

SUSTAINABILITY FACTBOOK

10 ZIELE – 100 FAKTEN



HERAUSGEBER

Bayerische Motoren Werke
Aktiengesellschaft
80788 München

**BMW
GROUP**

THE NEXT
100 YEARS



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

S U S T A I N A B I L I T Y F A C T B O O K

10 ZIELE - 100 FAKTEN



Mit einer symbolträchtigen Lichtinstallation feierte die BMW Group Ende 2017 mehr als 100.000 verkaufte elektrifizierte Fahrzeuge – und kündigte mit der Botschaft „Die Zukunft ist elektrisch“ den Beginn einer erfolgreichen Neuausrichtung an (Titelfoto).



KLARES BEKENNTNIS

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit ist überall auf der Welt deutlich gestiegen. Immer mehr Menschen hinterfragen die Produkte, die sie kaufen, und auch die dahinterstehende Lieferkette.

Die BMW Group hat diesen Wandel schon vor Jahren erkannt – und verantwortungsvolles Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette verankert.

Daher bilden Fahrzeuge mit Efficient Dynamics Technologie, Plug-In-Hybrid-Antrieb oder Elektromotor, kombiniert mit innovativen Mobilitätsdienstleistungen, schon heute die Basis für unseren Geschäftserfolg. In der Produktion achten wir konsequent auf den effizienten Einsatz von Ressourcen. Das hilft der Umwelt und senkt unsere Kosten. Auch unsere vielfältigen gesellschaftlichen, sozialen und kulturellen Projekte in aller Welt leisten einen wichtigen Beitrag und helfen, die Reputation des Unternehmens langfristig zu sichern.

Wir haben den Anspruch, der erfolgreichste und nachhaltigste Premiumanbieter für individuelle Mobilität zu sein. Hierfür werden wir den Transformationsprozess der Wertschöpfungskette auch weiterhin aktiv vorantreiben, um den Menschen in einer vernetzten Mobilitätswelt individuelle Lösungen zu bieten und die Lebensqualität in den Städten zu verbessern.



IM STÄNDIGEN DIALOG

Der Austausch mit Stakeholdern, Studenten und Kunden ist in Zeiten des fundamentalen Wandels wichtiger denn je. Der Dialog hilft uns, Trends zu erkennen, Erwartungen gerecht zu werden und Partnerschaften aufzubauen.

Eine unserer Aufgaben ist es, die urbane Mobilität neu zu gestalten. Deshalb haben die Nachhaltigkeits-Experten der BMW Group auch 2017 wieder den Kontakt zu Stakeholdern in verschiedenen Metropolen der Welt gesucht und mit ihnen über konkrete Herausforderungen und Lösungsansätze diskutiert.

Die Ergebnisse dieser Dialoge fließen in den Strategieprozess der BMW Group ein und haben damit einen entscheidenden Einfluss auf das Unternehmen.



DIE BMW GROUP AUF EINEN BLICK

1916-2018: Die BMW Group besteht seit über 100 Jahren.

Die BMW Group hat heute 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie weltweit 129.932 Mitarbeiter.

Die BMW Group hat rund 6.000 Handelsbetriebe und verkauft ihre Produkte in mehr als 150 Ländern.

Die BMW Group arbeitet mit rund 12.000 Lieferanten in etwa 70 Ländern zusammen.

Die BMW Group hat drei Automobilmarken – BMW, MINI, Rolls-Royce – und eine Motorradmarke.

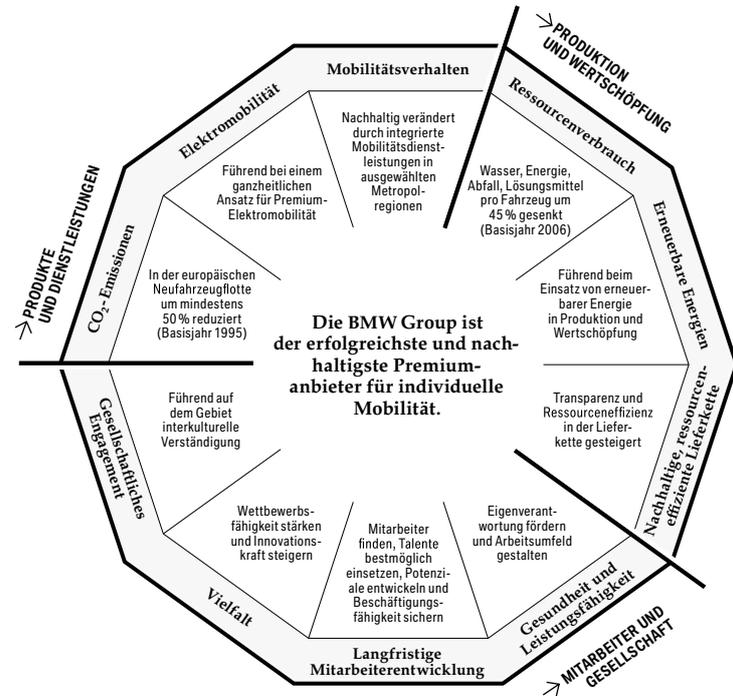
Im Jahr 2017 wurden weltweit insgesamt 2,463 Millionen Automobile und 164.000 Motorräder verkauft.

Im Jahr 2017 nutzten bereits mehr als 23 Millionen Kunden die Mobilitätsdienstleistungen der BMW Group.

UNSERE ZIELE

Die BMW Group hat sich zehn strategische Nachhaltigkeitsziele gesetzt, die das Unternehmen seit 2001 konsequent verfolgt und bis 2020 umsetzen wird. Dabei konzentriert sich die BMW Group auf drei Themenfelder:

- Produkte und Dienstleistungen
- Produktion und Wertschöpfung
- Mitarbeiter und Gesellschaft



1

→ **Produkte
und Dienst-
leistungen**

CO₂- und Schad-
stoffemissionen

Elektromobilität

Mobilitätsverhalten

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN



→ CO₂ - UND SCHAD- STOFFEMISSIONEN

Die BMW Group wird die CO₂-Emissionen in der europäischen Neufahrzeugflotte (EU-28) bis 2020 um mindestens 50 Prozent gegenüber dem Bezugsjahr 1995 reduzieren.

Seit

1995

hat die BMW Group
den durchschnittlichen
Verbrauch ihrer europäischen
Neuwagenflotte um

42 %

gesenkt.

→ CO₂- und Schad-
stoffemissionen
Elektromobilität
Mobilitätsverhalten



 → FAKT 002

Der durchschnittliche Flotten-CO₂-Ausstoß pro Kilometer sank 2017 weltweit um rund zwei Prozent auf 141 g CO₂/km. In Europa lag der durchschnittliche CO₂-Ausstoß bei 122 g CO₂/km, in China bei 154 g CO₂/km und in den USA bei 168 g CO₂/km. Die regionalen Abweichungen beim Flottenverbrauch ergeben sich u. a. aus dem unterschiedlichen Käuferverhalten sowie den verschiedenen Testzyklen.

 → FAKT 003

Die Euro-5- und Euro-6-Dieselmodelle der BMW Group liegen auf deutschen Straßen schon heute etwa 40 Prozent unter dem 2017 vom Umweltbundesamt veröffentlichten NO_x-Durchschnittswert.



 → **FAKT 004**

Um die Senkung der Flottenemissionen voranzutreiben, ergänzt die BMW Group ihre Modellpalette um weitere Fahrzeuge mit elektrifiziertem Antrieb. Neben dem seit 2013 verfügbaren BMW i3 und dem seit 2014 zusätzlichen BMW i8 stehen den Kunden seit 2015 auch iPerformance Modelle mit Plug-In-Hybrid-Antrieb für 2er, 3er, 5er, 7er und X5 zur Verfügung.

 → **FAKT 005**

Die BMW Group hat ihre Fahrzeugflotte seit 2007 schrittweise mit Efficient Dynamics Technologien ausgestattet und – den spezifischen Anforderungen der einzelnen Modelle, Motoren und Märkte entsprechend – serienmäßig angepasst.

 → **FAKT 006**

Über

15.000

Mitarbeiter der BMW Group pendeln mit Werkbussen von ihrem Wohnort zur Arbeit und legen dabei täglich

70.000

Kilometer zurück. Dadurch entlasten sie das PKW-Aufkommen und sparen dem Unternehmen jedes Jahr bis zu 32.000 Tonnen CO₂ ein.

1

Produkte und Dienst- leistungen

- CO₂- und Schadstoffemissionen
- Elektromobilität
- Mobilitätsverhalten



→ FAKT 007

Seit 2011 ist der Fahrerlebnisschalter „ECO PRO Modus“ serienmäßig in allen BMW Modellen verfügbar. Abhängig vom individuellen Fahrverhalten senkt er den Kraftstoffverbrauch um bis zu 25 Prozent und garantiert damit die maximale Effizienz.

→ FAKT 008

1929 lag der Luftwiderstand des BMW 3/15 PS noch bei einem c_w -Wert von ungefähr 0,70. Um bei höheren Geschwindigkeiten den Spritverbrauch zu senken, wurde dieser Wert in den letzten Jahren deutlich gesenkt. Heute setzen der BMW i8 und die BMW 5er Limousine mit einem c_w -Wert von 0,26 und 0,22 Maßstäbe.



→ FAKT 009

Die neuen BMW 7er Modelle haben im Vergleich zu ihren Vorgängern eine zu 25 Prozent bessere Umweltbilanz. Sie sind bis zu 130 Kilogramm leichter und verbrauchen auf 100 km bis zu 1,3 Liter weniger Benzin.

→ FAKT 010

Für die BMW Group hat die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben – und dazu zählen die lokalen Testvorgaben – höchste Priorität. Die BMW Group hat entsprechende Compliance Management Systeme, die sicherstellen sollen, dass die gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden.



Zielsetzung
Produkte
und Dienst-
leistungen



→ ELEKTROMOBILITÄT

Die BMW Group ist führend mit ihrem ganzheitlichen Ansatz für Premium-Elektromobilität.



→ **FAKT 011**

Mit aktuell
mehr als

137.000

Ladepunkten in

29

Ländern bietet
der BMW i Ladeservice
„ChargeNow“ das größte
Ladenetzwerk der Welt.

→ **FAKT 012**

In München, Oxford und Hongkong lassen sich Elektrofahrzeuge auch schon an Straßenleuchten aufladen. Das Prinzip von „Light-and-Charge“ ist einfach: In der Nähe der energieeffizienten LED-Straßenlaternen parken und die Batterie bargeldlos in rund drei Stunden aufladen.

→ **FAKT 013**

Die Oberflächen im Sichtfeld der Passagiere des BMW i3 bestehen zu über 80 Prozent aus nachwachsenden Naturmaterialien und Rezyklaten. Beispiele hierfür sind ein natürlich gegerbtes Leder, Armaturentafeln aus zertifiziertem Eukalyptusholz, Türverkleidungen aus der Schilfgrasart Kenaf sowie Sitzbezüge aus Schafwolle und aus zu Garn gesponnenen PET-Flaschen.

1

**Produkte
und Dienst-
leistungen**

CO₂- und Schad-
stoffemissionen→ Elektromobilität
Mobilitätsverhalten→ **FAKT 014**

Das erste Elektroauto der BMW Group begleitete 1972 die Marathonläufer bei den Olympischen Spielen und durfte – da es keine Emissionen ausstieß – als Kamerawagen vor den Läufern herfahren.

→ **FAKT 015**

Der BMW i3 ist weltweit das erste Serienfahrzeug, bei dem eine komplette Fahrgastzelle aus dem ultraleichten karbonfaserverstärkten Kunststoff (CFK) zum Einsatz kommt. CFK ist flexibel und formbar, ebenso fest wie Stahl, aber um mehr als die Hälfte leichter. Dadurch wiegt der BMW i3 im Vergleich zu einem herkömmlichen Elektroauto um bis zu 300 Kilogramm weniger.

→ **FAKT 016**

2017 verkaufte die
BMW Group über

100.000

elektrifizierte Fahrzeuge.
Damit brachte das Unternehmen
seit der Einführung des
BMW i3 (2013) insgesamt

200.000

Fahrzeuge mit Elektro-
und Plug-In-Hybrid-Antrieb
auf die Straße.

1

**Produkte
und Dienst-
leistungen**

CO₂- und Schad-
stoffemissionen→ Elektromobilität
Mobilitätsverhalten→ **FAKT 017**

Der BMW i3 macht sogar als Einsatzfahrzeug Karriere. So setzt nicht nur die Polizei in Bayern und Rom auf den E-Flitzer aus München, sondern auch das Los Angeles Police Department und die London Fire Brigade.

→ **FAKT 018**

2017 war der BMW i3 in Norwegen der meistverkaufte BMW.

→ **FAKT 019**

Um den nachhaltigeren Pendelverkehr in den Innenstädten zu unterstützen, hat die BMW Group den 48 PS starken Elektro-Maxi-Scooter C evolution entwickelt. Der rein elektrisch angetriebene Roller hat eine Reichweite von rund 160 km.

→ **FAKT 020**

Mit einem Zulassungsanteil von 21 Prozent behauptete sich die BMW Group 2017 in Deutschland und Europa im elektrifizierten Fahrzeugmarkt klar als Marktführer. Global teilt sich das Unternehmen mit einem Marktanteil von 10 Prozent den ersten Platz mit einem amerikanischen Anbieter.



Zielsetzung
Produkte
und Dienst-
leistungen

→ MOBILITÄTSVERHALTEN

Die BMW Group wird das Mobilitätsverhalten durch integrierte Mobilitätsdienstleistungen in ausgewählten Metropolregionen bis 2020 nachhaltig verändern. Dieses Ziel messen wir insbesondere an der Anzahl der Kunden von DriveNow und ReachNow.




 → **FAKT 021**

Weltweit werden im Jahr 2030 voraussichtlich 60 Prozent der Menschen in Städten leben. Um für die immer dichter besiedelten Metropolen ressourcen- und klimaschonende Mobilitätskonzepte zu finden, engagiert sich die BMW Group in zahlreichen Dialog- und Skalierungsprojekten.

 → **FAKT 022**

Von den über 6.000 Carsharing-Fahrzeugen, die die BMW Group ihren Kunden in Europa zur Verfügung stellt, fahren über 900 rein elektrisch. Die weltweit größte und zu 100 Prozent elektrische DriveNow Flotte hat Kopenhagen mit 400 BMW i3. Alle Fahrzeuge sind mit dem öffentlichen Nahverkehr vernetzt.

 → **FAKT 023**

Ein Privatfahrzeug
wird im Durchschnitt

1 Std.

pro Tag genutzt.
Für die restlichen

23 Std.

benötigt
es Parkraum.

1

Produkte und Dienst- leistungen

CO₂- und Schad-
stoffemissionen
Elektromobilität

→ Mobilitätsverhalten

→ **FAKT 024**

In Europa nutzten 2017 mehr als eine Million DriveNow Kunden das Carsharing-Angebot der BMW Group. In den USA bietet die BMW Group seit 2016 unter dem Namen ReachNow einen ähnlichen Service an. Diesen nutzten 2017 mehr als 82.000 Kunden (2016: 38.000).



→ **FAKT 025**

Der BMW i3 war das erste serienmäßig voll vernetzte Fahrzeug, das den Fahrer auf dem effizientesten Weg zum Ziel führt. Je nach Verkehrssituation schlägt das Navigationssystem den Wechsel zum öffentlichen Nahverkehr vor, zeigt Fahrpläne und freie Parkplätze an und verweist auf Mietfahrräder.



→ **FAKT 026**

Die Parkplatzsuche kann in den Städten bis zu 30 Prozent des Verkehrsaufkommens ausmachen. Die BMW Group entwickelt daher Mobilitätsangebote wie den app- und webbasierten Parkplatzfinder ParkNow, mit dem sich die Parkplatzsuche vereinfachen und der Verkehr reduzieren lässt.

→ **FAKT 027**

In Stakeholderdialogen hat die BMW Group auch 2017 wieder mit weltweit mehr als 200 Experten und Universitätsstudenten über Herausforderungen und Lösungsansätze urbaner Mobilität diskutiert. Die Ergebnisse aus den Gesprächen tragen dazu bei, die Nachhaltigkeitsstrategie der BMW Group weiterzuentwickeln.


 → **FAKT 028**

Um den Paradigmenwechsel von der auto- zur menschengerechten Stadt voranzutreiben, hat die BMW Group 2015 das Kompetenzzentrum Urbane Mobilität gegründet. Das hier zusammengeführte Expertenteam entwickelt gemeinsam mit Städten und lokalen Interessengruppen nachhaltige Mobilitätskonzepte für mehr urbane Lebensqualität.

 → **FAKT 029**

In München startete die BMW Group mit verschiedenen Konsortialpartnern das Forschungsprojekt „City2Share“. Gemeinsam mit den Anwohnern eines Stadtviertels werden hierbei verschiedene Mobilitätslösungen – von Sharing-Angeboten bis hin zu neuen Lieferkonzepten – entwickelt.

 → **FAKT 030**

Das Kompetenzzentrum Urbane Mobilität hat in qualitativen Umfragen mit Anwohnern der Projekte „firstmover.hamburg“ oder „Neue Mobilität Berlin“ herausgefunden, dass ein Drittel der Befragten nicht auf das eigene Fahrzeug angewiesen ist und es nur gelegentlich nutzt. Im zweiten Schritt konnten einige dieser Anwohner davon überzeugt werden, sich zugunsten alternativer Mobilitätsangebote von dem eigenen PKW zu trennen. Damit schafft die BMW Group, gemeinsam mit den Anwohnern, Raum für neue attraktive Mobilitätslösungen in den Städten.

2

→ **Produktion
und Wert-
schöpfung**

Ressourcen-
verbrauch

Erneuerbare
Energien

Nachhaltige,
ressourcen-
effiziente
Lieferkette

PRODUKTION UND WERTSCHÖPFUNG



Zielsetzung
Produktion
und Wert-
schöpfung

→ RESSOURCEN- VERBRAUCH

Die BMW Group wird den Ressourcenverbrauch (Energie, Wasser, Abfall, Lösungsmittel) je produziertes Fahrzeug bis 2020 um 45 Prozent senken (Basisjahr 2006).



→ Ressourcen-
verbrauchErneuerbare
EnergienNachhaltige,
ressourcen-
effiziente
Lieferkette→ **FAKT 031**

Seit 2006 hat die BMW Group ihren Energieverbrauch um rund 37 Prozent pro produziertes Fahrzeug reduziert.

→ **FAKT 032**

In ihrem Werk in München hat die BMW Group 2017 eine neue High-Tech-Lackiererei in Betrieb genommen, bei der zwei Lack-schichten ohne Zwischentrocknung direkt nacheinander aufgetragen werden. Damit können in der Decklackapplikation die CO₂-Emissionen auf rund 50 Prozent sowie der Stromverbrauch um 27 Prozent gesenkt werden.

→ **FAKT 033**

Bei der BMW Group verlassen weltweit über die Hälfte aller Neufahrzeuge die Werke auf der Schiene. Dadurch konnten

2017

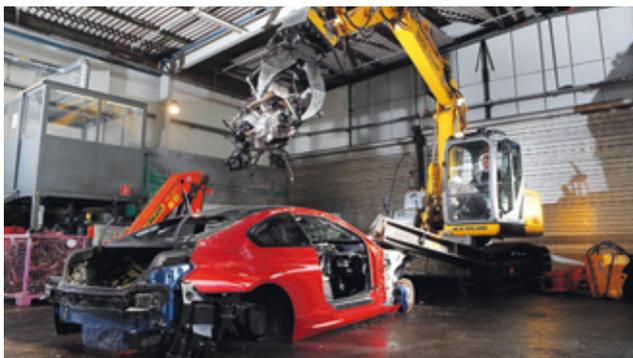
allein in
Deutschland rund

80.000

LKW-Fahrten
vermieden werden.

→ **FAKT 034**

Die Investitionen der BMW Group in den betrieblichen Umweltschutz haben dazu geführt, dass das Unternehmen seinen Ressourcenverbrauch seit 2006 kontinuierlich senken und Kosten in Höhe von über 161 Millionen Euro einsparen konnte.

→ **FAKT 035**

Seit 2015 müssen in der EU und in Südkorea alle Altfahrzeuge zu 95 Prozent verwertbar sein. Diese gesetzlichen Anforderungen erfüllt die BMW Group bereits für alle seit 2008 zugelassenen Fahrzeuge.

→ **FAKT 036**

Seit 2006 hat die BMW Group ihren Abfall pro produziertes Fahrzeug um rund 80 Prozent reduziert.

→ **FAKT 037**

Das Rechenzentrum der BMW Group im Münchner Forschungs- und Innovationszentrum muss gekühlt werden. Hierfür wurde ein Verfahren entwickelt, das die natürliche Kälte von Grundwasser nutzt. Anders als bei herkömmlichen Kühlungsverfahren verursacht dieser Prozess keine CO₂-Emissionen, trägt zum Klimaschutz bei und verbraucht bis zu 90 Prozent weniger elektrische Energie.

→ **FAKT 038**

Die BMW Group setzt weltweit auf geschlossene Wasserkreisläufe und abwasserfreie Prozesse: Mit dem Ergebnis, dass der Wasserverbrauch je produziertes Fahrzeug seit 2006 um rund 32 Prozent gesenkt werden konnte. Das Motorenwerk in Steyr, Österreich, ist in seiner Fertigung schon seit 2009 zu 100 Prozent abwasserfrei.

→ Ressourcen-
verbrauch

 Erneuerbare
Energien

 Nachhaltige,
ressourcen-
effiziente
Lieferkette

 → **FAKT 039**

Die Kunden der BMW Group haben die Möglichkeit, ihr Fahrzeug im Münchner Recycling und Demontage Zentrum (RDZ) abzugeben. Die mit Abstand längste Reise haben hierfür drei Freunde aus Südafrika auf sich genommen. Sie kamen mit ihrem über 20 Jahre alten BMW 318i von Kapstadt nach München und legten dabei 17.000 Kilometer zurück. Die Reise endete für den alten „Percy“ allerdings nicht wie geplant im Recyclingzentrum, sondern im BMW Museum.


 → **FAKT 040**

Um die Energieeffizienz zu steigern, baut die BMW Group an sieben Standorten ihre Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen aus. Neue Gasmotoren werden den Eigenstromanteil in all diesen Werken auf bis zu 50 Prozent erhöhen.

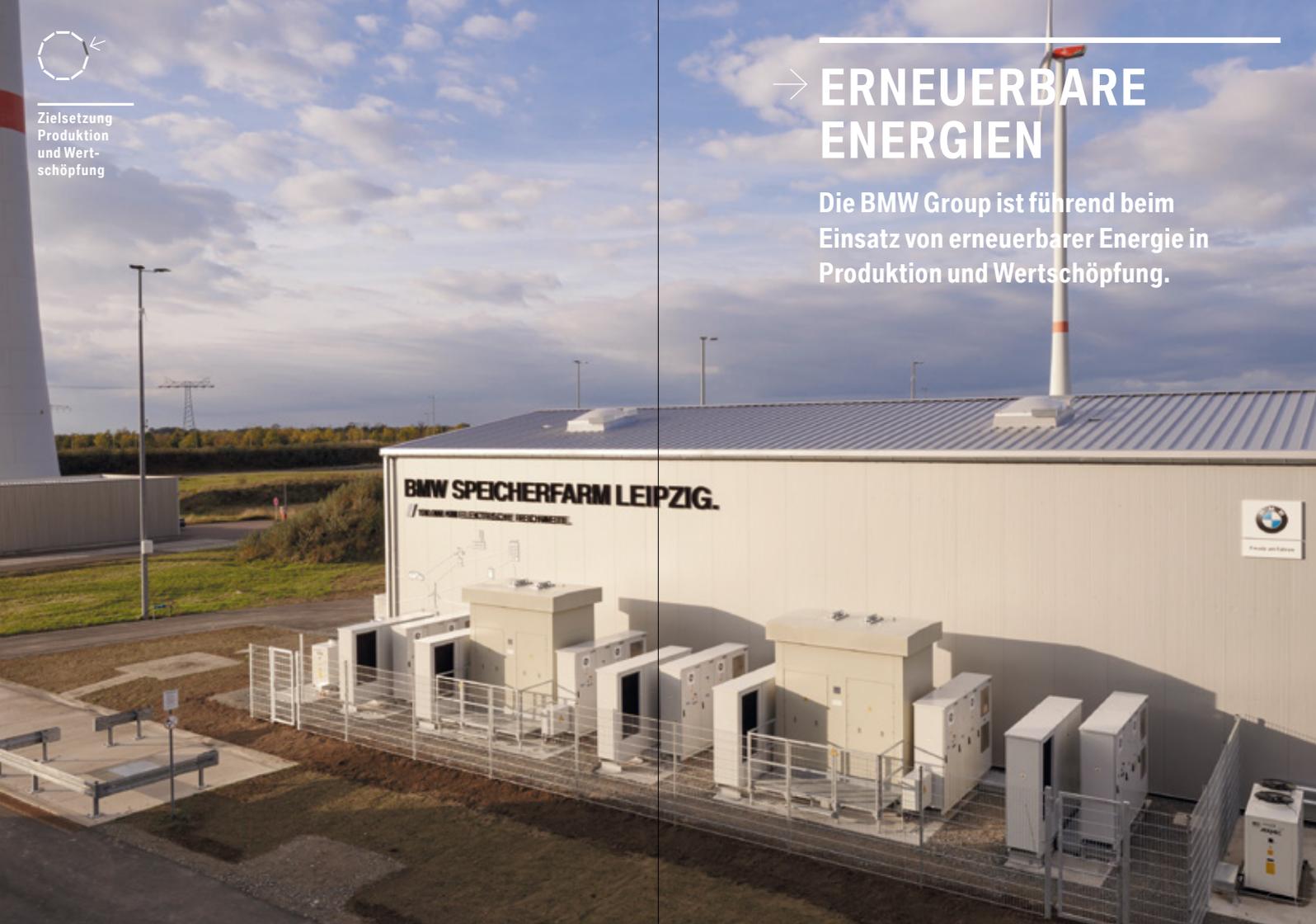




Zielsetzung
Produktion
und Wert-
schöpfung

→ ERNEUERBARE ENERGIEN

Die BMW Group ist führend beim Einsatz von erneuerbarer Energie in Produktion und Wertschöpfung.



Ressourcen-
verbrauch

 → Erneuerbare
Energien

 Nachhaltige,
ressourcen-
effiziente
Lieferkette

 → **FAKT 041**

Bis 2020 wird die BMW Group ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien beziehen. Das gab Markus Duesmann, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Einkauf und Lieferantennetzwerk, 2017 auf der UN-Klimakonferenz in Bonn bekannt. Weltweit bezieht die BMW Group zu 81 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien, in Europa sind es heute schon 100 Prozent.

 → **FAKT 042**

In Leipzig tragen vier Windkraftanlagen dazu bei, dass der BMW i3 zu 100 Prozent mit CO₂-freiem Strom produziert wird.

 → **FAKT 043**

Anstatt mit Blei-Säure-Akkus werden die rund 500 Gabelstapler im BMW Werk in Spartanburg, USA, mit Wasserstoff angetrieben. Damit bewegt sich die komplette Flotte völlig emissionsfrei durch die 350.000 Quadratmeter große Produktionsanlage.

 → **FAKT 044**

Auf dem Dach des MINI Werks in Oxford befindet sich eine der größten Solaranlagen Großbritanniens. Die 11.500 Solarmodule versorgen das Werk bei einer Gesamtleistung von über 3 Megawatt mit erneuerbarer Energie. Die gerade im Bau befindlichen Photovoltaik-Anlagen auf dem BMW Werk in Shenyang, China, werden sogar 7,3 Megawatt produzieren.



In der südafrikanischen
Provinz Gauteng
liefern rund

30.000

Rinder den Dung
für eine Biogasanlage.
Der dort erzeugte Strom
deckt den Bedarf des
BMW Werks in Rosslyn
zu etwa

33%.



→ **FAKT 046**

Erneuerbare Energien spielen auch bei den Lieferanten der BMW Group eine große Rolle: Für die energieaufwändige Herstellung von Karbonfasern für die BMW i Modelle nutzt das Joint Venture der SGL Group und der BMW Group zu 100 Prozent die Wasserkraft des Columbia Rivers.

→ **FAKT 047**

In der Hamburger Hafen-City testen BMW i, Vattenfall und Bosch in einem gemeinsamen Entwicklungsprojekt einen weiteren Stromspeicher, für den 2.600 Batteriemodule aus mehr als 100 Elektrofahrzeugen zusammengeschaltet wurden. Das entspricht einer Leistung von zwei Megawatt und einer Speicherkapazität von 2.800 Kilowattstunden. Damit ließe sich ein Zwei-Personen-Haushalt sieben Monate lang mit Strom versorgen.

→ **FAKT 048**

In Dingolfing hat die BMW Group mit der TU München einen sogenannten Hochtemperatur-Aquifer-Speicher getestet. Nicht benötigte, überschüssige Wärmeenergie lässt sich hier in bis zu 700 Meter Tiefe zwischen speichern und im Winter wieder abrufen.

→ **FAKT 049**

Im BMW Werk in Leipzig beweist eine Speicherfarm aus rund 700 BMW i3-Batterien, dass alte Elektro-Batterien durchaus noch ein sinnvolles zweites Leben haben. Als Pufferspeicher für erneuerbare Energien tragen sie in Leipzig dazu bei, die Windenergie der werkseigenen Windräder in das Stromnetz zu integrieren und die Energiekosten für die Produktion zu senken.

→ **FAKT 050**

Am amerikanischen Standort Spartanburg nutzt die BMW Group eine Methanganlage. Das aus einer benachbarten Mülldeponie gewonnene Methan wird in Strom und Prozesswärme umgewandelt und spart dem Unternehmen jährlich 46.000 Tonnen CO₂ ein.



Zielsetzung
Produktion
und Wert-
schöpfung

→ NACHHALTIGE, RESSOURCEN- EFFIZIENTE LIEFERKETTE

Die BMW Group wird bis 2020 die
Transparenz und Ressourceneffizienz
in der Lieferkette deutlich steigern.

Die BMW Group
arbeitet mit rund

12.000

Lieferanten
in etwa

70

Ländern
zusammen.



Als erster Automobilhersteller hat die BMW Group 2013 für das Interieur des BMW i3 ein Eukalyptusholz auf den Markt gebracht, das gemäß dem Forest Stewardship Council (FSC) zu 100 Prozent aus zertifizierter Forstwirtschaft stammt.

Die Malvenpflanze Kenaf aus Bangladesch wurde im BMW i3 erstmals sichtbar für die Innenverkleidung der Türen und die Instrumententafel verwendet. Um den nachhaltigen Anbau dieses Naturmaterials zu gewährleisten, hat die BMW Group gemeinsam mit ihrem Zulieferer und der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit u. a. fast 1.000 Kenaf-Bauern vor Ort geschult.


 → **FAKT 054**

Das Lieferantennetzwerk der BMW Group leistet mit über 80 Prozent einen Großteil der Wertschöpfung.

 → **FAKT 055**

Die Kantinen der BMW Group geben in Deutschland täglich etwa 47.000 Essen aus – und benötigen hierfür unter anderem rund 2,6 Millionen Portionen Salat und 59,5 Tonnen Kaffee im Jahr. Für diese Lieferanten gelten vergleichbare Nachhaltigkeitsanforderungen wie für die Lieferanten von Fahrzeugteilen. Das gilt auch für alle anderen Dienstleister wie PR-Agenturen, Reisebüros oder IT-Spezialisten.


 → **FAKT 056**

Die BMW Group beteiligt sich seit 2014 am Supply-Chain-Programm des Carbon Disclosure Projects (CDP). CDP ist eine Nichtregierungsorganisation, die das Ziel verfolgt, den Energie- und Ressourcenverbrauch zu reduzieren. Von den 189 BMW Lieferanten, die an CDP berichten, erfüllen bereits 47 Lieferanten die CO₂-Anforderungen der BMW Group.

 → **FAKT 057**

Kommt es in der Lieferkette zu Verstößen, setzt sich sofort das Supply-Chain-Response-Team der BMW Group zusammen, um den Fall zu prüfen. Bestätigt sich der Verdacht, kann dies zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehungen führen.

→ **FAKT 058**

Als weltweit erster Automobilhersteller hat die BMW Group 2017 Informationen zu Schmelzen und Herkunftsländern des Rohstoffs Kobalt öffentlich zugänglich gemacht, um die Transparenz in der Kobalt-Lieferkette zu erhöhen.


 → **FAKT 059**

Im Sommer 2015 brachte die BMW Group in München den ersten Elektro-LKW auf die Straße. 2017 belieferten bereits drei vollelektrische LKW das Werk in München mit Fahrzeugteilen und sparten dem Unternehmen CO₂-Emissionen in Höhe von rund 82 Tonnen ein. Vier weitere Stromer sind im Auftrag der BMW Group an den Standorten Landshut und Leipzig unterwegs.

 → **FAKT 060**

Der Einkauf der BMW Group beauftragt nur Lieferantenstandorte, die die Nachhaltigkeitsanforderungen aus München erfüllen. 2017 hat die BMW Group weltweit rund 6.000 Lieferantenstandorte hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitskriterien bewertet. Daraufhin wurden mit rund 2.440 Lieferantenstandorten korrektive Maßnahmen vereinbart, mehr als 410 erfüllten die Anforderungen nicht und erhielten keinen Auftrag.

 → **FAKT 061**

Bis 2020 hat sich die BMW Group zum Ziel gesetzt, die Verwendung sogenannter „Konfliktminerale“ wie Zinn, Wolfram, Tantal oder Gold in der Lieferkette auszuschließen und den Anteil an Mineralien aus zertifizierten Schmelzen zu erhöhen.

3

→ **Mitarbeiter
und
Gesellschaft**

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

Vielfalt

Gesellschaftliches
Engagement

MITARBEITER UND GESELLSCHAFT



Zielsetzung
Mitarbeiter
und
Gesellschaft

→ GESUNDHEIT UND LEISTUNGS- FÄHIGKEIT

Die BMW Group fördert die Eigenverantwortung und gestaltet das Arbeitsumfeld zum Erhalt der langfristigen Gesundheit und der Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter.



Mitarbeiter und Gesellschaft

→ Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

Vielfalt

Gesellschaftliches
Engagement



→ **FAKT 062**

Am Standort München stehen den Mitarbeitern der BMW Group an 21 Stationen 118 Fahrräder zur Verfügung, die sie kostenlos nutzen können. 2017 traten die Mitarbeiter über 54.000 Mal in die Pedale.

→ **FAKT 063**

Auch 2017 hat die BMW BKK im Rahmen der „Initiative Gesundheit“ wieder den Gesundheitspreis verliehen. Die Preise gingen an Abteilungen, die sich mit kreativen Ideen für die Gesundheit ihrer Kollegen einsetzen, z. B. mit einem Gesundheitsprogramm für Test- und Vielfahrer.

→ **FAKT 064**

2017 beteiligten
sich allein am
Standort München über

1.500

Mitarbeiter der BMW Group
am Firmenlauf B2RUN,
der jedes Jahr deutschlandweit in

17

Städten
veranstaltet wird.

Mitarbeiter und Gesellschaft

→ Gesundheit und Leistungsfähigkeit

Langfristige Mitarbeiterentwicklung

Vielfalt

Gesellschaftliches Engagement



→ **FAKT 065**

Die BMW Group stellt ihren Mitarbeitern an sechs Standorten in Deutschland acht betriebs-eigene Fitnesscenter zur Verfügung.

→ **FAKT 066**

In den deutschen Gesundheitsdiensten der BMW Group arbeiten aktuell 154 Ärzte und medizinische Assistenten. Sie versorgen 2017 rund 1.280 Mitarbeiter bei gesundheitsbedingten Notfällen und kümmerten sich um Prävention, Reisemedizin und Gesundheitsberatung.

→ **FAKT 067**

2017 konnte die Unfallhäufigkeitsrate der BMW Group mit 3,6 Unfällen pro einer Million geleisteter Arbeitsstunden im Vergleich zum Vorjahr um 10 Prozent gesenkt werden.



→ **FAKT 068**

Die Ampelkennzeichnung aller Speisen bietet den Mitarbeitern der BMW Group in den Betriebsrestaurants eine Orientierungshilfe für eine ausgewogene und gesunde Ernährung – und das mit messbarem Erfolg. Seit Einführung der Ampel haben in Deutschland 45 Prozent der Mitarbeiter ihr Essverhalten hin zu gesünderen Gerichten verändert.

→ **FAKT 069**

An der interaktiven Roadshow „Treffpunkt Gesundheit“ haben 2017 mehr als 20.600 Mitarbeiter teilgenommen und konnten für die Themen Gesundheit und Leistungsfähigkeit sensibilisiert werden.

→ Gesundheit und
LeistungsfähigkeitLangfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

Vielfalt

Gesellschaftliches
Engagement

Seit

2014

nahmen im Rahmen
der Initiative Gesundheit
der BMW Group über

24.000

Mitarbeiter an den
Gesundheitsuntersuchungen
teil.

→ FAKT 071

Um dem demografischen Wandel aktiv zu begegnen, hat die BMW Group 2004 das Programm „Heute für morgen“ ins Leben gerufen. Ziel ist es, u. a. durch ergonomische Verbesserungen oder veränderte Arbeitsprozesse Arbeitsplätze zu schaffen, an denen die Mitarbeiter gesund älter werden können. Davon profitierten weltweit bereits über 50.000 Mitarbeiter.



Zielsetzung
Mitarbeiter
und
Gesellschaft

→ LANGFRISTIGE MITARBEITER- ENTWICKLUNG

Die BMW Group sichert die langfristige Mitarbeiterentwicklung, indem sie die richtigen Mitarbeiter findet, Talente bestmöglich einsetzt, Potenziale entwickelt und die Beschäftigungsfähigkeit sichert.

Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

→ Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

Vielfalt

Gesellschaftliches
Engagement



→ **FAKT 072**

2017 stieg die Anzahl der Mitarbeiter der BMW Group weltweit um 4,2 Prozent auf 129.932 an.

→ **FAKT 073**

Im Rahmen der Strategie NUMBER ONE > NEXT hat die BMW Group über mehrere Wochen hinweg fast 13.000 internationale Führungskräfte und Meister geschult. Dabei ging es um die strategische Ausrichtung des Unternehmens, aber auch um technische Innovationen sowie um den aktuell anstehenden Kulturwandel.

→ **FAKT 074**

Zurzeit befinden sich bei der BMW Group über 4.750 (2016: 4.600) junge Menschen in der Berufsausbildung oder in Nachwuchsförderprogrammen.

→ **FAKT 075**

Der Mitarbeiter mit der längsten Betriebszugehörigkeit arbeitet seit 46 Jahren bei der BMW Group. Im Durchschnitt sind die Mitarbeiter etwa 17 Jahre für das Unternehmen tätig.

Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

→ Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

Vielfalt

Gesellschaftliches
Engagement



→ **FAKT 076**

2017 nutzten rund 2.400 Mitarbeiter die Möglichkeit, ihren beruflichen Horizont innerhalb der BMW Group im Ausland zu erweitern.

→ **FAKT 077**

Im Jahr 2017 lag die Anzahl der Weiterbildungstage bei der BMW Group bei durchschnittlich 3,4 Tagen pro Mitarbeiter.

→ **FAKT 078**

Die Anzahl der Mitarbeiter,
die Mobilarbeit
genutzt haben, stieg von

28.100

im Jahr 2016
auf über

31.800

im Jahr 2017 an.

3

Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheit und Leistungsfähigkeit

→ Langfristige Mitarbeiterentwicklung

Vielfalt

Gesellschaftliches Engagement



→ FAKT 079

Das Ideenmanagement der BMW Group ermöglicht es den Mitarbeitern weltweit mit ihren Ideen Veränderungen anzustoßen. 2017 führten rund 2.800 umgesetzte Ideen zu Einsparungen in Höhe von 18,2 Millionen Euro.

→ FAKT 080

Die BMW Group gehört weltweit zu den attraktivsten Arbeitgebern. Das belegen auch Studien zur Arbeitgeberattraktivität internationaler Forschungsinstitute wie „trendence“ oder „Universum“, bei denen die BMW Group 2017 erneut Spitzenplätze belegte.



→ FAKT 081

Neben dem klassischen „Sabbatical“ bietet die BMW Group ihren Mitarbeitern auch an, bei entsprechender Kürzung des Entgelts bis zu 20 zusätzliche freie Tage im Jahr zu nehmen. 2017 haben rund 4.690 Mitarbeiter der BMW AG dieses Angebot in Anspruch genommen.



Zielsetzung
Mitarbeiter
und
Gesellschaft

→ VIELFALT

Die BMW Group stärkt durch Vielfalt die Wettbewerbsfähigkeit und steigert die Innovationskraft.

**Mitarbeiter
und
Gesellschaft**

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

→ Vielfalt

Gesellschaftliches
Engagement

→ **FAKT 082**

Die BMW Group
ist in mehr als

150

Ländern aktiv.
Am Standort Deutschland
arbeiten Mitarbeiter aus

118

verschiedenen Nationen
erfolgreich zusammen.



→ **FAKT 083**

Für das neue BMW Werk in Mexiko, das 2019 mit der Produktion beginnt, rekrutiert die BMW Group gezielt Mitarbeiter aus verschiedenen Altersgruppen, um Spitzen bei altersbedingten Austritten zu vermeiden.

→ **FAKT 084**

Der Frauenanteil im globalen Führungsnachwuchsprogramm der BMW Group, dem Global Leader Development Programme, lag Ende Dezember 2017 bei 44 Prozent.

Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

→ Vielfalt

Gesellschaftliches
Engagement



→ FAKT 085

2010 verabschiedete die BMW Group ein Diversity-Konzept, das die Vielfalt in der Belegschaft hinsichtlich ihres Geschlechts, ihres kulturellen Hintergrunds und ihres Alters unternehmensweit fördert.

→ FAKT 086

Von den 9,8 Prozent der Mitarbeiter der BMW AG, die keine deutsche Nationalität haben, kommen die meisten aus der Türkei, gefolgt von Österreich, Griechenland, Polen und Italien.

→ FAKT 087

Um das Thema Vielfalt in der deutschen Unternehmenskultur voranzubringen, ist die BMW Group seit 2012 Mitglied der „Charta der Vielfalt e.V.“. Die Charta wurde bisher von über 2.500 Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen unterzeichnet. Schirmherrin ist Bundeskanzlerin Angela Merkel.

Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

→ Vielfalt

Gesellschaftliches
Engagement



→ **FAKT 088**

Seit 2007 hat sich das Durchschnittsalter bei der BMW AG in Deutschland um 1,8 Jahre auf 43,3 Jahre erhöht. Bis 2025 wird der Anteil der Mitarbeiter, die älter als 50 Jahre sind, um etwa ein Drittel steigen.

→ **FAKT 089**

2017 lag der Anteil der Frauen in Führungspositionen bei der BMW Group weltweit bei 16 Prozent.

→ **FAKT 090**

Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, sexueller Orientierung, Glaubensbekenntnis, Behinderung, Alter oder Herkunft wirkt die BMW Group unter anderem mit der SpeakUP Line entgegen. Sie bietet den Mitarbeitern weltweit die Möglichkeit, anonym und vertraulich Hinweise auf eventuelle Verstöße zu geben.



Zielsetzung
Mitarbeiter
und
Gesellschaft

Die BMW Group ist
führend auf dem Gebiet
der interkulturellen
Verständigung.

→ GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

Vielfalt

→ Gesellschaftliches
Engagement



→ FAKT 091

Im Jahr 2011 rief die BMW Group gemeinsam mit der UN Alliance of Civilizations (UNAOC) den „Intercultural Innovation Award“ ins Leben, der sich auf der ganzen Welt für den interkulturellen Dialog einsetzt. Davon profitierten bereits 41 Organisationen und über 2 Millionen Menschen aus 105 Ländern. Mit dem ersten Platz wurde 2017 die Pakistan Youth Alliance für ihr Projekt „Peace Rickshaws“ ausgezeichnet.



→ FAKT 092

Seit 2017 nehmen potenzielle Führungskräfte der BMW Group am ReadyGo Programm teil und engagieren sich beratend zwölf Monate lang für ein Social Entrepreneur- oder Intra-preneur-Projekt.

→ FAKT 093

Seit 2011 hat die BMW Group zusammen mit der Doppelfeld-Stiftung weltweit 25 BMW Mitarbeiter für ihr ehrenamtliches Engagement ausgezeichnet. Sie setzen sich zum Beispiel für Flüchtlinge ein, geben Hilfe zur Selbsthilfe in Entwicklungsländern oder engagieren sich in Förderprojekten für behinderte oder benachteiligte Jugendliche.

Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

Vielfalt

→ Gesellschaftliches
Engagement



→ FAKT 094

2017 nahm eine internationale Delegation von BMW Group Mitarbeitern am „One Young World Summit“ in Bogota teil – und diskutierte vier Tage lang mit Politikern, Nobelpreisträgern und Managern über Möglichkeiten, die Welt lebenswerter zu gestalten.

→ FAKT 095

Die Mitarbeiter von BMW Financial Services haben 2015 mit der Organisation Waves for Water die Initiative „Care4Water“ ins Leben gerufen. Gemeinsam verteilten sie 2017 rund um die Werke der BMW Group in Thailand, Indien, Südafrika, Mexiko und Brasilien Wasserfilter – und ermöglichten damit mehr als 500.000 bedürftigen Menschen den Zugang zu sauberem Trinkwasser.



→ FAKT 096

Bei dem Projekt „Tech4Kids“ bekommen Grundschüler aus Schulen der benachbarten BMW Werke in Regensburg, Landshut und München Einblicke in die industrielle Fertigung von Fahrzeugen. 2017 nahm erstmals auch eine Schule aus Kaliningrad an dem Projekt teil.

→ FAKT 097

Die BMW Group stellt verschiedenen Bildungseinrichtungen seit vielen Jahren kostenfreie Fahrzeuge zur Verfügung. Ende 2017 waren weltweit über 1.600 Fahrzeuge im „Auftrag der Bildung“ im Einsatz.

Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheit und
Leistungsfähigkeit

Langfristige
Mitarbeiter-
entwicklung

Vielfalt

→ Gesellschaftliches
Engagement



→ FAKT 098

Bis 2025 hat sich die BMW Group zum Ziel gesetzt, die Ausbildung von einer Million Kindern und Jugendlichen – vor allem in technischen Bereichen – zu fördern. Der Fokus liegt auf den Standorten Brasilien, China, Indien, Mexiko, Südafrika, Thailand und den USA.

→ FAKT 099

Beim „BMW Next Mobility Youth Camp 2017“ in Hangzhou ermutigte BMW China Universitätsstudenten, junge Städteplaner und Designer, sich mit eigenen Ideen und Projekten an der Entwicklung einer nachhaltigen urbanen Mobilität zu beteiligen.

→ FAKT 100

Beim „BMW Group Junior Campus“ können Kinder in Deutschland, Russland, Südkorea und Großbritannien Mobilität und Nachhaltigkeit mit allen Sinnen entdecken.

2017

nahmen über

50.000

Kinder am
Junior Campus teil.

KONTAKTE

Weitere Informationen und
Publikationen finden Sie unter:
www.bmwgroup.com/verantwortung

BMW GROUP

Petuelring 130
80788 München

SOCIAL MEDIA

Facebook → www.facebook.com/BMWGroup

Twitter → twitter.com/BMWGroup

YouTube → www.youtube.com/BMWGroupview

Instagram → www.instagram.com/bmwgroup



KAI ZÖBELEIN

Kommunikation Nachhaltigkeit

Telefon: +49 89 382-21170

Kai.Zoebelein@bmw.de



MILENA PIGHI

Kommunikation

Gesellschaftliches Engagement

Telefon: +49 89 382-66563

Milena.PA.Pighi@bmw.de

RESSOURCENSCHONUNG

Die für das Sustainability Factbook eingesetzten Papiere sind nach dem internationalen FSC®-Standard hergestellt: Der Zellstoff stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern.

Die bei der Herstellung für dieses Factbook entstandenen CO₂-Emissionen bei Druck und Produktion wurden neutralisiert. Dazu wurden die entsprechenden Emissionsmengen durch zusätzliche Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen im Rahmen von Waldschutz- und Aufforstungsprojekten in Zusammenarbeit mit dem Bergwaldprojekt e.V. kompensiert. Zertifikatsnummer: DE-141-300295.



Agentur: ABT-DESIGN.DE