

Presse-Information

16. März 2026

Wie die BMW Group Nachhaltigkeit bis in den Fahrzeuginnenraum denkt.

+++ Innenraumemissionen als Gesundheitsfaktor +++ Gesundheit als Bestandteil der Produktnachhaltigkeit +++ Einblick in das BMW Group Geruchslabor +++

München. Mit dem neuen BMW i3 unterstreicht die BMW Group ihren Anspruch, Produktnachhaltigkeit ganzheitlich zu denken – und rückt eine bislang wenig sichtbare, aber für die Produktentwicklung relevante Dimension stärker in den Fokus: Gesundheit und Wohlbefinden im Fahrzeuginnenraum. Um diesen Aspekt der Fahrzeugentwicklung gezielt zu berücksichtigen, werden Innenraumluftqualität, Materialauswahl und olfaktorische Wahrnehmung im konzerneigenen Geruchslabor systematisch untersucht und bewertet.

Ganzheitliche Produktnachhaltigkeit als Leitprinzip.

Nachhaltigkeit wird bei der BMW Group über den gesamten Lebenszyklus eines Fahrzeugs hinweg gedacht – von der Rohstoffgewinnung über die Lieferkette und Produktion bis hin zur Nutzungsphase und zum Recycling. Dieser 360°-Ansatz verbindet Produktnachhaltigkeit, technologische Innovation und langfristigen Unternehmenserfolg. Gesundheit und Wohlbefinden sind in der Produktentwicklung verankert und werden systematisch in Prozesse und Standards integriert.

Innenraumemissionen und Gesundheit.

Die Qualität der Innenraumluft ist ein wesentlicher Faktor für die Gesundheit und das Wohlbefinden im Fahrzeug. Emissionen aus im Interieur verwendeten Materialien sowie Einflüsse wie Temperatur und Luftfeuchtigkeit wirken unmittelbar auf die Insassen im Fahrzeug. Die BMW Group achtet daher bei der Auswahl der Werkstoffe im Fahrzeuginnenraum besonders darauf, dass gesundheitsbedenkliche Emissionen vermieden werden. Bereits seit mehr als 25 Jahren setzt das Unternehmen eigene Testmethoden zur Messung und Bewertung von Emissionen und Geruchsprofilen im Fahrzeuginnenraum ein. Aktuelle Erkenntnisse aus Toxikologie, Gesundheits- und Sensorikforschung fliessen kontinuierlich in interne Standards ein, die die BMW Group auch aktiv in internationale Normierungs- und Fachgremien einbringt.

Firma
BMW (Schweiz) AG

Ein Unternehmen
der BMW Group

Anschrift
Industriestrasse 20
Postfach
CH-8157 Dielsdorf

Telefonzentrale
+41 58 269-1111

Fax
+41 58 269-1511

Internet
www.bmw.ch
www.mini.ch
www.bmw-motorrad.ch

Unternehmens-ID
CHE-105.974.654 HR
CHE-116.284.140 MWST

Presse-Information

Datum 16. März 2026

Thema **Wie die BMW Group Nachhaltigkeit bis in den Fahrzeuginnenraum denkt.**

Seite 2

Ziel ist ein authentischer, dezenter und hochwertiger Innenraumgeruch, der das Premiumversprechen der Marke unterstützt. Auf künstliche Duftinszenierung wird bewusst verzichtet.

Geruch als unterbewusste Dimension.

Die BMW Group beschäftigt sich gezielt mit Geruch im Fahrzeuginnenraum, da dieser maßgeblich das Wohlbefinden und die Gesundheit der Insassen beeinflusst. Gerüche wirken direkt auf das limbische System, prägen Emotionen und Erinnerungen sowie beeinflussen das subjektive Sicherheitsempfinden. Eine angenehme und dezente Geruchsqualität ist daher Teil des Premiumerlebnisses und Ausdruck des Markenanspruchs.

Das gezielte Vermeiden schädlicher Emissionen und die Auswahl hochwertiger Materialien sind Ausdruck der Verantwortung der BMW Group für die Gesundheit ihrer Kundinnen und Kunden. Der Umgang mit Geruch ist damit Teil eines ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatzes über den gesamten Lebenszyklus hinweg.

Einblick in das BMW Group Geruchslabor.

Im BMW Group Geruchslabor werden Materialien, Bauteile und komplette Fahrzeuginnenräume unter realitätsnahen Bedingungen geprüft. Die Analyse erfolgt durch das Zusammenspiel moderner Messtechnologien und der geschulten sensorischen Beurteilung von BMW Group-Experten. Der Mensch bleibt dabei ein zentrales Messinstrument. Dieses Vorgehen stellt sicher, dass gesetzliche Vorgaben eingehalten und internen Qualitätsstandards erfüllt werden. Der Geruch wird als Teil eines multisensorischen Gesamterlebnisses verstanden. Entscheidend ist nicht das einzelne Bauteil, sondern das Zusammenspiel aller Materialien im Fahrzeuginnenraum, das erst im Gesamtverbund das tatsächliche Geruchserlebnis bestimmt.

Gesundheit und Wohlbefinden Teil der Produktnachhaltigkeit.

Der neue BMW i3 steht exemplarisch für einen Anspruch, der für das gesamte Markenportfolio der BMW Group gilt: Neben einer konsequenten Dekarbonisierungsstrategie über den gesamten Lebenszyklus setzt das Modell auf einen hohen Anteil an Sekundärmaterialien und innovative Materialkonzepte im Innenraum.

„Gesundheit und Wohlbefinden sind für uns ein integraler Bestandteil der Produktnachhaltigkeit. Umweltfaktoren und ein steigendes

Presse-Information

Datum 16. März 2026

Thema **Wie die BMW Group Nachhaltigkeit bis in den Fahrzeuginnenraum denkt.**

Seite 3

Gesundheitsbewusstsein verändern zunehmend die Wahrnehmung unserer Lebensräume – auch im Fahrzeug. Unsere Kunden erwarten Produkte, die ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden gezielt berücksichtigen. Deshalb ist die Innenraumluftqualität eine zentrale Produkteigenschaft unseres ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatzes“, so Nils Hesse, Vice President Produktnachhaltigkeit der BMW Group.

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Corporate Communications and Governmental Affairs,
BMW Group Switzerland**

Shaira Müller, Specialist Corporate Communications

E-Mail: shaira.mueller@bmw.ch

Tel.: +41 58 269 1092

Sven Grützmacher, Director Corporate Communications and Governmental Affairs

E-Mail: sven.gruetzmacher@bmw.ch

Tel.: +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-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2025 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,46 Mio. Automobilen und über 202.500 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2025 belief sich auf 10,2 Mrd. €, der Umsatz auf 133,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.540 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.comLinkedIn: <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>