

Presse-Information
8. November 2021

Die BMW Group beim UN Klimagipfel COP 26 in Glasgow: „Nicht warten und taktieren. Handeln. Jetzt!“

+++ Oliver Zipse hält Eröffnungsrede des Sustainable Innovation Forum +++ Ganzheitlicher und wirksamer Ansatz zur Reduktion der CO2 Emissionen +++ Circular Economy als Schlüssel +++

München/Glasgow. Es ist ein Engagement aus Tradition und Verantwortung: Ununterbrochen seit 2008 ist die BMW Group auf den UN Klimagipfeln präsent. Auch auf der COP 26 in Glasgow versteht sich das Unternehmen dabei als Anbieter innovativer Mobilitätslösungen im Kampf gegen den Klimawandel. Mit dem BMW i Vision Circular, der zu 100% aus sekundären Materialien gefertigt ist, hat die BMW Group ein sichtbares Zeichen ihrer Ambitionen vor Ort. Das Unternehmen geht in Glasgow aktiv in den Dialog mit Stakeholdern und Partnern, um sich über offene Fragen und mögliche Lösungsräume auszutauschen.

Die BMW Group als Partner des Sustainable Innovation Forum

Seit der UN Klimakonferenz in Paris 2015 ist die BMW Group Partner des Sustainable Innovation Forums (SIF). Das SIF ist eines der wichtigsten Wirtschaftsforen im Rahmen der COP, das Vertreter von Politik, Städten, NGOs, Finanzwelt und Industrie zusammenbringt. In diesem Jahr hält Oliver Zipse, Vorstandsvorsitzender der BMW AG, erstmals die Eröffnungsrede der dreitägigen Veranstaltung in Glasgow. Dabei setzt er klare Schwerpunkte: „Der Schlüssel zu Nachhaltigkeit liegt in Innovation. In innovativen Technologien, aber auch in innovativem Denken, das Grenzen überwindet. Und am allermeisten geht es darum, dass wir einen verbindlichen Pfad mit klaren Zielen gemeinsam verfolgen und umsetzen. Und zwar nach der Massgabe: Nicht warten und taktieren. Handeln. Jetzt.“

BMW Group bekennt sich zum Ziel der vollständigen Klimaneutralität bis 2050

Dabei zählt jedes Gramm CO₂, egal wo es ausgestossen wird. Alle verfügbaren Technologien zur Reduktion müssen genutzt werden. Die BMW Group hat sich ein starkes und nachvollziehbares Zwischenziel bis 2030 über die gesamte Wertschöpfungskette gesetzt. Vom Rohstoff über die Lieferkette, die Produktion, die Nutzung bis hin zum Recycling sollen die CO₂-Emissionen ihrer Fahrzeuge um mindestens 40% sinken. Die öffentliche Nachprüfbarkeit dieser Reduktion erfolgt über den Integrierten Konzernbericht, in dem wirtschaftliche Kennzahlen und Nachhaltigkeitskennzahlen gleichrangig dokumentiert werden. Dazu ist die BMW Group auch Mitglied der Science Based Target Initiative (SBTI). Im Vorfeld zur COP 26 hat die BMW

Group die „Business Ambition for 1.5°C“ unterzeichnet. Ein entscheidender Schritt, der im Einklang mit der ambitioniertesten Zielsetzung des Pariser Klima Abkommens steht. Damit bekennt sich das Unternehmen zu dem Ziel der vollständigen Klimaneutralität bis 2050.

Bis 2030 mehr als 50% des Absatzes vollelektrisch – und MINI und Rolls-Royce werden in zehn Jahren ausschliesslich elektrisch angeboten

Mit dem BMW i3 hat die BMW Group bereits 2013 das erste in Deutschland in Grossserie gefertigte Elektroauto auf den Markt gebracht. Bis 2030 werden über 50% des jährlichen Fahrzeugabsatzes vollelektrisch sein. Die beiden britischen Konzernmarken Rolls-Royce und MINIsind mit Beginn der 2030er Jahre sogar ausschliesslich elektrisch. Oliver Zipse betont in diesem Zusammenhang die Bedeutung des gleichzeitigen Aufbaus der Infrastruktur: „Der Hochlauf der Elektromobilität ist der zentrale Faktor auf dem Weg zu einer klimaneutralen Mobilität. Aber die fehlende Infrastruktur, selbst in Industrieländern, ist aktuell das grösste Hindernis.“

Circular Economy: Die reinste Form der Freude am Fahren

Einen Schwerpunkt setzt die BMW Group auf das Thema Circular Economy: Jedes Jahr verbraucht die Menschheit mehr als 100 Milliarden Tonnen Rohstoffe – Tendenz steigend. Zudem ist die Weiterverarbeitung vieler Primärrohstoffe sehr energie- und damit CO₂-intensiv. Deswegen verfolgt die BMW Group die Vision einer Circular Economy mit dem Ziel, die Rohstoffe so lange wie möglich in einem Kreislauf zu halten. Das Visionsfahrzeug BMW i Vision Circular ist als Exponat und Diskussionsbeitrag in Glasgow vor Ort und zeigt plastisch, wie ein Fahrzeug zu 100% aus Sekundärmaterialien gefertigt werden kann – und welche Herausforderungen sich damit verbinden.

BMW Group Dialogue 2021 - gemeinsam mit Partnern gelingt Veränderung

Bereits am 7. November veranstaltete die BMW Group in Glasgow einen Stakeholderdialog zum Thema Kreislaufwirtschaft. Aktuell sind in Fahrzeugen der BMW Group im Durchschnitt 30 Prozent Sekundärmaterialien verbaut. Künftig möchte das Unternehmen diesen Anteil auf 50 Prozent erhöhen. Wie dies realisiert werden kann und welche Hürden dabei zu überwinden sind – das hat die BMW Group auf ihrer Dialogveranstaltung mit rund 25 internationalen, hochrangigen Stakeholdern diskutiert. Neben dem Leiter Nachhaltigkeitsstrategie der BMW Group

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

8. November 2021

Datum

Thema

Die BMW Group beim UN Klimagipfel COP 26 in Glasgow

Seite

3

Dr. Thomas Becker nahm auch der renommierte Cradle to Cradle-Pionier Prof. Dr. Michael Braungart als Impulsgeber am Dialog teil.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Sven Grützmacher, Direktor Corporate Communications

[E-Mail: sven.gruetzmacher@bmw.ch](mailto:sven.gruetzmacher@bmw.ch), Telefon: +41-58-269-1091**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.comFacebook: <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/>