywające w pojeździe. Dlatego przy doborze materiałów do wnętrza,

Informacja prasowa

Data 19 marca 2026 r.

Temat Holistyczne podejście BMW Group do kwestii zrównoważonego rozwoju.

strona 2

BMW Group przykładą dużą wagę do unikania emisji, które mogłyby być szkodliwe dla zdrowia. Od ponad 25 lat firma opiera się na własnych metodach badawczych w celu pomiaru i oceny emisji oraz profili zapachowych we wnętrzu pojazdu. Najnowsze wyniki badań toksykologicznych, zdrowotnych i sensorycznych są na bieżąco uwzględniane w wewnętrznych standardach, którymi BMW Group aktywnie dzieli się również z międzynarodowymi organami specjalizującymi się w tych obszarach i wyznaczającymi normy.

Celem jest nadanie wnętrzu autentycznego, subtelного i ekskluzywnego zapachu, który podkreśli wizerunek marki jako producenta najwyższej klasy. Celowo rezygnuje się z użycia sztucznych substancji zapachowych.

Zapach jako element podświadomości.

BMW Group celowo zwraca uwagę na zapach panujący we wnętrzu pojazdu, ponieważ ma on znaczący wpływ na zdrowie i samopoczucie pasażerów. Zapachy oddziałują bezpośrednio na układ limbiczny, wywołując emocje i wspomnienia oraz przyczyniając się do subiektywnego poczucia bezpieczeństwa. Przyjemny i subtelny zapach jest zatem częścią wrażeń związanych z klasą premium oraz wyrazem aspiracji marki.

Poprzez ograniczenie szkodliwych emisji i dobór materiałów wysokiej jakości BMW Group potwierdza swoją troskę o zdrowie klientów. Zarządzanie zapachami stanowi zatem część holistycznego podejścia do zrównoważonego rozwoju w całym cyklu życia produktu.

Informacja prasowa

Data 19 marca 2026 r.

Temat Holistyczne podejście BMW Group do kwestii zrównoważonego rozwoju.

strona 3

W laboratorium zapachu BMW Group.

W laboratorium zapachu BMW Group materiały, komponenty oraz kompletne wnętrza pojazdów są testowane w realistycznych warunkach. Analiza opiera się na połączeniu nowoczesnych technologii pomiarowych oraz profesjonalnej ocenie sensorycznej ekspertów BMW Group. Człowiek pozostaje w centrum tego procesu. Takie podejście zapewnia zgodność z wymogami prawnymi oraz przestrzeganie wewnętrznych standardów jakości. Zapach postrzegany jest jako część wielozmysłowego, holistycznego doświadczenia. Najważniejszy nie jest pojedynczy element, ale wzajemne oddziaływanie wszystkich materiałów we wnętrzu pojazdu, które decyduje o ogólnym wrażeniu zapachowym.

Zdrowie i dobre samopoczucie jako elementy zrównoważonego działania produktów.

Nowe BMW i3 uosabia dążenie, które dotyczy całego portfolio marek BMW Group: oprócz spójnej strategii dekarbonizacji obejmującej cały cykl życia pojazdu, model ten wykorzystuje wysoki udział materiałów pochodzących z recyklingu oraz innowacyjne koncepcje materiałowe we wnętrzu. „Zdrowie i dobre samopoczucie stanowią dla nas integralną część zrównoważonego rozwoju produktów. Czynniki środowiskowe oraz rosnąca świadomość zdrowotna zmieniają sposób, w jaki postrzegamy nasze przestrzenie życiowe – w tym samochody. Nasi klienci oczekują produktów zaprojektowanych z uwzględnieniem ich zdrowia i dobrego samopoczucia. Dlatego jakość powietrza we wnętrzu jest kluczową cechą produktu w naszym holistycznym podejściu do zrównoważonego rozwoju” – twierdzi Nils Hesse, wiceprezes ds. zrównoważonego rozwoju produktów w BMW Group.

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 WarszawaTelefon
+48 (0)22 279 71 00Faks
+48 (0)22 331 82 05www.bmw.pl

Informacja prasowa

Data 19 marca 2026 r.

Temat Holistyczne podejście BMW Group do kwestii zrównoważonego rozwoju.

strona 4

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Hubert Fronczak, BMW Group Polska

telefon: +48 728 874 121, e-mail: hubert.fronczak@bmw.pl

BMW Group

Dzięki czterem markom – BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad – BMW Group jest wiodącym światowym producentem samochodów i motocykli klasy premium, a także świadczy usługi finansowe najwyższej jakości. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje ponad 30 zakładów produkcyjnych na całym świecie, a firma posiada globalną sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W 2025 roku BMW Group sprzedała na całym świecie 2,46 mln samochodów osobowych i ponad 202 500 motocykli. Zysk przed opodatkowaniem w roku finansowym 2025 wyniósł 10,2 mld euro przy przychodach w wysokości 133,5 mld euro. Na dzień 31 grudnia 2025 roku BMW Group zatrudniała 154 540 pracowników.

Sukces gospodarczy BMW Group zawsze opierał się na długoterminowym myśleniu i odpowiedzialnym działaniu. Zrównoważony rozwój jest kluczowym elementem strategii korporacyjnej BMW Group i obejmuje wszystkie produkty – od łańcucha dostaw, poprzez produkcję, aż po koniec ich okresu użytkowania.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
+48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl