

SUSTAINABLE VALUE REPORT 2017



**BMW
GROUP**

THE NEXT
100 YEARS 



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

ÜBER DIESEN BERICHT

Mit ihrem Nachhaltigkeitsbericht (Sustainable Value Report bzw. SVR) informiert die BMW Group ihre Stakeholder über die Nachhaltigkeitsstrategie und die Fortschritte bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens. Der Nachhaltigkeitsbericht erscheint zeitgleich mit dem Geschäftsbericht zur Bilanzpressekonferenz.

Aus den Anforderungen des deutschen CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes leitet sich für die Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft (BMW AG) für das Berichtsjahr 2017 erstmals die Pflicht zur Veröffentlichung einer nichtfinanziellen Erklärung auf Gesellschafts- und Konzernebene ab. Diese wird gemeinsam für die BMW AG und den BMW Konzern (BMW Group) als zusammengefasster gesonderter nichtfinanzieller Bericht (fortan kurz „gesonderter nichtfinanzieller Bericht“) innerhalb des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts veröffentlicht.

Die gesetzlich erforderlichen Informationen* werden in den Unterkapiteln der freiwilligen Berichterstattung nach den GRI Standards vorangestellt und entsprechend gekennzeichnet. Die Pflichtangaben befinden sich auf den Blau hervorgehobenen Seiten in diesem Bericht. Das sind konkret:

- Geschäftsmodell:
Einführung, BMW Group im Überblick, S. 8 sowie Geschäftsbericht 2017
- Einbindung der Unternehmensleitung:
Kap. 1.1 Strategie und Management, S. 12 – 13

- Umweltbelange:
Kap. 2 Produkte und Dienstleistungen, S. 44, S. 46 – 47, S. 59 – 60, S. 70 – 72
Kap. 3 Produktion und Wertschöpfung, S. 84, S. 86 – 87, S. 99 – 100, S. 105 – 106
- Arbeitnehmerbelange:
Kap. 4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit, S. 115 – 116, S. 118 – 119
Kap. 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung, S. 115 – 116, S. 129 – 130
Kap. 4.3 Vielfalt, S. 115 – 116, S. 137 – 138
- Sozialbelange:
Kap. 1.2 Stakeholderengagement, S. 24
Kap. 4.4 Gesellschaftliches Engagement, S. 115 – 116, S. 143 – 145
- Achtung der Menschenrechte:
Kap. 1.3 Compliance und Menschenrechte, S. 32 – 34
Kap. 3.3 Nachhaltige ressourceneffiziente Lieferkette, S. 105 – 106
- Bekämpfung von Korruption und Bestechung:
Kap. 1.3 Compliance und Menschenrechte, S. 32 – 34 sowie Geschäftsbericht 2017
- Zusätzlich beschreiben wir in
Kap. 1.4 unseren Ansatz zur Produktsicherheit, S. 38

Weitere Informationen zu unserem Berichtskonzept finden sich im Anhang (S. 206 – 207). → **Siehe Unser Berichtskonzept**

* Diversitätskonzept in Vorstand und Aufsichtsrat ist Bestandteil der Erklärung zur Unternehmensführung
→ **Siehe Geschäftsbericht 2017**

INHALT

→ Siehe Seite 45



→ Siehe Seite 69



→ Siehe Seite 85



→ Siehe Seite 104



→ Siehe Seite 142



Einführung

Vorwort	5
BMW Group im Überblick	8
Wesentliche Kennzahlen	9
Wertschöpfungskette	10

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management	12
1.2 Stakeholderengagement	24
1.3 Compliance und Menschenrechte	32
1.4 Produktsicherheit	38
1.5 Kundenzufriedenheit	41

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO ₂ - und Schadstoffemissionen	46
2.2 Elektromobilität	59
2.3 Mobilitätsverhalten	70

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch	86
3.2 Erneuerbare Energien	99
3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette	105

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit	118
4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung	129
4.3 Vielfalt	137
4.4 Gesellschaftliches Engagement	143

Weiterführende Kennzahlen

150

Anhang

GRI Content Index	171
Unser Berichtskonzept	207
Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers	211
Verbrauchs- und CO ₂ -Emissionswerte	213
Impressum	214

→ **Einführung**

Vorwort

BMW Group im Überblick

Wesentliche Kennzahlen

Wertschöpfungskette

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

EINFÜHRUNG

Einführung

→ Vorwort

BMW Group im Überblick

Wesentliche Kennzahlen

Wertschöpfungskette

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

Weiterführende
Kennzahlen

Anhang

Harald Krüger: „Die BMW Group kündigt Projekte nicht nur an, sondern setzt sie auch entschlossen um.“

Herr Krüger, setzen Sie doch mal einen Tweet ab und beschreiben Sie in 280 Zeichen:

Was bedeutet Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen?

Nachhaltigkeit heißt für uns Zukunftsfähigkeit – für die BMW Group und die Gesellschaft. Wir kennen die Herausforderungen und nehmen sie an. Wir entwickeln innovative Mobilitätslösungen und schaffen dadurch Mehrwert für Kunden, Unternehmen und Gesellschaft.
#SustainableBMWGroup

Wie haben Sie das 2017 konkret umgesetzt?

Mit konkreten Maßnahmen und Projekten über die gesamte Wertschöpfungskette: Wir haben die CO₂-Emissionen in unserer weltweiten Neuwagenflotte im vergangenen Jahr auf 141 Gramm pro Kilometer gesenkt. Den Strom in Europa beziehen wir jetzt CO₂-frei.

Wir haben den Anteil elektrischer Fahrzeuge an unserem Produktportfolio gesteigert und im Jahr 2017 mehr als 100.000 elektrifizierte Fahrzeuge verkauft. Wir sind Marktführer für elektrifizierte Fahrzeuge in Europa.

Beispiele gibt es aber auch in anderen Bereichen: Wir haben in Leipzig eine Batteriefarm eröffnet. Wir haben die Transparenz unserer Kobalt-Lieferkette deutlich erhöht. Wir haben erneut eine große Anzahl sozialer Projekte unterstützt. Ich könnte diese Liste sehr weit fortführen. Die BMW Group kündigt Projekte nicht nur an, sondern setzt sie auch entschlossen um.



Harald Krüger

Vorsitzender des Vorstands der BMW AG
vor der BMW Welt in München

Einführung

→ Vorwort

BMW Group im Überblick

Wesentliche Kennzahlen

Wertschöpfungskette

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

Weiterführende
Kennzahlen

Anhang

Trotzdem: 2017 war für die Automobilindustrie kein einfaches Jahr.

Das ist richtig. Nicht alle Unternehmen unserer Branche haben verstanden, dass Ankündigungen allein nicht ausreichen. Man muss auch liefern. Das Automobil hat Vertrauen verloren. Die Automobilindustrie hat an Vertrauen verloren. Dem müssen wir entschlossen entgegenreten. Wir müssen als Industrie noch mehr tun und zugleich die öffentliche Diskussion wieder in sachlichere Bahnen lenken.

Sie sprechen die Diskussion um den Diesel in Deutschland an.

Natürlich nahm diese Diskussion einen großen Raum ein. In den vergangenen Jahren lag international gesehen ein starker Fokus auf CO₂-Emissionen. 2017 standen vor allem die NO_x-Emissionen im Mittelpunkt – speziell in unserem deutschen Heimatmarkt. Es gab zahlreiche Diskussionen über mögliche Fahrverbote von Dieselfahrzeugen in Städten.

Diese Diskussionen müssen wir ernst nehmen. Wir haben mit vielen Stakeholdern in internationalen Metropolen gesprochen. Die Menschen in den Städten erhöhen den Druck auf ihre Stadtverwaltungen in Richtung neuer Mobilitätskonzepte. Die Kommunen ihrerseits fordern dies von den Automobilherstellern ein. Das ist nachvollziehbar.

Entscheidend ist, dass wir Lösungen anbieten können, die die Lebensqualität in den Städten verbessern – mit unseren Produkten, aber auch mit neuen, innovativen Mobilitätsdienstleistungen.

Wie berechtigt ist die Kritik am Diesel aus Ihrer Sicht? Hat er überhaupt noch eine Zukunft?

Ich kann nachvollziehen, wenn über eine Technologie wie den Dieselantrieb kritisch in der Öffentlichkeit diskutiert wird. Wir sind offen dafür. Aus meiner Sicht wurde aber zu oft die sachliche Ebene verlassen und über das Ziel hinausgeschossen.

Wenn wir die Mobilität der Zukunft nachhaltiger gestalten wollen, sollten wir eine so ausgereifte Technologie wie den Dieselantrieb nicht voreilig ausschließen. Zumal diese Technologie alles mitbringt, was sich viele wünschen: Sie ist hochgradig effizient. Unsere Fahrzeuge beweisen das.

Viele Automobilhersteller argumentieren mit Nachhaltigkeit. Kritische Stakeholder dagegen bezweifeln die Motivation der Hersteller. Was antworten Sie diesen Kritikern?

Warum sollten wir uns gegen eine nachhaltigere Zukunft stemmen? Das macht keinen Sinn. Wir suchen vielmehr unsere unternehmerischen Chancen darin. Das entspricht unserer Unternehmenskultur.

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. Unsere Rahmenbedingungen verändern sich. Nachhaltiges Wirtschaften ist keine altruistische Idee, sondern die Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg.

Nehmen Sie den betrieblichen Umweltschutz: Unsere gestiegene Ressourceneffizienz hat uns seit 2006 161 Mio. € eingebracht. So etwas ist eine große Motivation.

Was sind grundsätzlich die wichtigsten Nachhaltigkeitsziele der BMW Group?

Wir stehen zu den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen. Diese setzen wir seit 2001 konsequent an allen Standorten um. Wir verfolgen eine ganz-

Einführung

→ Vorwort

BMW Group im Überblick

Wesentliche Kennzahlen

Wertschöpfungskette

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

heitliche Nachhaltigkeitsstrategie. Über die gesamte Wertschöpfungskette haben wir zehn langfristige Ziele gesetzt: aus den Bereichen „Produkte und Dienstleistungen“, „Produktion und Wertschöpfung“ sowie „Mitarbeiter und Gesellschaft“.

Welche konkreten Ziele haben Sie für das Jahr 2018?

Zunächst einmal ist es unser Ziel, die nachhaltige Substanz im Unternehmen weiter zu erhöhen: bei unseren Produkten, in unserer Produktion, in unserer Lieferkette und natürlich auch im Umgang mit Mitarbeitern und Gesellschaft.

Sie finden zahlreiche Beispiele dazu in diesem Bericht: Wir werden die Anzahl elektrifizierter Fahrzeuge in unserer Produktpalette weiter erhöhen. Wir werden den Anteil erneuerbarer Energie in unseren Werken steigern. Wir nähern uns damit einer CO₂-freien Produktion. Wir werden unter anderem die Rohstoffketten für unsere Batterien nachhaltiger gestalten.

Klar ist aber auch: An vielen Stellen sind wir darauf angewiesen, dass sich die gesamtgesellschaftlichen Rahmenbedingungen entsprechend entwickeln. Elektromobilität ist hier ein gutes Beispiel: Die Produkte und Lösungen haben wir im Angebot. Oftmals mangelt es noch an der notwendigen Infrastruktur, damit das Potenzial vollständig zum Tragen kommen kann. Hier können wir nicht allein agieren. Alle müssen ihren Beitrag leisten.

Auch deshalb werden wir im kommenden Jahr wieder den Dialog mit unseren Stakeholdern in allen Regionen fortsetzen. Nur wenn ein gegenseitiges Verständnis von Bedürfnissen und Spielräumen gegeben ist, können Diskussionen in die richtige Richtung gehen.

Ich bleibe zuversichtlich: Wir werden 2018 einer nachhaltigen Mobilität wieder einen großen Schritt näher kommen. Davon werden alle profitieren.

Harald Krüger

Vorsitzender des Vorstands der
Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft

BMW GROUP IM ÜBERBLICK

Einführung

Vorwort

→ BMW Group im Überblick

Wesentliche Kennzahlen

Wertschöpfungskette

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4

Weiterführende Kennzahlen

4

Anhang

Konzernergebnis vor Steuern in Mio. €

10.655

↗ 2017

9.665

2016

Forschungs- und Entwicklungsleistungen in Mio. €

6.108

↗ 2017

5.164

2016

Mitarbeiter der BMW Group am Jahresende Anzahl

129.932

↗ 2017

124.729

2016

→ GRI 102-2, GRI 102-7

Unser Geschäftsmodell

„Die BMW Group ist der erfolgreichste und nachhaltigste Premiumanbieter für individuelle Mobilität.“

Automobile und Motorräder

Marken: BMW, MINI, Rolls-Royce;
31 Produktions- und Montage-
stätten in 14 Ländern;
rund 6.000 Handelsbetriebe
in mehr als 150 Ländern



Mobilitäts- dienstleistungen

 ChargeNow  DriveNow
 ParkNow



Finanz- dienstleistungen

in über 150 Ländern

→ Siehe Geschäftsbericht 2017

Ausgelieferte Automobile in Tsd.

2.463,5

↗ 2017

2.367,6

2016

CO₂-Emissionen der BMW Group Automobile in g/km*

122

↘ 2017

124

2016

*Flottenverbrauch der neu zugelassenen Fahrzeuge in Europa (EU-28)

Investitionen in Aus- und Weiterbildung in Mio. €

349

↘ 2017

352

2016

Einführung

Vorwort

BMW Group im Überblick

→ Wesentliche Kennzahlen

Wertschöpfungskette

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

WESENTLICHE KENNZAHLEN

Wesentliche Kennzahlen 5-Jahres-Überblick

	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung in % gegenüber Vorjahr
GESCHÄFTSTÄTIGKEITEN						
Umsatz (in Mio. €)	76.059	80.401	92.175	94.163	98.678	4,8
Ergebnis vor Steuern (in Mio. €)	7.893	8.707	9.224	9.665	10.655	10,2
Auslieferungen Automobile (in Tsd.)	1.963,8	2.118,0	2.247,5	2.367,6	2.463,5	4,1
PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN						
CO ₂ -Emissionen der BMW Group Automobile (EU-28) (in g/km)	133	130	127	124	122	-1,6
Auslieferung elektrischer und elektrifizierter Fahrzeuge (Anzahl)	311	17.805	32.474	62.255	103.080	65,6
DriveNow und ReachNow Nutzer (Anzahl) ¹	214.000	395.000	579.000	853.000	1.108.000	29,9
PRODUKTION UND WERTSCHÖPFUNG						
Energieverbrauch je produziertes Fahrzeug (in MWh/Fahrzeug)	2,36	2,25	2,19	2,21	2,17	-1,8
Wasserverbrauch je produziertes Fahrzeug (in m ³ /Fahrzeug)	2,18	2,18	2,24	2,25	2,22	-1,3
Prozessabwasser je produziertes Fahrzeug (in m ³ /Fahrzeug)	0,47	0,47	0,45	0,42	0,4	-4,8
CO ₂ -Emissionen je produziertes Fahrzeug (in t/Fahrzeug)	0,68	0,66	0,57	0,54	0,41	-24,1
Abfall zur Beseitigung je produziertes Fahrzeug (in kg/Fahrzeug)	5,73	4,93	4,00	3,51	3,86	10,0
Emissionen VOC (flüchtige organische Lösungsmittel) je produziertes Fahrzeug (in kg/Fahrzeug)	1,59	1,29	1,22	1,14	1,03	-9,6
Anteil Strom fremd aus erneuerbaren Energien (in %) ²	48	51	58	63	81	28,6
Anteil produktionsrelevantes Einkaufsvolumen im CDP Supply Chain Programm (in %)	—	45	53	69	77	11,6
MITARBEITER UND GESELLSCHAFT						
Mitarbeiter der BMW Group am Jahresende (Anzahl)	110.351	116.324	122.244	124.729	129.932	4,2
Fluktuationsquote der BMW AG (in % vom Personalstand)	3,47	1,41	2,08	2,70	2,64	-2,2
Frauenanteil an der Gesamtbelegschaft der BMW Group (in %)	17,4	17,8	18,1	18,70	19,3	3,2
Frauenanteil in Führungspositionen der BMW Group (in %)	13,8	14,2	14,5	15,30	16,0	4,6
Durchschnittliche Fort- und Weiterbildungstage pro Mitarbeiter in der BMW Group (Tage je Mitarbeiter)	3,5	3,9	4,1	3,80	3,4	-10,5
Unfallhäufigkeitsrate der BMW Group (je 1 Mio. geleistete Arbeitsstunden)	4,8	5,1	4,4	4,00	3,6	-10,0
Höhe der Ausgaben für gesellschaftliches Engagement (in Tsd. €)	28.944	34.524	39.109	87.837	33.436 ³	-61,9
Spendenausgaben der BMW Group (in Tsd. €)	8.485	10.199	17.066	70.356	16.205 ³	-77,0

¹ gerundet auf Tausender

² bestimmt aus den eingekauften Grünstrommengen sowie für den restlichen Fremdstrombezug konservativ berechneten länderspezifischen Stromanteilen aus erneuerbaren Energien. Zahlen ab 2015 nicht direkt mit den Zahlen für 2012 – 2014 vergleichbar. Diese schließen alle BMW Group Produktionsstandorte sowie Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE ein.

³ Der Rückgang gegenüber 2016 beruht auf einer einmaligen Spende an die BMW Stiftung im Jubiläumsjahr 2016

Einführung

Vorwort

BMW Group im Überblick

Wesentliche Kennzahlen

→ Wertschöpfungskette

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

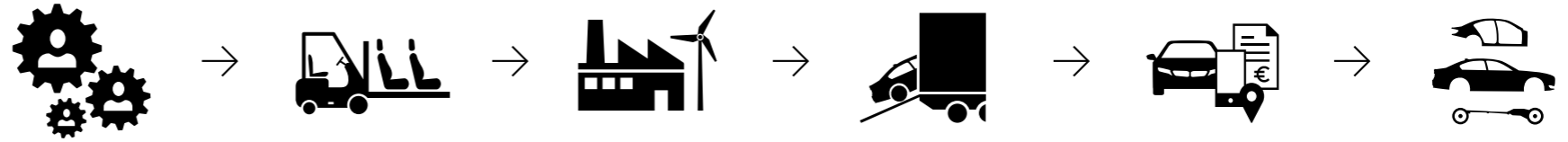
4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

WERTSCHÖPFUNGSKETTE



FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG	LIEFERKETTE	PRODUKTION	LOGISTIK UND TRANSPORT	VERTRIEB UND NUTZUNG	VERWERTUNG
von Produkten und Dienstleistungen				von Fahrzeugen und Dienstleistungen	
KERNTÄTIGKEITEN					
Entwicklung innovativer, faszinierender Automobile, Motorräder und Dienstleistungen	Globale Zusammenarbeit mit Lieferanten zur Beschaffung von	Herstellung von Automobilen und Motorrädern durch eine fachlich ausgezeichnete und vielfältige Belegschaft	Sicherung einer kundenorientierten Transportabwicklung im Netzwerk von	Angebot von Premium-Produkten und -Dienstleistungen für individuelle Mobilität durch	Rücknahme und Demontage von Automobilen
<ul style="list-style-type: none"> — Konzeption — Serienentwicklung — Produktionsplanung 	<ul style="list-style-type: none"> — Modulen/Systemen — Komponenten — Teilen — Rohmaterialien 	<ul style="list-style-type: none"> — Motorenbau — Karosseriebau — Lackiererei — Montage — Qualitätskontrolle 	<ul style="list-style-type: none"> — Zulieferern — Werken — Händlern rund um den Globus durch optimale Abstimmung verschiedener Verkehrsträger 	<ul style="list-style-type: none"> — Koordination eines weltweiten Händler-/Werkstattnetzwerks — Umsetzung eines abgestimmten und zielgruppenorientierten Marketingmix — Bereitstellung von Finanzierungsdienstleistungen 	<ul style="list-style-type: none"> — Wiederverwendung — Recycling und Beseitigung von Fahrzeugkomponenten und Materialien

→ GRI 102-2, GRI 102-9

Die Wertschöpfungskette der BMW Group unterliegt aktuell einem fundamentalen Transformationsprozess:

Das Automobil ist im Wandel von einem Produkt im Sinne reiner Hardware zum komplexen Bestandteil einer vernetzten Mobilitätswelt. In allen Bereichen der Wertschöpfungskette spielen daher neben Fahrzeugen auch Mobilitätsdienstleistungen wie zum Beispiel DriveNow, ReachNow, ChargeNow oder ParkNow eine wichtige Rolle.

War die BMW Group vor einigen Jahren noch eindeutig ein Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes mit traditionellen Strukturen, so ist sie jetzt ein Mobilitätsanbieter.

Die Entwicklung, die Produktion und der Vertrieb von Fahrzeugen werden weiterhin im Mittelpunkt stehen, hinzu kommt ein breites Spektrum von innovativen Mobilitätsdienstleistungen. Wesentliche Treiber der geschäftlichen Aktivitäten sind die Konzepte „Automated“, „Connected“, „Electrified“ und „Shared“ als Zielvorstellungen der Mobilität von morgen. Sie werden die Wertschöpfungskette der BMW Group in den kommenden Jahren noch tief greifend verändern.

Einführung

1

→ Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und
Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

FUNDAMENTE

1

1.1

STRATEGIE UND MANAGEMENT

Die BMW Group handelt nach den Prinzipien verantwortungsvoller, an nachhaltiger Wertschöpfung orientierter Unternehmensführung in allen Bereichen des Unternehmens. Zur Einhaltung dieser Prinzipien wurden klare Verantwortlichkeiten im Steuerungssystem der BMW Group definiert und mit Richtlinien sowie Kontroll- und Anreizsystemen verankert.

Unternehmensführung in das Nachhaltigkeitsmanagement einbinden

Der Vorstand leitet die BMW Group in eigener Verantwortung und im Unternehmensinteresse mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung. Er legt die strategische Ausrichtung des Unternehmens fest und setzt sie um. Der Vorstand sorgt darüber hinaus für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien sowie für ein angemessenes Risikomanagement und -controlling. Dabei wird er im Rahmen des dualen Führungssystems vom Aufsichtsrat überwacht und beraten. → GRI 102-18, GRI 102-23

Nachhaltigkeit ist Teil unserer Unternehmensstrategie. Aus diesem Grund ist die Hauptabteilung Nachhaltigkeit und Umweltschutz seit 2007 direkt im Bereich Konzernplanung und Produktstrategie im Ressort des Vorstandsvorsitzenden angesiedelt. Die Abteilung ist für die Nachhaltigkeitsstrategie und das weltweite Nachhaltigkeitsmanagement verantwortlich. Sie nimmt unter anderem die folgenden Aufgaben wahr:

- Identifizieren von Herausforderungen und Chancen des nachhaltigen Wirtschaftens
- Entwickeln und Überwachen von Nachhaltigkeitszielen
- Weiterentwickeln, Konkretisieren und Verankern von Nachhaltigkeit in den einzelnen Ressorts unter Berücksichtigung der gesamten Wertschöpfungskette
- Sicherstellen des Zusammenwirkens aller mit Nachhaltigkeit befassten Abteilungen im Unternehmen
- Konzernfunktion für Umweltschutz (Konzernbeauftragter) und Steuern des Umweltschutznetzwerks
- Leiten von weltweit operierenden Kompetenzzentren für verschiedene Umweltthemen

Nachhaltigkeit steuern

Die langfristige Ausrichtung auf die nachhaltigkeitspezifischen Handlungsfelder der Strategie NUMBER ONE > NEXT wird im Nachhaltigkeitsboard festgelegt. Ihm gehören alle Mitglieder des Konzernvorstands und die Leiter Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie Konzernkommunikation an. → GRI 102-18, GRI 102-26 Das Nachhaltigkeitsboard tagt mindestens einmal jährlich und überprüft dabei auch die wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Fortschritte des Unternehmens sowie den Integrationsstand von Nachhaltigkeit in den Ressorts. → GRI 102-31 Der Strategiekreis setzt sich aus Bereichsleitern der Unternehmensressorts zusammen. Zweimal jährlich befasst er sich in ausgewählten Sitzungen explizit mit

Einführung

1

Fundamente

→ 1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4

Weiterführende Kennzahlen

4

Anhang

Gesonderter nichtfinanzieller Bericht

Nachhaltigkeitsthemen und bereitet Entscheidungen des Nachhaltigkeitsboards vor. → GRI 102-19, GRI 102-20, GRI 102-27 Die Grundsätze der Unternehmensführung der BMW Group werden auch im → **Corporate Governance Kodex** dargelegt.

→ Siehe Grafik 1.01

Organisation von Nachhaltigkeit in der BMW Group

→ G1.01

Nachhaltigkeitsboard

Bestehend aus dem Gesamtvorstand
Vorsitz: Vorstandsvorsitzender
Verantwortlich für die strategische Ausrichtung



Strategiekreis

Bestehend aus Bereichsleitern der Ressorts
Verantwortlich für die Entscheidungsvorbereitung
Mindestens zweimal jährlich mit Themenblock Nachhaltigkeit



Fachbereiche

Setzen die Nachhaltigkeitsziele durch entsprechende Maßnahmen und Prozesse um

Nachhaltigkeit als Konzernziel verankert

Seit 2009 ist Nachhaltigkeit als strategischer Anspruch in der BMW Group verankert und mit Zielen und Messgrößen „top down“ über alle Unternehmensebenen hinweg integriert. Nachhaltigkeit ist damit explizit Bestandteil des BMW Group Steuerungssystems. Das bedeutet zum einen, dass jedes wesentliche Thema und Projekt sich auch am Konzernziel Nachhaltigkeit messen lassen muss. Dadurch stellen wir sicher, dass wir in Entscheidungsprozessen neben ökonomischen auch ökologische und gesellschaftliche Faktoren berücksichtigen.

Zum anderen wird das Konzernziel Nachhaltigkeit auf Geschäftsfeldebene und auf die Ebene der einzelnen Ressorts heruntergebrochen. Das hat unter anderem zur Folge, dass die persönlichen Zielvereinbarungen der verantwortlichen Führungskräfte Nachhaltigkeitsaspekte und -kriterien zur Festlegung der leistungsabhängigen Vergütung enthalten. → GRI 102-28

Nachhaltigen Geschäftserfolg honorieren

Die Festlegung der Vorstandsvergütungen erfolgt durch den Aufsichtsrat und ist an einer nachhaltigen Entwicklung der BMW Group ausgerichtet. So beinhaltet die Tantieme einen Leistungsanteil, der sich vorwiegend an qualitativen Kriterien orientiert. Dazu zählen ökologische Innovationen, die zum Beispiel zur Reduzierung von CO₂-Emissionen beitragen, aber auch Führungsleistung und die Fähigkeit, Veränderungsprozesse zu leiten.

Weitere Kriterien für die Zusammensetzung des Leistungsanteils sind darüber hinaus das Engagement für die Attraktivität als Arbeitgeber, Fortschritte bei der Umsetzung des Diversity-Konzepts, die dem Aufsichtsrat in einem Bericht dargestellt werden, sowie Aktivitäten, die das gesellschaftliche Engagement der BMW Group vorantreiben → **Vergütungsbericht im Geschäftsbericht 2017**.

→ GRI 102-27, GRI 102-28, GRI 102-35

1

Fundamente

→ 1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und
Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

STRATEGIE UND MANAGEMENT IM DETAIL

UNSER ANSPRUCH

Die BMW Group ist der erfolgreichste und nachhaltigste Premiumanbieter für individuelle Mobilität.

Zur Sicherung unserer Zukunftsfähigkeit integrieren wir Nachhaltigkeit konsequent in unser Geschäftsmodell. Wir verstehen globale Herausforderungen wie Klimawandel oder Urbanisierung als Chance für die Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen. Auf diese Weise trägt Nachhaltigkeit dauerhaft zum ökonomischen Erfolg der BMW Group bei. Dabei sollen unsere Innovationen nicht nur den Nutzen für unsere Kunden steigern, sondern darüber hinaus eine positive gesellschaftliche und ökologische Wirkung entfalten.

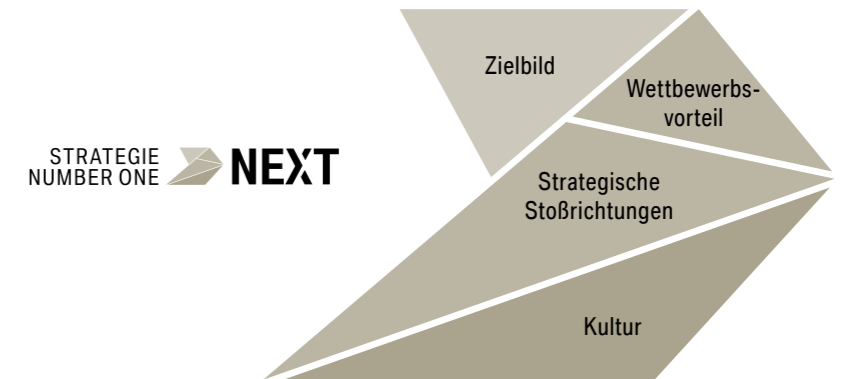
Die Wahrnehmung von sozialer und ökologischer Verantwortung gehört zu unserem unternehmerischen Selbstverständnis. Wir sind davon überzeugt, dass verantwortungsvolles Handeln und gesellschaftliche Akzeptanz für Unternehmen eine Voraussetzung darstellen, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein und zu bleiben. Indem wir effizient und ressourcenschonend produzieren und unseren Kunden zukunftsweisende Lösungen für eine nachhaltige individuelle Mobilität anbieten, erzielen wir einen Wettbewerbsvorteil. Deshalb ist Nachhaltigkeit integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie NUMBER ONE > NEXT, wie auch die folgende Darstellung veranschaulicht. Die konsequente Integration von Nachhaltigkeit in unsere Unternehmensstrategie zeigt sich anhand

→ Siehe
Grafik 1.02

der in diesem Bericht beschriebenen Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette: von den Nachhaltigkeitsanforderungen im Beschaffungsprozess über die Gestaltung unserer Produkte bis hin zum Aufbau neuer Geschäftsfelder, wobei Nachhaltigkeit in das jeweilige Geschäftsmodell integriert wird.

Strategie NUMBER ONE > NEXT *

→ G1.02



Zielbild:

Wir sind Number ONE. Wir begeistern Menschen in Bewegung.
Wir gestalten die individuelle Premiummobilität von morgen.

Wettbewerbsvorteil:

Wir verbinden Begeisterung, Verantwortung und Erfolg.

Strategische Stoßrichtungen:

Wir führen die BMW Group in eine neue Ära. Wir forcieren innovative Technologien, Digitalisierung und Nachhaltigkeit für einzigartige Kundenerlebnisse.

Kultur:

Verantwortung, Wertschätzung, Transparenz, Vertrauen, Offenheit

* Der zukunftsweisende Pfeil der Strategie **NUMBER ONE > NEXT** symbolisiert Dynamik und besteht aus vier Facetten: Zielbild, Wettbewerbsvorteil, strategische Stoßrichtungen und Kultur.

- 1.1 Strategie und Management
- 1.2 Stakeholderengagement
- 1.3 Compliance und Menschenrechte
- 1.4 Produktsicherheit
- 1.5 Kundenzufriedenheit

Langfristige Nachhaltigkeitsziele verfolgen

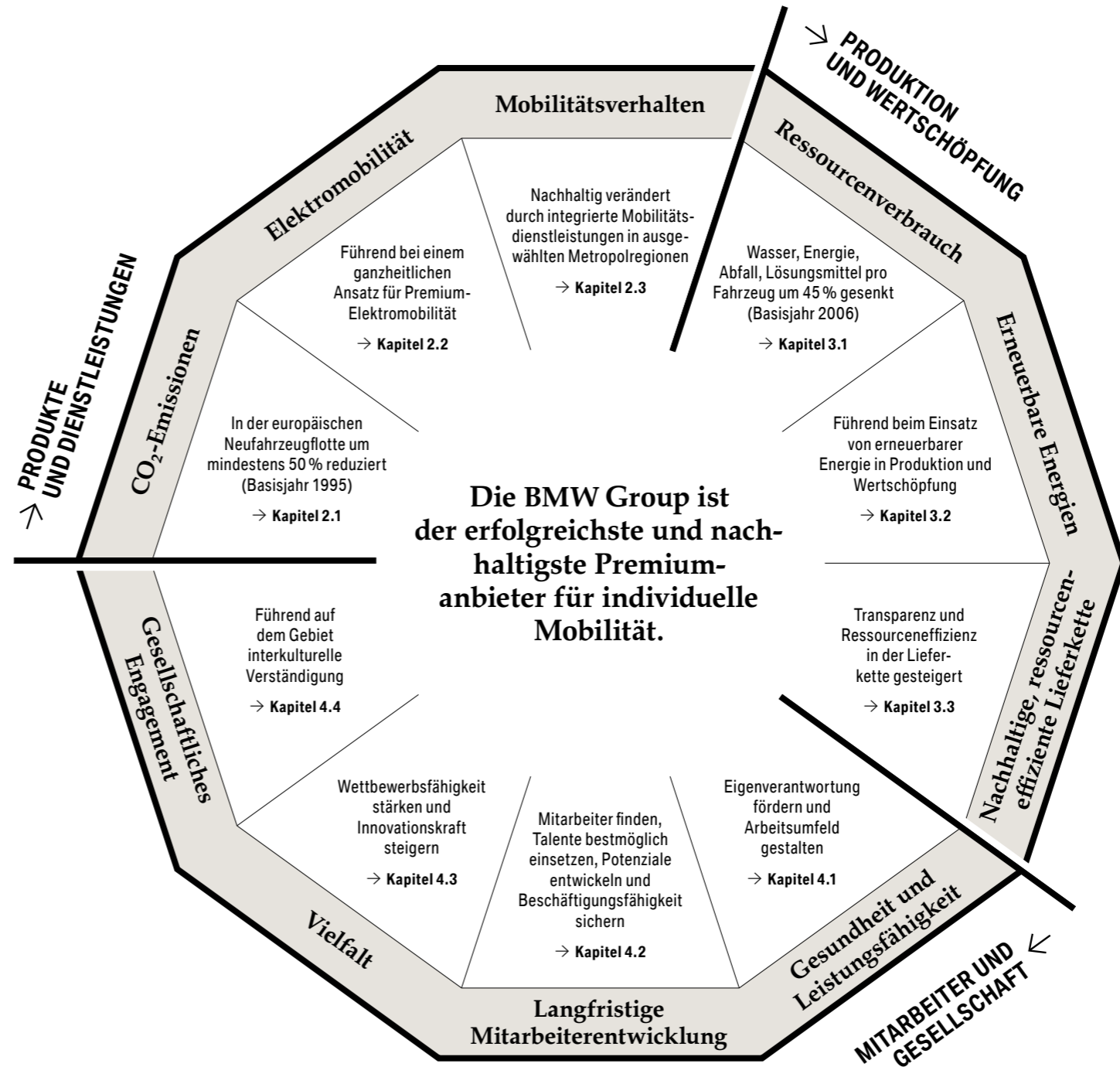
Die BMW Group hat sich im Jahr 2012 zehn strategische Nachhaltigkeitsziele gesetzt, die bis in das Jahr 2020 reichen und die wir konsequent verfolgen.

Dabei konzentrieren wir uns auf drei Handlungsfelder:

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

Die zehn Nachhaltigkeitsziele der BMW Group

→ G1.03



Einführung

1

Fundamente

→ 1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Von dem Anspruch, erfolgreichster und nachhaltigster Premiumanbieter für individuelle Mobilität zu sein, leiten wir einzelne Ziele und Maßnahmen ab. Die BMW Group integriert Nachhaltigkeit in die gesamte Wertschöpfungskette und in die zugrunde liegenden Prozesse, um einen Mehrwert für unser Unternehmen, die Umwelt und Gesellschaft zu schaffen. → GRI 102-11

Über unsere zehn langfristigen Ziele hinaus greifen wir kontinuierlich aktuelle Nachhaltigkeitsthemen auf, die in der Öffentlichkeit kontrovers diskutiert werden.

→ Siehe
Kapitel 3.3
→ Siehe
Kapitel 2.1
→ Siehe
Kapitel 2.2

Beispiele dafür sind unsere Standpunkte zur Dieseldebatte, zu kritischen Themen der Lieferkette, zu globalen CO₂- und Schadstoffregulierungen sowie zu positiven Rahmenbedingungen für Elektromobilität.

→ Siehe
Grafik 1.04

Auch der vorliegende Bericht baut auf unserer Nachhaltigkeitsstrategie auf. Die Berichtsgliederung orientiert sich an den langfristigen Nachhaltigkeitszielen der BMW Group. Die Gewichtung der Themen basiert auf unserer Wesentlichkeitsanalyse.

Nachhaltigkeitsziele der BMW Group zahlen auf Sustainable Development Goals (SDGs) ein

Im Herbst 2015 verabschiedete die Generalversammlung der Vereinten Nationen die → **Sustainable Development Goals (SDGs)**. Die SDGs sind Kernstück der Agenda 2030, eines globalen Aktionsplans, der das Ziel verfolgt, wirtschaftlichen Fortschritt ökologisch verträglich und im Einklang mit sozialer Gerechtigkeit zu gestalten. Auch wir sehen uns diesem neuen Gesellschaftsvertrag verpflichtet und bekennen uns zur Unterstützung der darin formulierten Ziele im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie und mit Fokus auf unsere Wertschöpfungskette.

Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen, Regierungen und andere Organisationen jeweils einen individuellen Beitrag zur Erreichung der SDGs leisten können.

Auf der Basis unserer Wesentlichkeitsmatrix haben wir 2016 analysiert, welche SDGs für die BMW Group im Vordergrund stehen. Aktuell haben wir unsere größten Wirkungsmöglichkeiten bei der Umsetzung der folgenden SDGs identifiziert: → GRI 203-2

— SDG 11 – Sustainable Cities and Communities: Mit unseren integrierten Mobilitätsdienstleistungen und innovativen Ansätzen wollen wir das Mobilitätsverhalten in ausgewählten Metropolregionen nachhaltig verändern. Dazu zählen zum Beispiel unsere Carsharing-Angebote DriveNow und ReachNow, die zunehmend auch Elektrofahrzeuge umfassen, sowie der speziell für den Pendelverkehr in Städten konzipierte Elektro-Scooter. Auch durch das 2015 geschaffene Kompetenzzentrum Urbane Mobilität unterstützt die BMW Group den Paradigmenwechsel von der auto- zur menschengerechten Stadt. Das Zentrum dient als Plattform, über die die BMW Group gemeinsam mit Städten und anderen Teilhabern neue Konzepte für die urbane Mobilität der Zukunft entwickelt, um Städte noch lebenswerter zu machen.

→ Siehe
Kapitel 2.3

→ Textbox
Seite 81

→ Siehe
Kapitel 3

→ Siehe
Kapitel 2.2 und
Kapitel 2.3

→ Siehe
Kapitel 2.1 und
Kapitel 2.2

Darüber hinaus beteiligt sich die BMW Group durch ihren Investment Fund BMW i Ventures mit Sitz im Silicon Valley auch an Start-ups mit Erfolg versprechenden Mobilitätskonzepten. Durch Wettbewerbe und interne Start-up-Programme fördern wir gezielt die Entwicklung weiterer Innovationen im Kontext von SDG 11. Im Sommer 2017 wurde hierzu ein Intrapreneurship-Wettbewerb durchgeführt. Alle Fachbereiche waren dazu aufgerufen, Ideen für Produkte und Dienstleistungen zum Thema „Sustainable Cities and Communities“ einzureichen.

- SDG 12 – Responsible Consumption and Production: Wir reduzieren kontinuierlich die CO₂-Emissionen und den Ressourceneinsatz pro produziertes Fahrzeug. Bei der Versorgung unserer Standorte setzen wir weltweit verstärkt auf erneuerbare Energien, und auch mit unserem Lieferantennetzwerk arbeiten wir an einer Verbesserung der Ressourceneffizienz. Das 2015 gegründete Joint Venture „Digital Energy Solutions“ bietet zudem kleineren und mittleren Unternehmen digital basierte Dienstleistungen, um das Potenzial erneuerbarer Energien besser auszuschöpfen. Mit dem im September 2016 gegründeten Joint Venture Encory wird darüber hinaus die Wiederverwendung von Kraftfahrzeugteilen gefördert.
- SDG 13 – Climate Action: Wir verringern kontinuierlich die CO₂-Emissionen unserer Fahrzeugflotte – wenn man immer den gleichen Maßstab heranzieht. Durch die Umstellung auf eine neue, gesetzlich vorgegebene Testprozedur werden die Werte zwischenzeitlich ansteigen. Langfristig betrachtet gehen wir davon aus, dass die Werte jedoch trotz deutlicher Anspannungen durch die Umstellung auf WLTP weiter sinken. Elektromobilität ist dabei ein wesentliches Element unserer CO₂-Strategie. Wir bauen den Anteil elektrifizierter Antriebe in unserer Modellpalette fortlaufend aus und leisten damit nicht nur einen Beitrag zur Reduktion von Treibhausgas-Emissionen, sondern auch zur verbesserten Luftqualität in urbanen Räumen.

→ 1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und
Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

Wesentliche Themen identifizieren

Die Entwicklung unserer Handlungsfelder basiert auf der Identifizierung wesentlicher Themen. → GRI 102-46 Die Ergebnisse dieser Wesentlichkeitsanalyse sind in der Materialitätsmatrix dargestellt. Auf dieser Grundlage überprüfen wir regelmäßig unsere strategische Ausrichtung sowie unsere Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen.

→ Siehe
Grafik 1.04

Um Themen, die heute und in Zukunft Chancen oder Risiken für unser Geschäft bedeuten können, rechtzeitig zu erkennen und unsere Aktivitäten zu fokussieren, beobachten wir externe Veränderungen durchgängig mit einem „Umfeldradar“. Dabei beachten wir sowohl die öffentliche Diskussion als auch die politische Agenda, so zum Beispiel die Weltklimakonferenz und die Sustainable Development Goals. Zusätzlich führen wir regelmäßig eine Wesentlichkeitsanalyse durch, um relevante Themen zu identifizieren. Dazu analysieren wir aktuelle Nachhaltigkeitsthemen hinsichtlich ihrer Bedeutung, sowohl aus der Sicht verschiedener Stakeholdergruppen als auch aus Unternehmensperspektive. Die im „Umfeldradar“ beobachteten Veränderungen fließen auch hier als Grundlage für die Themenfindung und zur Validierung der Ergebnisse in den Wesentlichkeitsprozess mit ein.

Wesentlichkeit analysieren

Als Grundlage der Wesentlichkeitsanalyse 2015 diente eine Themenliste auf Basis der → **GRI G4 Leitlinien**, des → **UN Global Compact**, der wesentlichen Themen des → **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)** und der → **UN Sustainable Development Goals (SDGs)**. Ausgehend von diesen Themen wurden die ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen von Aktivitäten der BMW Group entlang der Wertschöpfungskette beurteilt und Themengrenzen identifiziert. Zur Themenbewertung aus externer Perspektive und zur Validierung der Auswirkungen haben wir Telefoninterviews mit 13 repräsentativen Stakeholdern durchgeführt. Zu den Interviewpartnern zählten Kunden, Lieferanten, Investoren, Behörden, NGOs und Wissenschaftler aus unterschiedlichen Regionen. Die Themen wurden zudem von Fachexperten aus der

BMW Group bewertet, die in regelmäßigem Kontakt mit den zentralen Stakeholdern stehen.

Ergänzt wurde die Analyse durch eine interne Dokumentensichtung zum Nachhaltigkeitskontext. Im Rahmen eines internen Wesentlichkeitsworkshops wurden sodann die identifizierten Auswirkungen validiert und die relevanten Nachhaltigkeitsthemen aus Sicht der BMW Group priorisiert. Die relevanten Bereiche des Unternehmens sowie entsprechende Führungskräfte verifizierten im Anschluss die Wesentlichkeitsmatrix. → GRI 102-46

Aus dem Prozess ging eine aktualisierte Materialitätsmatrix mit 19 als hoch wesentlich eingestuften Themen hervor, die auch im Jahr 2017 noch Bestand hatten. Dazu zählen Themen, die sowohl von Stakeholdern als auch von der BMW Group als sehr relevant betrachtet wurden. Des Weiteren wurden Themen zusätzlich in unser Management und diesen Bericht aufgenommen, wenn sie von einer der befragten Stakeholdergruppen zu den drei wichtigsten Themen gezählt wurden. Diese sind in der Materialitätsmatrix mit einem Stern gekennzeichnet. → GRI 102-47, → GRI 102-43, → GRI 102-44

Das allgemeine Feedback unserer Stakeholder bei verschiedenen Dialogveranstaltungen der BMW Group zu ausgewählten Nachhaltigkeitsthemen trägt dazu bei, die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse kontinuierlich abzusichern.

1

Fundamente

- 1.1 Strategie und Management
- 1.2 Stakeholderengagement
- 1.3 Compliance und Menschenrechte
- 1.4 Produktsicherheit
- 1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

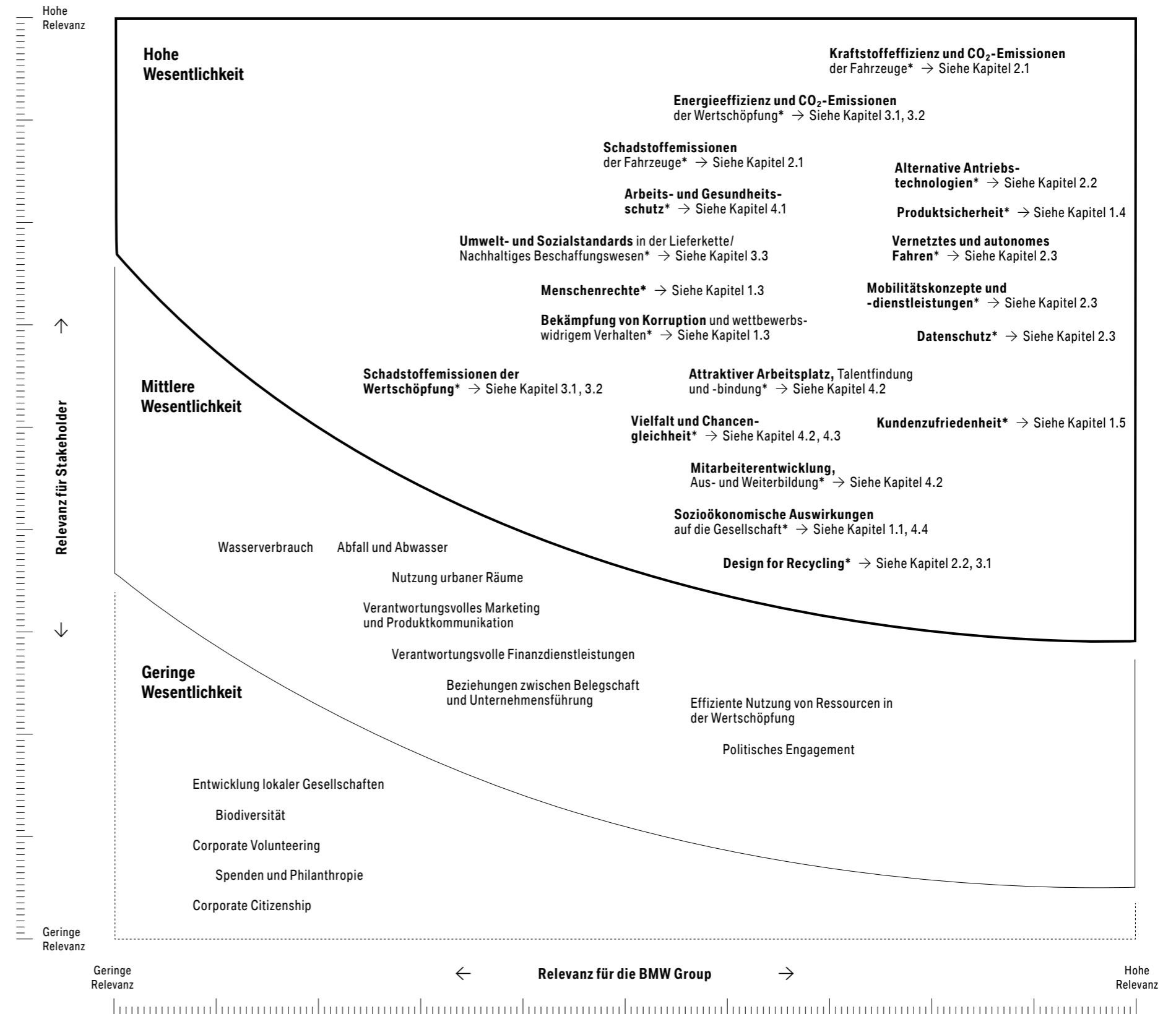
Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Materialitätsmatrix

→ G1.04



* Diese Themen wurden als hoch wesentlich eingestuft, da sie unter die drei wichtigsten Themen für die berücksichtigten Stakeholdergruppen fallen. Weiterführende Informationen: → **Ermittelte wesentliche Themen und ihre Abgrenzung**

Einführung

1

Fundamente

→ 1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Zum gesellschaftlichen Wohlstand beitragen

Nachhaltiges Wirtschaften verbindet langfristigen unternehmerischen Erfolg mit gesellschaftlichem Mehrwert. Als global tätiges Unternehmen sieht sich die BMW Group in der Verantwortung, zum wirtschaftlichen Wohlstand in der Gesellschaft beizutragen. Daher streben wir nicht nur eine kontinuierliche Steigerung unserer Wertschöpfung an, sondern leisten auch konkrete Beiträge zur wirtschaftlichen Entwicklung und Lebensqualität an unseren Standorten. Im Jahr 2014 führten wir an unserem größten Produktionsstandort Spartanburg/USA eine **→ Wirkungsanalyse durch, um die indirekten Wirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu ermitteln**. Die Studie zeigte nennenswerte volkswirtschaftliche Auswirkungen der BMW Group auf die Prosperität des US-Bundesstaates South Carolina. Der Gesamtbeitrag zur Wirtschaftsleistung wurde mit 16,6 Mrd. US-Dollar beziffert, erzielt durch die Schaffung von Arbeitsplätzen, Beiträge an die lokalen Haushaltseinkommen und die Auswirkung auf das Bruttoinlandsprodukt des Bundesstaats. Somit schafft die BMW Group beträchtliche wirtschaftliche Multiplikatoreffekte in South Carolina. Ähnlich positive Ergebnisse lieferten auch die Studien in San Luis Potosi/MX und Leipzig/DE. → GRI 203-2

Dauerhaft profitables Wachstum der BMW Group ermöglicht eine angemessene Rendite für Kapitalgeber, attraktive Gehälter für Mitarbeiter genauso wie unseren gesellschaftlichen Beitrag durch Ertragsteuerzahlungen. Dies sind direkte ökonomische Wirkungen, die durch die Berechnung der Nettowertschöpfung beziffert werden.

Die Nettowertschöpfung der BMW Group liegt mit 24.978 Mio. € (2016: 23.623 Mio. €) auf einem konstant hohen Niveau. Der größte Anteil unserer Wertschöpfung kommt unseren Mitarbeitern zugute (2017: 48,3%, 2016: 48,8%). Der Anteil der Kreditgeber ist gegenüber dem Vorjahr auf 8,3% gesunken. Für die öffentliche Hand ergibt sich eine Quote von 8,6% (einschließlich latenter Steueraufwendungen). Die Aktionäre liegen mit einem Anteil an der Nettowertschöpfung von 10,5% über dem Vorjahresniveau. → GRI 201-1

→ Siehe
Tabelle 1.01

Aktuell bietet die BMW Group 129.932 Arbeitsplätze (2016: 124.729) und bildet 4.750 junge Menschen an ihren Standorten weltweit aus (2016: 4.613). Unser Einkauf von Vorprodukten sichert zudem weltweit Arbeitsplätze in unseren Lieferketten. Da wir nach Möglichkeit die Hauptkomponenten für die Fahrzeugproduktion lokal beziehen, wirkt sich unsere Geschäftstätigkeit auf die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Steigerung des ökonomischen Wohlstands an unseren Standorten aus. → GRI 203-2

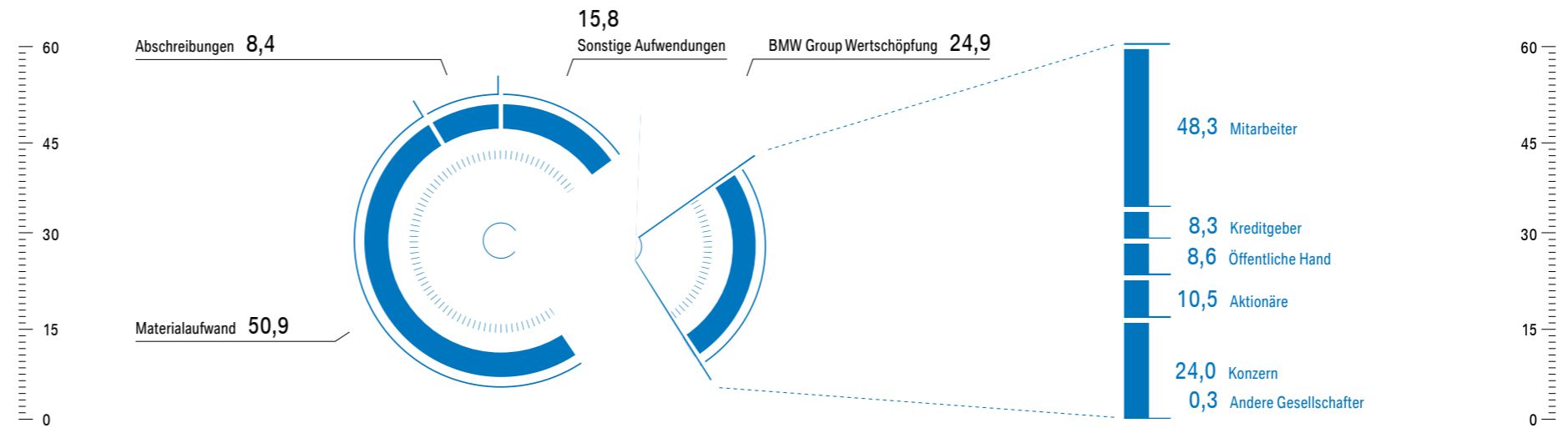
Allein durch die Zahlung von Ertragsteuern und indirekt durch die Steuerzahlungen unserer Mitarbeiter und Lieferanten stärken wir den öffentlichen Haushalt der Regionen, in denen wir und/oder unsere Lieferanten tätig sind. Die BMW Group bezahlte im Jahr 2017 insgesamt rund 1.949 Mio. € Ertragsteuern (2016: 2.755 Mio. €). Darüber hinaus leisten wir auch durch die Zahlung von Zöllen und Einfuhrabgaben einen Beitrag zur Finanzierung öffentlicher Haushalte. → GRI 203-1

- 1.1 Strategie und Management
- 1.2 Stakeholderengagement
- 1.3 Compliance und Menschenrechte
- 1.4 Produktsicherheit
- 1.5 Kundenzufriedenheit

BMW Group Wertschöpfung

→ T1.01

in %, Basis: Produktionsmaterial



→ GRI 201-1

Lokale Infrastruktur ausbauen

Die BMW Group trägt an ihren Standorten und im Rahmen übergreifender Programme direkt zum Ausbau der lokalen Infrastruktur bei. Beispielsweise engagieren wir uns mit unserem Programm ChargeNow weltweit für den Ausbau einer öffentlichen Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge. Im Zuge der Errichtung neuer Werke bauen wir je nach Bedarf Straßen und verlegen Elektrizitäts- und Wasserleitungen. Dabei prüfen wir im Rahmen der Werksplanung, welche konkreten zusätzlichen Beiträge für die lokale Gemeinschaft dabei geleistet werden können. Die Bevölkerung profitiert somit einerseits von neuen, breit angelegten Dienstleistungen privater Art, die sich auf eine nachhaltigere urbane Mobilität auswirken. Andererseits resultieren daraus öffentliche und kostenlos nutzbare Infrastrukturnetze. → GRI 203-1

→ Siehe Kapitel 2.2
→ Siehe Kapitel 2.3

Neue Geschäftsfelder eröffnen

Durch ihre Innovationen eröffnet die BMW Group neue Geschäftsfelder und schafft auf diese Weise weitere Wertschöpfungsketten und zusätzliche Arbeitsplätze. Erfolgreiche Beispiele hierfür sind etwa das Accelerator-Programm → **URBAN-X** oder die BMW Startup Garage. Weitere Initiativen zu zukunftsweisenden Technologien und urbaner Mobilität wie das Joint Venture → **Encory**, das die Wiederverwendung von Kraftfahrzeugteilen fördert, leisten ebenfalls einen Beitrag zu nachhaltiger Innovation.

→ GRI 203-1, GRI 203-2

Die Kennzahlen zu den wirtschaftlichen Effekten der BMW Group haben sich 2017 wie in den Vorjahren positiv entwickelt. Sie bestätigen unseren Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung an unseren Standorten. → GRI 203-1, 203-2

Einführung

1

Fundamente

→ 1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Finanzdaten

→ T 1.02

in Mio. €	2013	2014	2015	2016	2017	Veränderung in %
Gesamtinvestitionen ¹	6.711	6.100	5.890	5.823	7.112	22,1
Umsatzerlöse	76.059	80.401	92.175	94.163	98.678	4,8
Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT)	7.978	9.118	9.593	9.386	9.880	5,3
Ergebnis vor Steuern	7.893	8.707	9.224	9.665	10.655	10,2
Steuern auf das Ergebnis	2.564	2.890	2.828	2.755	1.949	-29,3
Jahresüberschuss	5.329	5.817	6.396	6.910	8.706	26,0

¹ Investitionen in aktivierungspflichtige Entwicklungskosten, übrige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

→ GRI 201-1

Kapitalmarktratings zu Nachhaltigkeit

Die konsequente Integration von Nachhaltigkeit zeigt sich unter anderem darin, dass die BMW Group in diversen Nachhaltigkeitsindizes und -ratings gelistet ist.

→ Siehe
Grafik 1.05

Grafik G 1.05 zeigt eine Übersicht über die Platzierungen der BMW Group im Jahr 2017 in den für uns relevantesten Kapitalmarktratings zur Nachhaltigkeit:

Platzierungen in Nachhaltigkeitsratings 2017

→ G1.05

RATINGS



BEWERTUNG UND ERGEBNIS

Im Jahr 2017 ist die BMW Group als einziger deutscher Automobilhersteller erneut in die → **Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)** „World“ und „Europe“ aufgenommen worden und ist somit als einziges Unternehmen der Automobilbranche seit Bestehen des Index ununterbrochen gelistet.

Im → **CDP-Rating** erzielte die BMW Group hinsichtlich Transparenz und Maßnahmen zum Klimaschutz erneut die Bestbewertung A und ist damit zum achten Mal in Folge in der A List vertreten. Darüber hinaus erzielte die BMW Group auch im CDP-Wasser-Rating, in dem der verantwortungsvolle Umgang mit Wasser bewertet wird, die Bestbewertung A und ist damit eines von 27 Unternehmen weltweit, die in beiden Kategorien die Bestbewertung erzielt haben.

Im → **FTSE4Good Index** ist die BMW Group im Jahr 2017 ebenfalls erneut gelistet. Der FTSE4Good Index gehört zur britischen Indexfamilie im Bereich Nachhaltigkeit und Corporate Governance des Londoner Anbieters FTSE.

1

Fundamente

→ 1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Die BMW Group in China

China ist einer der bedeutendsten Automobilmärkte für die BMW Group und andere Hersteller. Eine Besonderheit dieses Marktes ist die hohe Affinität gegenüber Innovationen aus dem Bereich der Digitalisierung. Neue Technologien werden sehr schnell aufgegriffen und skaliert. Ein Beispiel dafür ist das bargeldlose Bezahlen im Alltag. Die große Nachfrage nach Automobilen stellt Megastädte wie Shanghai oder Peking vor große Herausforderungen hinsichtlich tragfähiger Verkehrskonzepte. Entsprechend hat die lokal ausgerichtete Strategie der BMW Group für China auch den Anspruch, die urbane Mobilität in chinesischen Metropolen weiterzuentwickeln. Im Folgenden wird ein Überblick zu den in China angebotenen Fahrzeugen und Dienstleistungen sowie zu den Forschungs-, Entwicklungs- und Produktionsaktivitäten der BMW Group gegeben.

Produktion

Der Standort Shenyang unseres → **Joint Ventures BBA** mit den Automobilwerken Dadong und Tiexi sowie einem Motorenwerk mit Leichtmetallgießerei spielt innerhalb des weltweiten Produktionsnetzwerks der BMW Group eine wichtige Rolle. Er ist Teil der Strategie eines global ausgewogenen Wachstums mit Produktionskapazitäten in den jeweiligen regionalen Märkten. Der BBA Produktionsstandort Shenyang produziert ausschließlich für den chinesischen Markt. Das Werk Dadong im Nordosten Shenyangs startete 2003 mit der Produktion und baut aktuell die BMW 5er Langversion.

Künftig werden dort auch die Plug-in-Hybrid-Variante des BMW 5er sowie der neue BMW X3 produziert. Das 2012 zusätzlich in Betrieb genommene Werk Tiexi im Westen der Stadt produziert die BMW X1 Langversion (inklusive einer Plug-in-Hybrid-Variante), die BMW 1er Limousine, den BMW 2er Active Tourer, die BMW 3er Langversion und die BMW 3er Limousine. Das im Jahr 2016 eröffnete Motorenwerk produziert die jüngste Generation der BMW TwinPower Turbo 3- und 4-Zylinder-Ottomotoren.

Entwicklung

Die BMW Group betreibt Forschung und Entwicklung an den Standorten Peking, Shanghai und Shenyang. Ein Fokusthema sind Elektromobilität und neue Lösungen für urbane Mobilität.

Elektrifizierte Fahrzeuge für den chinesischen Markt

Mit dem BMW i3, dem BMW i8, dem BMW X1 PHEV, dem BMW X5 PHEV und dem BMW 7er PHEV hat die BMW Group im Jahr 2017 fünf New Energy Vehicles (NEVs) in China angeboten. Mit der Einführung der PHEV-Variante des BMW 5er wird das Angebot 2018 auf sechs Modellreihen erweitert.

Autonomes Fahren und Konnektivität

Die BMW Group ist führend bei Forschung und Entwicklung von Technologien zum hoch automatisierten Fahren in China. Im Juni 2016 war BMW der erste Premiumhersteller, der einen automatischen Spurwechsel auf dem Teststück eines Highways in Chengdu demonstriert hat. Die BMW Group hat bis Juni 2017 über 16.000 Testkilometer zum hoch automatisierten Fahren auf öffentlichen wie auch gesperrten Straßen in China absolviert. Daraus konnten wertvolle Rohdaten generiert werden.

Produktion und Recycling von Batteriezellen

Gemeinsam mit ihrem Partner Brilliance China Automotive Holdings Ltd. eröffnete die BMW Group im Oktober 2017 das neue „High Voltage Battery Center“ in Shenyang in China. Die Batteriefabrik beliefert das nahe gelegene Werk des Joint Ventures BMW Brilliance Automotive (BBA) in Dadong. Dort wird zukünftig der BMW 5er Plug-in-Hybrid für den lokalen Markt produziert.

Die BMW Group hat mit Brunp, einem führenden Batterie-Recyclingunternehmen in China, eine Zusammenarbeit etabliert. Ein Großteil der EV-Batteriematerialien werden bereits recycelt.

ReachNow

Unter dem Namen „ReachNow Powered By EVCARD“ präsentiert die BMW Group seit Ende 2017 in Chengdu ihr erstes Mobilitätsdienstleistungs-Angebot in Asien: An 25 zentral gelegenen Stationen bei Kaufhäusern oder Hauptverkehrsstraßen können die Kunden seit Ende 2017 ihre Fahrzeuge übernehmen oder abstellen. Die gesamte Flotte besteht aus BMW i3 und ist damit vollelektrisch.

ChargeNow

Unser ChargeNow-Netzwerk soll mehr als 60 Städte in China abdecken, einschließlich der Tier-1- bis Tier-3-Städte, und schrittweise in die Tier-4- und Tier-5-Städte eintreten, in denen der NEV-Markt boomt. Beispielsweise deckt der ChargeNow-Service 100 % der Verwaltungsgebiete in Peking und Shanghai ab. In China waren am Ende des Jahres 2017 rund 47.000 Ladepunkte für unsere Kunden verfügbar. Ergänzend haben wir die Ladeleistung der von BMW i vertriebenen Wallbox für das Laden zu Hause weiter verbessert.

Designworks

Ziel von Designworks ist es, die Innovationskultur und das innovative Design der BMW Group zu nutzen, um die Ziele ihrer externen Kunden voranzutreiben. Mobilität und digitales Leben sind die treibenden Themen hinter den Dienstleistungen, die Designworks anbietet. Asienspezifische Bedienkonzepte und Fahrerassistenzsysteme (zum Beispiel Verkehrszeichenerkennung) werden von einem interkulturellen, vorwiegend chinesischen Team vor Ort erarbeitet, um Lösungen zu schaffen, die von chinesischen Ingenieuren speziell für chinesische Kunden entwickelt werden.

Einführung

1

Fundamente

- 1.1 Strategie und Management
- 1.2 Stakeholderengagement
- 1.3 Compliance und Menschenrechte
- 1.4 Produktsicherheit
- 1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

BMW Next Mobility Youth Camp

40 Studenten und junge Berufstätige aus dem Bereich der Mobilität (Automobil, Stadtplanung, Verkehr, Design und ähnliche) waren im September 2017 nach Hangzhou eingeladen, um Mobilitätsvorschläge zu entwickeln, die den Anforderungen ausgewählter Städte und Gebiete gerecht werden.

BMW Group Dialogue

Im September 2017 veranstaltete die BMW Group einen Stakeholderdialog in Hangzhou, um ein direktes Feedback zu ihren Maßnahmen rund um die urbane Mobilität zu erhalten. Diskutiert wurden mit Teilnehmern aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft die Herausforderungen künftiger Verkehrskonzepte sowie konkrete Lösungsansätze: Wie verändern sich Städte in den kommenden Jahren? Wie können Produkte und Services der BMW Group dazu beitragen, die urbane Mobilität der Zukunft zu gestalten?

MINI LIVING Gebäude in Shanghai

Bereits seit 2016 beschäftigt sich MINI LIVING mit neuartigen Wohnkonzepten, die auf wenig Raum so viel Lebensqualität wie möglich bieten sollen – getreu dem Motto der Marke: „Creative Use of Space“. Mit viel Platz zum Arbeiten, Netzwerken und Leben entstand 2017 aus einer ehemaligen Farbenfabrik in Shanghai ein urbaner Hotspot. Dort bietet MINI LIVING Apartments, buchbare Arbeitsplätze und Dienstleistungen, wie etwa Fahrzeuge zur gemeinschaftlichen Nutzung, an. Das Konzept ermöglicht somit maximale persönliche Flexibilität und eine optimale Nutzung des Raums. Mit diesem Projekt setzt MINI erstmals die Konzeptideen der bisherigen Installationen in einem realen Bauprojekt um.



Das BMW Next Mobility Youth Camp: Gemeinsam mit Studenten und Jugendlichen entwickelte die BMW Group in Peking Mobilitätslösungen der Zukunft.

Ausblick

Um unsere bestehenden Aktivitäten weiter konsequent zu verfolgen und gleichzeitig neue Entwicklungen zu berücksichtigen, beginnen wir im Jahr 2018 mit der Überarbeitung unseres langfristigen Zielesets bis 2030. Das geschieht auch unter der Berücksichtigung von globalen Rahmenwerken wie des Pariser Klimaabkommens und der Agenda 2030. Vor allem unseren Umgang mit den Sustainable Development Goals werden wir dabei erneut evaluieren.

Außerdem unterstützen wir die Bestrebungen der Industrie, das 2-Grad-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens zu erreichen. Dies zeigt sich auch in unserer Berichterstattung. Sie enthält bereits heute einige Elemente der → Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), die Unternehmen dazu anhält, klimabezogene Herausforderungen und Risiken in die Unternehmensplanungen zu integrieren. Wir werden prüfen, welche weiteren unternehmensspezifischen Elemente ergänzt werden können.

Als global tätiges Unternehmen beeinflussen wir durch unsere Produktion und unsere Produkte sowohl die Umwelt als auch vielfältige Stakeholdergruppen. Gleichzeitig tragen unsere Stakeholder durch ihre Perspektiven, Entscheidungen und Handlungen maßgeblich zu unserem Unternehmenserfolg bei. Daher führt die BMW Group zu Nachhaltigkeitsthemen in den relevanten Märkten und an allen Standorten einen kontinuierlichen Dialog mit ihren Stakeholdern. Dieser Austausch erscheint uns umso wichtiger, je mehr in Zeiten eines fundamentalen Wandels die Rolle des Automobils als Option für individuelle Mobilität hinterfragt wird.

Im Dialog mit unseren Stakeholdern wollen wir Vertrauen aufbauen, Positionen verstehen, Trends erkennen sowie Partnerschaften aufbauen und vertiefen. Dabei stellen wir uns bewusst auch kritischen Themen und Debatten. Das hilft uns, besser zu verstehen, welche nächsten Schritte in den einzelnen Handlungsfeldern des Nachhaltigkeitsmanagements erforderlich sind oder von uns erwartet werden. Gleichzeitig können wir im gegenseitigen Austausch transparent darstellen, welche Handlungsspielräume wir bei aktuellen Herausforderungen sehen und welche Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für uns wichtig sind.

Grundsätzlich gilt für alle unsere Stakeholderdialog-Formate: Das Feedback unserer Stakeholder fließt in strategische Überlegungen des Unternehmens ein. Umgekehrt lernen die Stakeholder Positionen der BMW Group zu bestimmten Themen kennen und können diese in ihrer täglichen Arbeit berücksichtigen.

Die Basis für den kontinuierlichen Austausch bildet unsere Stakeholderengagement-Policy. Sie definiert die Ziele des Dialogs, legt die Kriterien zur Identifikation und Priorisierung unserer Stakeholder fest und gibt eine Auswahl geeigneter Dialogformate und Kommunikationsformen vor. → GRI 102-42

Ein Grundpfeiler des Stakeholderengagements ist die kontinuierliche und systematische Identifizierung und Priorisierung der Stakeholder und ihrer Themen. Zu diesem Zweck führen wir ein regelmäßiges „Stakeholder-Mapping“ zu strategisch wichtigen Themen an allen relevanten Standorten durch.

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

→ 1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

STAKEHOLDERENGAGEMENT IM DETAIL

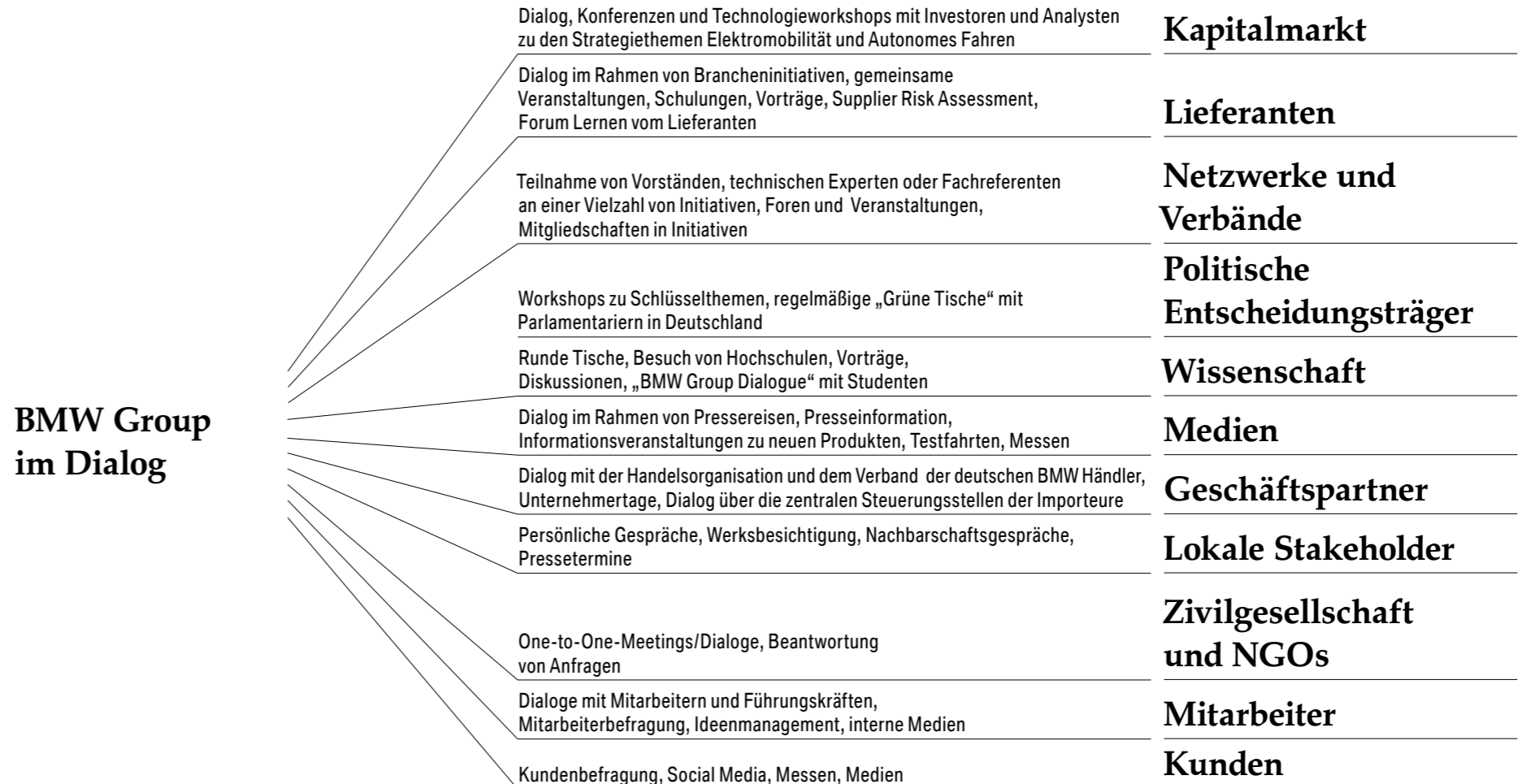
Mit Anspruchsgruppen systematisch austauschen

Unsere Tochtergesellschaften, unsere politischen Büros in den Märkten und die Vertreter unserer Werksstandorte tauschen sich regelmäßig mit lokalen Stakeholdern zu standortrelevanten Themen aus. Darüber hinaus stehen die Fachbereiche über verschiedene Gremien und Kanäle in direktem Austausch mit relevanten Stakeholdern.

→ Siehe Grafik 1.06 Ein Überblick zu den Dialogformen und Stakeholdergruppen der BMW Group findet sich in der Grafik.

Stakeholdergruppen und Dialogformen

→ G1.06



Aktuelle Themen global und regional adressieren

Die BMW Group hat sich das Ziel gesetzt, pro Jahr jeweils einen Stakeholderdialog in ihren wichtigsten Absatzregionen in Europa, Asien und Nordamerika zu veranstalten. Dabei legen wir Themen nach Aktualität fest und ziehen immer auch Vergleiche zwischen einzelnen Regionen. Im Jahr 2017 haben wir Stakeholderdialoge zum Themenfeld „Urbane Mobilität“ in Mailand/IT, Chicago/US, Hangzhou/CN, Mexiko-Stadt/MX und Delhi/IN durchgeführt. Hauptzielgruppe dieser Veranstaltungen waren Entscheidungsträger, die die urbane Mobilität in den jeweiligen Städten prägen. Im kommenden Jahr setzen wir erneut die Schlüsselthemen „Digitalisierung“ und „Urbane Mobilität“ auf die Agenda.

Ein Überblick zu den Ergebnissen der BMW Group Dialoge im Jahr 2017 findet sich in der Grafik. Sie fließen in unsere Produkt- und Servicestrategien ein.

→ Siehe Grafik 1.07



Im Gespräch mit Stakeholdern: Experten der BMW Group diskutierten im Mai 2017 in Mailand/IT über Herausforderungen urbaner Mobilität.

Weiterführende Informationen zu den → **BMW Group Dialogen** werden auf der BMW Group Website veröffentlicht.

Die fünf wichtigsten Feedbacks unserer Stakeholder in den Dialogen 2017 zu urbaner Mobilität

→ G1.07

Öffentlicher Nahverkehr

Die meisten Städte verfügen nicht über ausreichend Mittel, um vollständig auf öffentlichen Nahverkehr setzen zu können. Insofern hat der individuelle Verkehr in den Städten unverändert eine Zukunft.

Mobilitätsdienstleistungen

Anbieter neuer Mobilitätsdienstleistungen spielen für die urbane Mobilität eine immer wichtigere Rolle.

Luftqualität

Zu den größten Herausforderungen der Kommunen zählen das hohe Verkehrsaufkommen, die schlechte Luftqualität sowie die negativen Auswirkungen der Verkehrsplanung auf das Stadtbild und damit auf die Lebensqualität der Menschen.

Privat-PKW

Die Rolle von Privat-Pkw wird in den Metropolen zunehmend kritisch gesehen. Stattdessen verfolgen viele Kommunen bereits das Ziel, den öffentlichen Nahverkehr auszubauen und die Bedürfnisse für individuelle Mobilität mit Sharing-Konzepten zu decken.

Elektromobilität

Verbrennungsmotoren sollen in den Städten künftig eine geringere Rolle spielen. Im Idealfall sollen Fahrzeuge langfristig betrachtet vollständig auf Elektromobilität setzen.

→ GRI 102-44

Einführung

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

→ 1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Über diese Veranstaltungen hinaus treten wir zu ausgewählten Themen in den Dialog mit einzelnen Stakeholdern. Beispielsweise gab es im Jahr 2017 Anfragen zu Umwelt- und Menschenrechtsthemen in der Lieferkette. Um dem Gesprächsbedarf unserer Stakeholder zu diesen Themen nachzukommen, haben wir zu den jeweiligen Organisationen Kontakt aufgenommen und ihre Fragen diskutiert. Dabei wurden allgemeine Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette der BMW Group vorgestellt sowie konkrete Projekte und Maßnahmen vertiefend erörtert. Ein konkretes Beispiel in diesem Zusammenhang ist der Rohstoff Kobalt, der für die Herstellung von Batteriezellen benötigt wird. Die BMW Group befand sich hierzu im Austausch mit verschiedenen Nichtregierungsorganisationen. So war die BMW Group im November 2017 als einziger Automobilhersteller weltweit von Amnesty International zur Veröffentlichung einer neuen Kobalt-Studie in San Francisco geladen.



Elektromobilität stärken: 2017 eröffnete die BMW Group ein Hochspannungs-Batterie-Zentrum in Shenyang/CN.

Dialog mit Investoren ausbauen

Der regelmäßige und intensive Dialog mit dem Kapitalmarkt hat für die BMW Group von jeher einen hohen Stellenwert. Investoren achten in ihrer Anlageentscheidung zunehmend darauf, in welcher Weise die BMW Group Aspekte wie Umwelt, Gesellschaft und Corporate Gover-

nance in ihr Geschäftsmodell integriert und im Hinblick auf ihre Produkte und Aktivitäten berücksichtigt. Das gilt insbesondere für langfristig orientierte institutionelle Anleger.

Auch 2017 haben wir den Kontakt zu nachhaltigkeitsorientierten Investoren und Analysten gepflegt und weiter ausgebaut. Im Rahmen von Einzel- und Gruppengesprächen auf sogenannten SRI-Roadshows und -Konferenzen (SRI, Socially Responsible Investment) in den Finanzzentren Europas und der USA präsentierten wir unsere aktuellen Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit sowie die Fokusthemen unserer Strategie NUMBER ONE > NEXT. In einem Technologieworkshop Ende des Jahres erhielten Investoren und Analysten einen Einblick in die Themen Elektromobilität und Autonomes Fahren. Schwerpunkte des Workshops waren die flexiblen Fahrzeugarchitekturen für Verbrennungsmotoren, Plug-in-Hybride und batterieelektrische Fahrzeuge sowie weitere Schritte in die Welt des autonomen Fahrens. Zentrale Themen unserer Investorengespräche 2017 waren neben der Profitabilität die Zukunftsherausforderungen der Automobilindustrie, die von der BMW Group mit den Stoßrichtungen ACES (Automated, Connected, Electrified & Shared) angegangen werden.

Dialog mit politischen Entscheidungsträgern führen

Durch den aktiven und offenen Dialog mit politischen Entscheidern, Vertretern von Gewerkschaften, Verbänden und Nichtregierungsorganisationen gestalten wir die politischen Rahmenbedingungen unserer Geschäftstätigkeit konstruktiv und transparent mit. Wir bringen unsere Kompetenz ein, um für alle Beteiligten einen fairen Wettbewerb zu fördern und nachhaltige Lösungen zu finden. Dies verstehen wir als wichtigen Teil unserer Unternehmensverantwortung.

Unsere politischen Büros nehmen die Kommunikation zu umwelt-, finanz- oder sozialpolitischen Themen wahr und

Einführung

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management
→ 1.2 Stakeholderengagement
1.3 Compliance und Menschenrechte
1.4 Produktsicherheit
1.5 Kundenzufriedenheit

2
Produkte und Dienstleistungen

3
Produktion und Wertschöpfung

4
Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

kümmern sich um relevante wirtschaftspolitische und industriespezifische Fragestellungen. Zentrale Debatten in der Berichtsperiode betrafen förderliche Rahmenbedingungen für Elektromobilität, Kartellvorwürfe, die Abgasreinigung bei Dieselfahrzeugen, den Umstieg auf moderne Dieselmotoren und mögliche Menschenrechtsverletzungen in der BMW Lieferkette.

Effektive Rahmenbedingungen für Elektromobilität unterstützen

Die gesetzlichen Emissionsregulierungen für Kraftfahrzeuge werden weltweit immer weiter verschärft. Damit steht die Automobilindustrie vor neuen Herausforderungen. Die BMW Group hat durch die EfficientDynamics Strategie bereits im Jahr 2000 frühzeitig die Weichen für die Reduzierung von Kraftstoffverbrauch sowie CO₂- und Schadstoffemissionen gestellt. Für eine weitere Absenkung ist die Elektromobilität wesentlich.

Zur erfolgreichen Einführung neuer Technologien haben sich förderliche Rahmenbedingungen bewährt. Im Dialog mit den politischen Stakeholdern in den Hauptmärkten sind für die BMW Group dabei folgende Themen zentral:

- Förderung von Elektromobilität
- Konsequenter Ausbau von Ladeinfrastruktur
- Politische Steuerung von Emissionsgrenzwerten ohne Diskriminierung einzelner Fahrzeugklassen
- Unterstützung neuer Effizienztechnologien
- Realitätsgerechte Beziehungen von Zielwerten und Messverfahren
- Konsistenz der angebots- und nachfrageseitigen Politikmaßnahmen
- Sicherung einer ausreichenden Versorgung mit kritischen Rohstoffen

Elektrofahrzeuge sind derzeit in den meisten Märkten noch Nischenprodukte. Die private Nachfrage in Deutschland ist sehr gering. Es bedarf staatlicher Unterstützung, um marktübergreifend die Anschaffung eines Elektromobils für Kunden attraktiv zu machen und das Marktpotenzial alternativer Antriebe effektiv auszuschöpfen. Weltweit führende Märkte beim Ausbau der Elektromobilität sind beispielsweise China, Kalifornien und Norwegen. Sie zeichnen sich durch eine sehr gute Infrastruktur und staatliche Kaufanreize aus. Wir würden es begrüßen, wenn in allen Märkten ähnlich wirksame Fördermaßnahmen für Elektromobilität ergriffen würden.

Kartellrechtliche Vorwürfe sorgfältig untersuchen

Im Juli 2017 berichteten Medien von Kartellrechtsverletzungen in der deutschen Automobilbranche. Mitarbeiter der Europäischen Kommission haben daraufhin im Oktober 2017 eine Nachprüfung bei der BMW Group in München durchgeführt. Die BMW Group unterstützt die Europäische Kommission bei ihrer Arbeit.

→ Textbox
Seite 36

Einführung

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

→ 1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Behauptungen über unzureichende AdBlue-Behälter entschieden zurückweisen

Neben der medialen Berichterstattung über ein vermeintliches Kartell in der Automobilbranche kam auch der Vorwurf auf, dass aufgrund zu kleiner AdBlue-Behälter eine nicht ausreichende Abgasreinigung in Euro-6-Diesel-Fahrzeugen der BMW Group erfolgt. Die BMW Group weist diese Behauptung weiterhin entschieden zurück.

In Dieselfahrzeugen der BMW Group kommt eine Kombination von mehreren Komponenten zur Abgasreinigung – je nach Größe der Motoren – zum Einsatz. Dadurch erreichen wir ein aus unserer Sicht sehr gutes Real-emissionsverhalten. Dies bestätigt auch die Studie des International Council on Clean Transportation (ICCT).

→ Siehe Grafik 2.03

→ Siehe Kapitel 2.1

In Deutschland unterstützt die BMW Group die Initiative zur Software-Aktualisierung der Euro-5-Diesel-PKW mit den bisher gewonnenen Felderfahrungen und zur Beschleunigung der Flottendurchdringung von Euro-6-Diesel-PKW.

Den Umstieg auf moderne Dieselmotoren in Deutschland umfassend fördern

Aus Sicht der BMW Group kann der Dieselmotor auch in Zukunft einen wesentlichen Beitrag leisten, um nationale und internationale CO₂-Reduktionsziele zu erreichen. Politische Rahmenbedingungen auf europäischer Ebene können wichtige Anreize setzen, um die Marktdurchdringung moderner Diesel zu beschleunigen.

In Deutschland haben Politik und Automobilkonzerne Anfang August 2017 beim Nationalen Forum Diesel ein umfangreiches Maßnahmenpaket vereinbart:

Um den Wechsel von Dieselfahrzeugen älterer Standards als Euro 5 auf Fahrzeuge mit modernster Abgasnachbehandlung oder E-Fahrzeuge zu beschleunigen, haben die BMW Group und andere deutsche Automobilhersteller verbindlich zugesagt, kurzfristig eigenfinanzierte Anreize (zum Beispiel „Umstiegsprämien“) anzubieten. Allen Haltern von Dieselfahrzeugen mit Euro-4-Abgasnorm oder älter, die ihren Wagen beim BMW Partner in Zahlung geben, gewährt die BMW Group europaweit eine Umweltprämie von 2.000 € beim Erwerb eines BMW oder MINI Neuwagens bzw. 1.500 € bei einem Vorführwagen oder „Jungen Gebrauchten“. Um sicherzustellen, dass diese Maßnahmen zur Senkung der CO₂-Emissionen beitragen, wird diese Prämie nur ausbezahlt, wenn dieser ein BMW i3, ein Plug-in-Hybrid oder ein Euro-6-Neufahrzeug (Erstzulassung) mit einem CO₂-Wert von maximal 130 g/km (im NEFZ) ist. Die Umweltprämie wird nicht verrechnet mit anderen bestehenden staatlichen Kaufanreizen wie beispielsweise dem aktuell in Deutschland angebotenen Umweltbonus beim Kauf von elektrifizierten Fahrzeugen, sondern kann zusätzlich in Anspruch genommen werden. So kann ein Käufer des BMW i3 einen Preisnachlass von insgesamt 6.000 € für ein Neufahrzeug erzielen. Die Sonderaktion hat zunächst eine Laufzeit bis Ende Juni 2018.

Die deutsche Regierung und die Automobilindustrie werden gemeinsam einen Fonds „Nachhaltige Mobilität für die Stadt“ auflegen, der mit einer Gesamtsumme von 1 Mrd. € ausgestattet werden soll. Die BMW Group und andere deutsche Automobilhersteller werden sich entsprechend ihrer Marktanteile am Industrieanteil des Fonds beteiligen.

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

→ 1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Sozial- und Umweltrisiken in der Kobalt-Lieferkette durch kollektive Maßnahmen und Transparenz entgegenzutreten

Kobalt ist eine Schlüsselkomponente für die Produktion elektrifizierter Fahrzeuge und ist in größeren Mengen in Hochvoltspeichern von Elektrofahrzeugen und Plug-in-Hybriden enthalten. Da es im Kobaltabbau Risiken für Menschenrechtsverletzungen gibt, arbeiten wir auf verschiedenen Ebenen daran, die Transparenz in der Kobalt-Lieferkette zu steigern. Nicht nur mit internen Maßnahmen zur Transparenzsteigerung in der Lieferkette engagieren wir uns, sondern unter anderem auch in der Responsible Cobalt Initiative (RCI).

→ Siehe Kapitel 3.3

Freihandel unterstützen

Als global agierendes Unternehmen befürwortet die BMW Group schon immer die weitere Öffnung von weltweiten Märkten sowie den sukzessiven Abbau von tarifären und nicht tarifären Handelshemmnissen. Wir fertigen Fahrzeuge weltweit, nutzen den globalen Einkaufsmarkt und sind davon überzeugt, dass Freihandel ein wichtiger Bestandteil einer nachhaltigen Wachstums- und Beschäftigungspolitik ist.

Demokratische Parteien unterstützen

Die BMW Group unterstützt die gesellschaftspolitische Arbeit folgender demokratischer Parteien in Deutschland: CDU, CSU, SPD, FDP und Bündnis 90/Die Grünen. Sie legt dabei strengsten Wert auf Transparenz und handelt entsprechend den gesetzlichen Vorgaben. Seit dem Jahr 2014 fördert die BMW Group die Arbeit von Parteien nicht mehr durch Spenden, sondern nur noch durch themenbezogene Kooperationen, zum Beispiel durch die finanzielle Unterstützung öffentlicher Diskussionsforen und Dialogformate. Alle Kooperationen unterliegen dabei den Sponsoring-Regelungen der BMW Group.

→ Siehe Kapitel 3.2

BMW Group auf der 23. UN-Klimakonferenz

Im November 2017 wurde die 23. UN-Klimakonferenz (COP 23) in Bonn ausgerichtet. Mit den Fidschi-Inseln war erstmals ein vom Klimawandel stark betroffener Inselstaat Gastgeber.

Der Austritt der USA aus dem Pariser Klimaschutzabkommen hat der diesjährigen Konferenz eine neue Brisanz verliehen. Die beteiligten Länder bekräftigten jedoch ihre Zusagen, gemeinsam an der Erreichung der Klimaziele weiterzuarbeiten.

Die BMW Group zeigte auf der 23. Weltklimakonferenz bei unterschiedlichen Formaten Präsenz und brachte Impulse und fachliche Expertise in Gesprächen und Präsentationen ein. Im Mittelpunkt stand dabei die erneute Beteiligung der BMW Group als Headline Sponsor des Sustainable Innovation Forums (SIF). Das SIF gehört seit Jahren zu den wesentlichen Nachhaltigkeitskonferenzen der UN-COP-Veranstaltungen. Weltweit führende Stakeholder aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft nutzen sie als Plattform für Diskussionen über die Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung. So war die BMW Group Teil des zweitägigen Business-Forums „Sustainable Innovation Forum 2017“ mit Eröffnungsansprache durch Markus Duesmann, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Einkauf und Lieferantennetzwerk. Des Weiteren beteiligte sich die BMW Group an einem Panel zum Thema „Dekarbonisierung des Transportsektors“ im Rahmen der Low Emissions Solutions Conference mit hochrangigen Vertretern nationaler und internationaler Delegationen und der Zivilgesellschaft. Einen intensiven Austausch führten Vertreter der BMW Group mit Patricia Espinosa Cantellano (Foto unten mit Markus Duesmann), Vorsitzende des Klimasekretariats der Vereinten Nationen, sowie der kalifornischen Delegation und den Umweltministern von Oregon, Washington State und Kalifornien. Anlässlich der UN-Klimakonferenz hat die BMW Group wesentliche Neuerungen ihrer Energiestrategie bekannt gegeben.



1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

→ 1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und
Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

Dialog mit der Gesellschaft und
soziales Engagement verbinden

Die BMW Group erreichen jährlich zahllose Anfragen nach Unterstützung – von der Bitte um finanzielle Unterstützung eines Projekts bis hin zu einer Anzeigenschaltung in einem Magazin. Um dem Vertrauen, das in uns gesetzt wird, gerecht zu werden, initiiert die BMW Group selbstständig nachhaltige Projekte auf der ganzen Welt. Für die BMW Group ist soziales Engagement ein Eckpfeiler unserer geschäftlichen Tätigkeit. Wir setzen unser Fachwissen ein, um dort zu helfen, wo wir uns auskennen.

→ Siehe
Kapitel 4.4

Zudem setzen wir uns mit aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen auseinander und konzentrieren uns auf Bereiche, in denen wir aufgrund unserer Kernkompetenzen am meisten bewirken und konkrete, messbare Verbesserungen herbeiführen können.

Dialog mit Mitarbeitern regelmäßig suchen

Die BMW Group führt alle zwei Jahre eine Befragung unter ihren Mitarbeitern durch und versteht die Belegschaft als wichtigen Stakeholder. Eine Beteiligung von weltweit 75 % aller Beschäftigten ergab 2017 ein repräsentatives Ergebnis und lag einen Prozentpunkt höher als zwei Jahre zuvor. Das beste Ergebnis mit einer Zustimmung von 90 % erhielt die Aussage: „Ich bin stolz, für die BMW Group zu arbeiten.“ Verbesserungspotenzial gibt es aus Sicht der Mitarbeiter dabei, Entscheidungsprozesse zu verschlanken (Zustimmung nur 41 %). Die größte Verbesserung im Vergleich zu 2015 mit einer Zunahme von acht Prozentpunkten auf 77 % Zustimmung erreichte das Verständnis der Strategie NUMBER ONE > NEXT.

1.3 COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE

Zielsetzung:

Mit unserem Compliance Management zielen wir auf Rechtskonformität aller Aktivitäten der BMW Group ab

Verantwortungsvolles und rechtmäßiges Handeln sowie die Achtung der Menschenrechte erfolgen in der BMW Group aus Überzeugung und entsprechen unserer Unternehmenskultur. Diesen Anspruch stellen wir auch an unsere Geschäftspartner. Die BMW Group wird weltweit als integriertes Unternehmen und als zuverlässiger Partner geschätzt. Dies schafft Vertrauen bei unseren Kunden, Aktionären, Geschäftspartnern und in der Öffentlichkeit und sichert daher auch unseren langfristigen Unternehmenserfolg.

Zentrale Maßnahmen:

Mitarbeiter befähigen und Geschäftsprozesse verbessern, um Compliance-Risiken dauerhaft zu reduzieren

Die Basis unserer Maßnahmen zum Compliance Management ist der BMW Group Verhaltenskodex. Darin bekennt sich der Vorstand zu Compliance als gemeinsamer Aufgabe und bekräftigt die Verpflichtung aller Mitarbeiter zu verantwortungsbewusstem Verhalten und der Einhaltung des geltenden Rechts.

Im Berichtsjahr haben wir die Einrichtung lokaler Compliance-Management-Funktionen abgeschlossen und bringen so ein konzernweit einheitliches Compliance Management System zur Anwendung. Das Geschäftsfeld der Finanzdienstleistungen der BMW Group wird von diesem System abgedeckt. Es richtet sich nach der Risikolage des Unter-

nehmens aus. Seine Instrumente setzen durch definierte Strukturen und Prozesse einen unternehmensspezifischen Ordnungsrahmen, damit jeder Mitarbeiter seine Verantwortung für Compliance kennt und rechtmäßiges Verhalten systematisch abgesichert wird. Zu den wesentlichen Elementen des Systems zählen interne Compliance-Regelungen, Mitarbeiterschulungen, Kommunikation, Beschwerde- und Case-Management sowie Compliance-Kontrollen. Das Compliance Management System wird für alle Compliance-Themen angewendet, insbesondere zur Vermeidung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten. Durch die Integration von Menschenrechtsanforderungen in dieses Compliance Management System wollen wir die Achtung der Menschenrechte, insbesondere der ILO-Kernarbeitsnormen, an allen unseren Standorten systematisch absichern. In unserem jährlichen Compliance-Berichtslauf befragen wir alle Organisationseinheiten der BMW Group unter anderem zur lokalen Risikoeinschätzung von möglichen Menschenrechtsverletzungen. Aufgrund der internationalen und arbeitsteiligen Wertschöpfungsprozesse in der Automobilindustrie bestehen besondere Menschenrechtsrisiken in der Lieferkette. Daher haben wir die Achtung der Menschenrechte in den BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk integriert und einen entsprechenden Risikomanagementprozess etabliert.

In unserem → **Geschäftsbericht 2017** informieren wir umfassend über das Compliance Management System und legen die Grundzüge der ergriffenen Maßnahmen offen. In der Nachhaltigkeitsberichterstattung gehen wir schwerpunktmäßig auf die Compliance-Themen Korruptionsvermeidung, Kartellrechts-Compliance und die Achtung der Menschenrechte ein.

Due-Diligence-Prozesse:

rechtmäßiges Verhalten systematisch absichern

Um die Vermeidung von Rechts- und Reputationsrisiken systematisch abzusichern, hat der Vorstand bereits im Jahr 2007 ein Compliance Committee eingerichtet, das die erforderlichen Aktivitäten zur Verhinderung von Rechts-

Einführung

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

→ 1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

verstößen steuert und überwacht. Umfang und Intensität unserer Compliance-Aktivitäten legen wir auf der Grundlage einer jährlichen konzernweiten Compliance-Risikoanalyse fest. Die operative Umsetzung der Aktivitäten im konzernweiten Compliance Management erfolgt durch das BMW Group Compliance Committee Office. Im Jahr 2017 haben wir die konzernweite Implementierung von lokalen Compliance-Funktionen abgeschlossen. Die Verantwortlichkeiten sind über verbindliche Organisations- und Aufgabenbeschreibungen zugewiesen.

Die Beachtung und Umsetzung des BMW Group Verhaltenskodex und interner Compliance-Regelungen ist Gegenstand regelmäßiger Prüfungen der Konzernrevision und des BMW Group Compliance Committee Office. Bei den Kontrollen des Compliance Committee Office handelt es sich um Stichprobenprüfungen, sogenannte Compliance Spot Checks, die wir mehrmals pro Jahr gemeinsam mit einem forensischen Dienstleister durchführen. Die Auswahl der zu prüfenden Organisationseinheiten erfolgt auf Basis der konzernweiten Compliance-Risikoanalyse. → GRI 205-1

Unsere Mitarbeiter haben die Möglichkeit, sich mit Fragen zu Compliance-Themen an ihre Führungskräfte oder an die Compliance Helpline („BMW Group Compliance Contact“) zu wenden. Hinweise auf mögliche Verstöße im Unternehmen können anonym über die BMW Group SpeakUP Line abgegeben werden. Externen Personen steht der BMW Group Compliance Contact als Hinweisgebersystem zur Verfügung. Das BMW Group Compliance Committee Office geht den Hinweisen nach und leitet bei Bedarf Maßnahmen zur Behebung möglicher Missstände ein.

Das Finanzdienstleistungsgeschäft beinhaltet aufgrund seiner Produkte und Prozesse spezifische Risiken. Unser Fokus liegt dabei auf den Themen Geldwäscheverhinderung, Datenschutz, Betrugsprävention, legislatives und regulatives Monitoring sowie Schutz von Verbrauchern bei der Kreditvergabe. Zur Berücksichtigung der Risiken in diesen Themenbereichen wurde die Fachstelle Compliance-Koordination in der Sparte Finanzdienstleistungen als delegierte Funktion des BMW Group Compliance Committee Office

installiert. Sie identifiziert auf der Grundlage einer jährlichen Trendanalyse neue oder veränderte Regelungsbedarfe im Bereich Finanzdienstleistungen und legt daraus resultierende notwendige Maßnahmen fest. Die Umsetzung durch die weltweiten Finanzdienstleistungsgesellschaften der BMW Group wird quartalsweise nachgehalten. Compliance ist Bestandteil des Zieleprozesses im Bereich Finanzdienstleistungen. Die Integration spezifischer Ziele in unser Balanced Scorecard System unterstreicht die Bedeutung des Themas und stellt die Kontrolle der Umsetzung sicher. Zusätzlich haben wir im Berichtsjahr ein Managementsystem zur frühzeitigen Erkennung von Risiken der Nichteinhaltung interner und externer Regeln eingeführt.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: **Compliance-Schulungen intensiviert, Menschenrechtsanforderungen bei Geschäftspartnern berücksichtigt**

Die Stärkung von Compliance in der Unternehmenskultur ist ein zentraler Erfolgsfaktor, um das Compliance Management System bestmöglich zur Wirkung zu bringen. Deshalb haben wir 2017 unsere internen Kommunikationsmaßnahmen und unser Compliance-Schulungsangebot fortgeführt und intensiviert. Seit Einführung des BMW Group Compliance Management Systems im Jahr 2008 haben weltweit über 41.000 Führungskräfte und Mitarbeiter die Online-Schulung „Compliance-Grundlagen“ absolviert, die vorrangig das Thema Korruptionsvermeidung behandelt. Mehr als 24.000 Führungskräfte und Mitarbeiter haben an der Online-Schulung „Kartellrechts-Compliance“ teilgenommen. Zudem haben wir die Präsenzschulungen zu Kartellrecht intensiviert, insbesondere für Führungskräfte und Mitarbeiter in den Bereichen Entwicklung, Einkauf, Produktion, Finanzdienstleistungen, Flottenmanagement sowie in nationalen Vertriebsgesellschaften in Europa und China, die regelmäßig in Kontakt mit Wettbewerbern stehen. Alle Führungskräfte sind zudem verpflichtet, eine Compliance-Erklärung zu unterzeichnen.

Einführung

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

→ 1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Auch zum Thema Menschenrechte führen wir spezifische Schulungen durch. → GRI 205-2, GRI 412-2 Die BMW Group berücksichtigt Menschenrechtsanforderungen auch bei Standortauswahl- und Investitionsentscheidungen. Im Jahr 2017 waren weltweit alle wesentlichen Bestellungen von Sachanlageinvestitionen (unter anderem Produktionsanlagen und Gebäude) mit Menschenrechtsklauseln versehen. → GRI 412-3

Zudem beinhalten neben den internationalen Einkaufsbedingungen derzeit alle Händlerverträge im Europäischen Wirtschaftsraum, in Korea, Thailand, Singapur, Malaysia und Indonesien sowie Importeursverträge weltweit eine Klausel zu Compliance und Menschenrechten. Es ist unser Ziel, diese Klauseln bis 2020 global bei allen Händlern zu verankern. → GRI 205-2, GRI 412-3

Anzahl der zu Compliance-Grundlagen geschulten Mitarbeiter seit 2008

Über
41.000

↗ 2017

Über
32.500

2016

Anzahl der zu Kartellrechts-Compliance geschulten Mitarbeiter seit 2011

Über
24.000

↗ 2017

Rund
17.000

2016

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

→ 1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE IM DETAIL

Derzeit liegt der Fokus unserer Aktivitäten auf Korruptionsvermeidung, Kartellrechts-Compliance und der Achtung der Menschenrechte. Die Aktivitäten der BMW Group umfassen zielgruppenspezifische Schulungen und Kommunikation, individuelle Beratung, eine konsequente Verfolgung von Compliance-Hinweisen sowie die Steuerung von Compliance-relevanten Prozessen und Kontrollen. Die Compliance-Maßnahmen werden gestützt durch eine Regelungslandschaft aus internen Grundsätzen, Richtlinien und Anweisungen, die teilweise die geltenden rechtlichen Vorschriften konkretisieren.

→ Siehe Kapitel 3.3

Mitarbeiter zu Compliance schulen

Mit einem systematischen Schulungsprogramm vermitteln wir unseren Mitarbeitern das notwendige Verständnis für Compliance-Themen, unter Berücksichtigung ihrer spezifischen Aufgaben.

Im Rahmen unserer Online-Schulung zu Compliance-Grundlagen werden die Inhalte des → **BMW Group Verhaltenskodex** anhand von konkreten Fallbeispielen vermittelt. Beim Thema Korruptionsvermeidung behandeln wir zum Beispiel die Aspekte Corporate Hospitality und Geschenke sowie Zuwendungsarten, die für das Geschäftsmodell der BMW Group besonders relevant sind, wie Fahrzeugüberlassungen und Sponsoring. Die Trainingsteilnahme ist für alle Führungskräfte der BMW Group verpflichtend. Darüber hinaus steht die Online-Schulung auch allen anderen Mitarbeitern konzernweit zur Verfügung. → GRI 205-1,

GRI 205-2, GRI 412-2

In zielgruppenspezifischen Präsenzs Schulungen und Online-Trainings vermitteln wir unseren Mitarbeitern ein grundlegendes Verständnis für Kartellrechts-Compliance. Adressaten sind alle Führungskräfte sowie alle Mitarbeiter, die im Austausch mit Wettbewerbern stehen. Seit 2011 haben insgesamt mehr als 24.000 Mitarbeiter der BMW Group die Online-Schulung „Kartellrechts-Compliance“ erfolgreich abgeschlossen. Über 1.900 Führungskräfte und relevante Mitarbeiter haben im Berichtsjahr an den Präsenzs Schulungen teilgenommen. Die Einhaltung des Kartellrechts wird auch in den kommenden Jahren eine wichtige Rolle bei unseren Compliance-Aktivitäten einnehmen. Daher planen wir weitere Schulungen auf nationaler und internationaler Ebene sowie die Überarbeitung unserer bestehenden Online-Schulung.

Des Weiteren schulen wir unsere Mitarbeiter zu den Anforderungen im Bereich Menschenrechte. Diese Schulungen richten sich insbesondere an Führungskräfte und Fokusgruppen, zum Beispiel im Einkauf. Die Teilnehmer werden darüber informiert, was sie in ihrem Arbeitsalltag beachten müssen und an wen sie sich bei Fragen wenden können. Darüber hinaus wurde das Thema Menschenrechte 2017 im Rahmen von Compliance-Präsenztrainings, zum Beispiel auf unserer Global Compliance Conference, geschult. → GRI 412-2

 Einführung

 1

 Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

→ 1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

 2

 Produkte
 und Dienstleistungen

 3

 Produktion
 und Wertschöpfung

 4

 Mitarbeiter
 und Gesellschaft

 Weiterführende
 Kennzahlen

 Anhang

**Position: BMW Group zu
 kartellrechtlichen Vorwürfen**

Mitarbeiter der Europäischen Kommission haben im Oktober 2017 eine Nachprüfung bei der BMW Group in München durchgeführt. Gegenstand dieser Nachprüfung waren kartellrechtliche Vorwürfe gegen fünf deutsche Automobilhersteller, über die seit Juli 2017 bereits verschiedentlich berichtet wurde.

Der Vorstand hat klargemacht, dass er großen Wert auf eine sorgfältige interne Untersuchung dieser Vorwürfe legt. Ein internes Team aus Vertretern von Rechtsabteilung, Compliance und Konzernrevision mit Unterstützung der externen Anwälte und der gesamten Organisation hat damit begonnen, den Sachverhalt aufzuarbeiten. Das ist das übliche Vorgehen bei solchen Vorwürfen.

Die BMW Group unterstützt die Europäische Kommission bei ihrer Arbeit. Wichtig für die BMW Group ist in diesem Zusammenhang die klare Unterscheidung zwischen möglichen Verstößen gegen das Kartellrecht und einer unzulässigen Manipulation der Abgasreinigung. Letzteres ist nicht Gegenstand der Nachprüfung durch die EU-Kommission. → GRI 206-1

**Rechtmäßiges Verhalten von Geschäftspartnern
 einfordern**

Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette konsequent rechtmäßiges Verhalten und sehen darin eine wichtige Voraussetzung für dauerhafte Geschäftsbeziehungen.

→ Siehe
 Kapitel 3.3

Die internationalen und arbeitsteiligen Wertschöpfungsprozesse in der Automobilindustrie bringen vielfältige Risiken in den Bereichen Korruption, Kartellrecht und Menschenrechte mit sich. Daher integrieren wir Compliance- und Menschenrechtsklauseln in die Verträge mit unseren Geschäftspartnern. Dies betrachten wir als einen wichtigen Schritt, um unsere Geschäftspartner zu sensibilisieren und rechtmäßiges Verhalten in der Wertschöpfungskette einzufordern. → GRI 205-2, GRI 412-3

Über die vertraglichen Vereinbarungen hinaus prüfen wir die Integrität unserer Geschäftspartner mithilfe verschiedener Due-Diligence-Prozesse. Dazu gehört insbesondere unser IT-System „Business Relations Compliance“, das eine umfangreiche Risikoprüfung in Bezug auf Compliance-Aspekte wie Korruption oder Kartellrecht vorsieht.

Sorgfaltsprozesse für Menschenrechte sicherstellen

Unser Sorgfaltsprozess für Menschenrechte orientiert sich an den → **UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte**. Insbesondere erwarten wir von unseren Mitarbeitern, die Menschenrechte zu respektieren und im täglichen Handeln zu schützen. Gleichmaßen fordern wir auch von unseren Geschäftspartnern die Achtung der Menschenrechte ein.

Einführung

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

→ 1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Internationale Konventionen und Leitlinien

Als Maßstab für Umwelt- und Sozialkriterien in unserer gesamten Wertschöpfungskette dienen verschiedene international anerkannte Richtlinien. Die BMW Group bekennt sich zu den → **Leitsätzen für multinationale Unternehmen** der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), zu den Inhalten der → **ICC Business Charter for Sustainable Development** und zu der → **Cleaner Production Declaration des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP)**.

Mit Unterzeichnung des → **UN Global Compact** durch den Vorstand der BMW Group im Jahr 2001 und der Verabschiedung der → **Gemeinsamen Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group** durch den Vorstand und die Arbeitnehmervertretungen bekennen wir uns zur Achtung der international anerkannten Menschenrechte, insbesondere der Kernarbeitsnormen der → **International Labour Organization (ILO)**. → GRI 102-12, GRI 102-16

Seit der Integration von Menschenrechtsanforderungen in unser weltweites Compliance Management System im Jahr 2016 wird die Achtung der Menschenrechte verstärkt an allen unseren Standorten durch bestehende Compliance-Prozesse gesteuert und überwacht. So beinhaltet unser jährlicher Compliance-Berichtslauf, der alle Organisationseinheiten der BMW Group erfasst, unter anderem Fragen zur lokalen Risikoeinschätzung von möglichen Menschenrechtsverletzungen. Die betreffenden Rückmeldungen ziehen wir für die Ableitung weiterer lokaler Maßnahmen zur Risikominimierung heran. Im Jahr 2017 haben wir zudem ein globales Human Rights Compliance Assessment durchgeführt, das mehr als 90% der BMW Group Organisationseinheiten umfasste. Das Assessment zeigte keine wesentlichen Schwachstellen auf. Es gab jedoch Hinweise auf einzelne Optimierungspotenziale, die wir 2018 zusammen mit den betroffenen Einheiten bearbeiten werden. → GRI 412-1

Zur Umsetzung des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte stehen wir in Kontakt mit dem Auswärtigen Amt und dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales, um über die weitere Konkretisierung der Vorgaben informiert zu werden und diese entsprechend zu berücksichtigen. Gemäß den internationalen Berichtspflichten zur Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte wurde im Mai 2017 die erste Berichterstattung gemäß dem UK Modern Slavery Act abgeschlossen. Hierzu haben wir die relevanten Lieferanten untersucht, sofern erforderlich Verbesserungsmaßnahmen initiiert und entsprechende Mitarbeiterschulungen durchgeführt. Zur Vorbereitung der freiwilligen Umsetzung der EU-Richtlinie zu Konfliktmineralien hat die BMW Group eine Arbeitsgruppe eingerichtet, um die Risiken von Menschenrechtsverletzungen in den betroffenen Lieferketten mit gezielten Maßnahmen weiter zu reduzieren.

→ Siehe Kapitel 3.3

Die BMW Group berücksichtigt Menschenrechtsanforderungen auch bei Standortauswahl- und Investitionsentscheidungen. Im Jahr 2017 waren weltweit alle wesentlichen Bestellungen von Sachanlageinvestitionen (unter anderem Produktionsanlagen und Gebäude) durch Menschenrechtsklauseln abgesichert. → GRI 412-3

Zielsetzung:**Die BMW Group bietet höchste Sicherheitsstandards für ihre Kunden und andere Verkehrsteilnehmer**

Als Anbieter von individueller Mobilität in Premiumqualität verstehen wir die Sicherheit unserer Fahrzeuge als zentralen Bestandteil unserer Produktverantwortung. Dabei betrachtet die BMW Group Produktsicherheit als eine ganzheitliche Herausforderung. Wir statten unsere Fahrzeuge mit aktiven und passiven Sicherheitssystemen aus, bieten Fahrsicherheitstrainings und stellen unseren Kunden die nötigen Produktinformationen zur Verfügung. Mit diesen Maßnahmen wollen wir zur Sicherheit im Straßenverkehr beitragen.

Zentrale Maßnahmen:**Produktverantwortung umfassend adressieren**

Durch aktive und passive Sicherheitssysteme in unseren Fahrzeugen reduzieren wir das Unfall- beziehungsweise Verletzungsrisiko für unsere Kunden und andere Verkehrsteilnehmer. Mit Fahrsicherheitstrainings bereiten wir unsere Kunden zusätzlich auf Gefahrensituationen vor. Bereits bei der Konzeption unserer Fahrzeuge achten wir darauf, potenziell kritische Stoffe zu vermeiden und Emissionen im Fahrzeuginnenraum zu minimieren. Zudem informieren wir unsere Kunden umfassend über den sachgerechten Gebrauch unserer Produkte und Mobilitätsdienstleistungen.

Due-Diligence-Prozesse:**mit systematischem Management Sicherheit gewährleisten**

Fahrzeuge der BMW Group werden unter strenger Anwendung von Qualitätsmanagementsystemen entwickelt und hergestellt. Sämtliche Modelle unterliegen sorgfältigen Prüfungen bezüglich der Fahrzeugsicherheit. Darüber hinaus beobachten wir unsere Fahrzeuge im Markt und gehen etwaigen Hinweisen zum Thema Sicherheit nach. Falls erforderlich, informieren wir umgehend die zuständigen Behörden und leiten alle notwendigen Maßnahmen zum Schutz unserer Kunden ein. Die BMW Group hat hierfür entsprechende Gremien, Prozesse und Organisationen etabliert. → GRI 416-1

Ergebnisse und Leistungsindikatoren:**Sicherheit kontinuierlich gesteigert**

Die ständige Weiter- und Neuentwicklung von Sicherheitssystemen erhöht die Sicherheit der Nutzer unserer Fahrzeuge. Gleichzeitig tragen unsere Maßnahmen zur Steigerung der Sicherheit Dritter im Straßenverkehr bei.

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und
Menschenrechte

→ 1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

PRODUKTSICHERHEIT IM DETAIL

Sicherheit umfassend fördern

Sicherheit ist ein zentraler Bestandteil unserer Produktverantwortung und wird in der BMW Group ganzheitlich adressiert. Unsere Fahrzeuge sind mit aktiven und passiven Sicherheitssystemen ausgestattet, die höchsten Qualitätsstandards genügen.

Aktive Sicherheit umfasst eine perfekte Fahrwerksabstimmung, optimale Traktion und wirkungsvolle Bremsen. Elektronische Fahrwerkregelsysteme sowie diverse Fahrerassistenzsysteme tragen ebenfalls zur Vermeidung von Unfällen bei. Darüber hinaus sind zahlreiche passive Sicherheitssysteme in unseren Fahrzeugen installiert, um Unfallfolgen zu minimieren. Dazu zählen energieabsorbierende Knautschzonen, Sicherheitsfahrgastzellen, Gurtsysteme und Airbags.

Darüber hinaus bieten wir mit der BMW und MINI Driving Experience in 30 Ländern allgemeine und spezialisierte Trainings für BMW, MINI und BMW Motorräder an, die zur Sicherheit unserer Kunden und anderer Verkehrsteilnehmer beitragen. Hier trainieren wir mit unseren Kunden, wie in bestimmten Gefahrensituationen vorzugehen ist. Dabei passen wir unser Angebot an die Bedürfnisse der Kunden an. Insgesamt haben wir 2017 an internationalen Trainingsstandorten über 100.000 Teilnehmer geschult. Im kommenden Jahr wollen wir unser Angebot mit den Schwerpunkten Elektromobilität und autonomes Fahren ausweiten.



Auf der Rennstrecke, auf Schnee oder als Fahrsicherheitstraining: Die BMW Driving Experience ist eine Erfahrung für alle Fahrer.

Unbedenkliche Stoffe einsetzen

Bereits bei der Entwicklung unserer Produkte berücksichtigen wir die Unbedenklichkeit von Materialien. Wir bewerten die zu verwendenden Stoffe im Hinblick auf ihr Risikopotenzial und schließen Problemstoffe auf diese Weise möglichst von Anfang an aus. Dadurch stellen wir sicher, dass für jede Phase des Fahrzeug-Lebenszyklus (von der Entwicklung über die Nutzung bis hin zur Verwertung) die gesetzlichen Vorgaben in Bezug auf Produktsicherheit, Schutz der menschlichen Gesundheit und der Umwelt weltweit eingehalten werden.

Zur Bewertung von Innenraumemissionen arbeitet die BMW Group seit den 1990er-Jahren eng mit unabhängigen Toxikologen zusammen. So stellen wir sicher, dass die Vorsorgewerte in allen Neufahrzeugen eingehalten werden. Dies prüfen wir in eigenen Fahrzeuginnenraum-Emissionsprüfständen unter verschiedenen Nutzungsprofilen. Zudem sind alle Fahrzeuge der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce serienmäßig mit Innenraumfiltern ausgestattet. Die gesamte Luft wird dreifach gefiltert (mechanisch, elektrostatisch und ausstattungsabhängig mit Aktivkohle), bevor sie in den Fahrzeuginnenraum gelangt. Dadurch werden Partikel wie Staub, Pollen sowie Schadstoffe aus der Außenluft nahezu vollständig herausgefiltert.

Einführung

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

→ 1.4 Produktsicherheit

1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Produkt- und Serviceinformationen bereitstellen

Wir informieren unsere Kunden über den korrekten Gebrauch unserer Fahrzeuge sowie über Risiken und Gefahren gemäß den jeweils geltenden gesetzlichen Vorschriften. Die produkthaftungsrechtlichen Anforderungen an die Kundeninformationen werden durch eine fachliche und rechtliche Beurteilung im Freigabeprozess sichergestellt. Das betrifft insbesondere Betriebsanleitungen zur sicheren Produktnutzung. Jede Komponente unserer Fahrzeuge kann über die Teilenummer bis zum Lieferanten zurückverfolgt werden. Angesichts der zunehmenden Digitalisierung spielen Aspekte der Datensicherheit, Zugriffs- und Cybersecurity in den kommenden Jahren eine immer wichtigere Rolle. Die BMW Group folgt grundsätzlich der Prämisse „Sicherheit zuerst, Geschäft danach“. Im Interesse des Kunden müssen zuerst Sicherheitsaspekte geregelt sein, bevor Lösungen angeboten werden. Sicherheit ist die Voraussetzung für das Kundenvertrauen in vernetztes und autonomes Fahren.

Informationen zur Sicherheit unserer Fahrzeuge und zum Schutz der Gesundheit unserer Kunden stehen in den fahrzeugintegrierten Betriebsanleitungen (IBA), als Druckausgabe, in elektronischer Form als App für Smartphones oder im Internet zur Verfügung. Diese Angaben werden ergänzt durch Hinweise am Fahrzeug und zusätzliche Hintergrundinformationen zu Services, Zubehör und Bauteilen.

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

→ 1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

1.5 KUNDENZUFRIEDENHEIT

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung für die Produktgestaltung und für das Gesamtimage eines Unternehmens. Daher hat die BMW Group Nachhaltigkeit im Fundament ihrer Marken verankert. Nachhaltigkeitsaspekte sind auch Bestandteil der Kundenerwartungen, die wir bei unseren Entscheidungen berücksichtigen. Denn zufriedene Kunden sind eine Voraussetzung für unseren langfristigen Unternehmenserfolg.

Die meisten unserer Kunden sehen Unternehmen heute in der Verantwortung, ihre Produkte und Dienstleistungen nachhaltig zu gestalten. So erwarten sie auch von uns, dass Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil unseres Geschäftsmodells ist.

Um unsere Produkte und Dienstleistungen entsprechend den Bedürfnissen unserer Kunden zu optimieren, führen wir jährliche Befragungen durch. → GRI 102-43 Zudem ermitteln wir die Zufriedenheit unserer Kunden kontinuierlich auf der Basis weltweit einheitlicher Standards.

Kundenerwartungen berücksichtigen

Die Ergebnisse von Kundenerwartungen und Studien werden sowohl auf der Ebene der BMW Group als auch bei unseren Tochtergesellschaften und Händlern ausgewertet, um schnell und gezielt auf Kundenwünsche reagieren zu können. Die Vertriebsgesellschaften unserer größten Absatzmärkte (unter anderem in den USA, in China und Deutschland) berichten regelmäßig an ein Gremium mit Vorstandsbeitrag. Zusätzlich werden konkrete Kundenanliegen auf Managementebene analysiert, um mögliche Prozessschwächen zu identifizieren und entsprechende Lösungen zu erarbeiten.

Im Jahr 2017 haben wir die im Vorjahr begonnene Umstellung der Kundenerwartung auf ein neues Befragungskonzept fortgesetzt. Mit offenen Fragen geben wir den Kunden die Möglichkeit, ihre Rückmeldungen auf die Themen zu fokussieren, die ihnen am wichtigsten sind. Dies erlaubt uns, die Erwartungen unserer Kunden noch besser zu berücksichtigen und kontinuierliche Verbesserungsprozesse voranzutreiben.

Auch in diesem Jahr konnten wir erneut positive Ergebnisse erzielen. Unsere Befragungen zeigen eine Zufriedenheit auf weiterhin gutem Niveau. Dies sehen wir als Bestätigung für die Effektivität unserer kontinuierlichen Bemühungen, die wir konsequent fortsetzen werden.

Nachhaltigkeit im Austausch mit unseren Kunden weiterentwickeln

Nachhaltigkeit wird in den Marken der BMW Group vielfältig adressiert: von der Entwicklung verbrauchsoptimierter und elektrifizierter Antriebe über die Verwendung von nachwachsenden Rohstoffen oder Rezyklaten im Fahrzeuginnenraum bis zu unseren Mobilitätsdienstleistungen. Mit unserer Submarke BMW i, die ganzheitlich als eine nachhaltige Mobilitätslösung entwickelt wurde, wollen wir eine Vorreiterrolle im Automobilsektor einnehmen.

→ Siehe Kapitel 2.2

Einführung

1

Fundamente

1.1 Strategie und Management

1.2 Stakeholderengagement

1.3 Compliance und Menschenrechte

1.4 Produktsicherheit

→ 1.5 Kundenzufriedenheit

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Damit entsprechen wir dem zunehmenden Umweltbewusstsein unserer Kunden. Da eine Kaufentscheidung jedoch von vielen unterschiedlichen Faktoren abhängt, zeigen sich gerade bei individuellen Kaufentscheidungen auch Widersprüche zwischen den Nachhaltigkeitserwartungen und anderen Präferenzen unserer Kunden. So können kurzfristige Trends wie niedrige Kraftstoffkosten dazu führen, dass die Nachfrage nach den effizientesten Fahrzeugtypen abnimmt. Bei unseren Flottenkunden hingegen spiegeln sich Nachhaltigkeitsaspekte deutlicher in den Kaufentscheidungen wider. Hier sind vor allem niedrige Verbrauchswerte und CO₂-Emissionen ausschlaggebende Kriterien.

Im Berichtsjahr haben wir neben unseren Befragungen zur Kundenzufriedenheit eine Studie in Deutschland, Großbritannien, Italien, Frankreich und Spanien durchgeführt, um besser zu verstehen, welche Kriterien für die Antriebswahl unserer Kunden relevant sind. Diese Informationen dienen vor allem dazu, die Transformation zu elektrifizierten Antrieben den Präferenzen und Wünschen unserer Kunden entsprechend zu gestalten.

→ GRI 102-44

In einer weiteren in Deutschland durchgeführten Studie konnten wir Erkenntnisse darüber sammeln, wie die Akzeptanz von recycelten und nachwachsenden Materialien bei Kunden erhöht werden kann. So achten wir bei der vermehrten Anwendung von nachhaltigen Materialien auch auf eine Steigerung des Mehrwerts für den Kunden. → GRI 102-44

Rückmeldungen aus Kundenstudien umsetzen: das Beispiel Initial Quality Study (IQS) USA

Im Rahmen der jährlichen IQS USA werden nordamerikanische Neuwagenkunden zu Problemen mit ihrem Fahrzeug nach einer Haltedauer von drei Monaten befragt. Die Studie wird jährlich vom Marktforschungsunternehmen J.D. Power erhoben. Es entspricht in der Wahrnehmung der Kunden einer führenden Verbraucherorganisation. Seit 1968 untersucht es Kundenzufriedenheit, Produktqualität und Verbraucherverhalten für unterschiedlichste Industrien in verschiedenen Ländern.

In der Studie 2017 konnte die BMW Group mit Auszeichnungen für den BMW 2er, den BMW 4er, den BMW X6 und den MINI Cooper ein gutes Ergebnis erzielen.

Wir nutzen das erhaltene Feedback aus den IQS Studien, um unsere Produkte den Wünschen der Kunden entsprechend weiterzuentwickeln. So haben wir zum Beispiel bei dem im Jahr 2017 lancierten BMW 5er zur Steigerung der Nutzerfreundlichkeit den Wischer- und Blinkerhebel vom tippenden zu einem rastenden Konzept umgestellt. Zudem haben wir im selben Modell die Taste für die Lenkradheizung sichtbar auf der Lenkradspeiche positioniert. Die Türverriegelung befindet sich entsprechend den Kundenwünschen neben dem Türöffner, um sie bei offenem Fenster auch von außen erreichbar zu machen. → GRI 102-44

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

2

Fahrzeuge und Mobilitätsdienstleistungen bilden den Kern unseres Geschäftsmodells. Das Produktportfolio der BMW Group unterliegt derzeit einem fundamentalen Wandel: Neben Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren spielen elektrifizierte Fahrzeuge eine immer wichtigere Rolle.

Derzeit sieht die BMW Group verschiedene Trends, die einen erheblichen Einfluss auf die Produktpolitik des Unternehmens, speziell bei elektrifizierten Fahrzeugen, haben.

Während zum Beispiel der Produktlebenszyklus auch bei elektrifizierten Fahrzeugen rund sieben Jahre beträgt, findet die technologische Weiterentwicklung bei Batteriezellen derzeit deutlich schneller statt. Ziel der BMW Group ist es, solche technologischen Entwicklungen bei den Batteriezellen den Kunden möglichst direkt weiterzugeben und nicht erst auf den nächsten Produktlebenszyklus zu warten.

Die Nachfrage nach elektrifizierten Antrieben wird ganz wesentlich von Infrastrukturangebot, finanzieller Förderung und regulatorischen Rahmenbedingungen bestimmt. Diese Regulierung erfolgt nicht mehr nur auf europäischer oder nationaler, sondern vermehrt auch auf regionaler und kommunaler Ebene mit unterschiedlichen Instrumenten. Die Folge sind erhebliche Unterschiede in der Geschwindigkeit, mit der sich neue Technologien durchsetzen, und eine Fragmentierung bisher einheitlicher Märkte.

Aus Sicht der BMW Group müssen wir deshalb auch künftig von stark divergierenden Marktbedingungen ausgehen. Dieser Herausforderung begegnet das Unternehmen mit einem hohen Maß an Flexibilität bei Fahrzeugplattformen, Fahrzeugarchitekturen sowie bei Produktionsabläufen in den Werken. Nur so kann das Unternehmen – je nach Bedarf – den Kunden die gewünschten Modelle mit einem vollelektrischen Antrieb, Plug-in-Hybrid oder einem hocheffizienten Verbrennungsmotor anbieten.

Hinzu kommt die stetige Weiterentwicklung unserer Mobilitätsdienstleistungen, die in Zukunft innovative Lösungen insbesondere für die Mobilität in Städten liefern sollen.

Einführung

1

Fundamente

2

→ Produkte
und Dienstleistungen2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

LEISTUNGSINDIKATOREN

CO₂-Emissionen der BMW Group Auto-
mobile (EU-28) in g/km

122

↘ 2017

124

2016

CO₂-Emissionsreduktion der BMW Group
Automobile (EU-28) gegenüber dem Basis-
jahr 1995 in %

42

↗ 2017

41

2016

Elektrische und elektrifizierte Fahrzeuge
Jährlicher Absatz

103.000

↗ 2017

62.000

2016

Elektrische und elektrifizierte Fahrzeuge
Kumulierte Anzahl

215.000

↗ 2017

112.000

2016

Öffentliche Ladepunkte mit Zugriff über
ChargeNow Anzahl

137.000

↗ 2017

62.000

2016

DriveNow- und ReachNow-Nutzer
Anzahl

1.108.000

↗ 2017

853.000

2016

→ CO₂- UND SCHADSTOFFEMISSIONEN

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



Effizient und sauber: der BMW 320d Touring EffDyn Edition mit einem Verbrauch zwischen 4,0 und 4,5 l/100 km

2.1

CO₂- UND SCHADSTOFFEMISSIONEN

Zielsetzung:

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

Der Klimawandel und die Belastung der Luftqualität, insbesondere in Städten, sind zentrale Herausforderungen für uns als Automobilhersteller. Daher verfolgen wir konsequent die Reduzierung von CO₂- und Schadstoffemissionen in der Weiterentwicklung unserer Fahrzeugflotte. Bei der Reduktion von Schadstoffemissionen wollen wir auch in Zukunft weltweit die gesetzlichen Grenzwerte einhalten. Der Wandel hin zu emissionsarmen, kraftstoffeffizienten Fahrzeugen in unserem Portfolio entspricht auch den Wünschen und dem zunehmenden Umweltbewusstsein vieler Kunden. Diese orientieren sich bei Kaufentscheidungen zudem an Anreizen für eine nachhaltige Mobilität – beispielsweise an Kaufprämien, Kraftfahrzeugsteuern und Zufahrtsbeschränkungen oder -erleichterungen.

Zentrale Maßnahmen:

mit Effizienztechnologien, Lösungen zur Schadstoffreduktion sowie elektrischen Antrieben Emissionen in der Nutzung senken

Bei den konventionell angetriebenen Fahrzeugen erzielen wir den derzeit wirkungsvollsten Beitrag zur Verringerung von CO₂- und Schadstoffemissionen durch unsere Effizienztechnologien und durch spezifische Lösungen zur Schadstoffreduktion.

In allen Dieselfahrzeugen der BMW Group ist ein NO_x-Speicherkatalysator verbaut. Abhängig von Motorisierung und Fahrzeuggröße erfolgt darüber hinaus die Abgasreinigung zusätzlich durch Harnstoffeinspritzung mit AdBlue. Diese Technologien entwickeln wir kontinuierlich weiter und berücksichtigen dabei stets die neuesten Fortschritte der Forschung. Effizienztechnologien (EfficientDynamics Technologien) integrieren wir seit März 2007 in unsere Fahrzeuge, entsprechend den spezifischen Anforderungen der einzelnen Modelle, der Motoren und der jeweiligen Märkte.

Darüber hinaus tragen wir durch Modelle mit elektrischem Antrieb in unserer Neuwagenflotte zur Verringerung von CO₂- und Schadstoffemissionen bei. Um Kunden dabei möglichst gut an die Elektromobilität heranzuführen, erweiterten wir unsere Produktpalette seit 2015 Schritt für Schritt um neue Plug-in-Hybridmodelle auf neun bis Ende 2017. Hinzu kommt seit 2013 der vollelektrische BMW i3. Damit haben wir Angebote in allen Fahrzeugsegmenten. Bis 2025 planen wir 25 elektrifizierte Modelle anzubieten – zwölf davon rein elektrisch.

Due-Diligence-Prozesse:

Reduktion von Emissionen systematisch in der Produktentwicklung berücksichtigen

Die oben genannten Aspekte der Produktverantwortung sind ein integraler Bestandteil unserer Zielsysteme und organisatorischen Prozesse in der Fahrzeugentwicklung.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

→ 2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Unsere Reduktionsziele sowie die marktspezifischen Flottenanforderungen berücksichtigen wir durchgehend bereits in der Produktentwicklung. Dabei definieren wir für jede Produktlinie und jedes neue Fahrzeugprojekt spezifische Ziele zur Emissionsreduzierung über den gesamten Lebenszyklus. Der Lebenszyklus reicht von der Entwicklung von Fahrzeugen und Dienstleistungen über die Lieferkette und die Produktion bis hin zur Nutzung und schließlich zum Recycling der Fahrzeuge. Mit diesem Life Cycle Engineering verwirklichen wir unseren Anspruch, eine substanzielle Verbesserung von einer Fahrzeuggeneration zur nächsten zu erreichen. Die Umsetzung der Zielvorgaben und die Bewertung der Fortschritte im Entwicklungsprozess steuern wir mit unserem Life Cycle Assessment nach der ISO-Norm 14040/44.

Für das Monitoring und die Weiterentwicklung unserer Ziele ist der Strategiebereich der BMW Group verantwortlich. Darüber hinaus koordinieren wir im Fachbereich Gesamtfahrzeugarchitektur die Entwicklung und Umsetzung von kraftstoffsparenden Technologien in den einzelnen Fahrzeugprojekten, die unter anderem durch EfficientDynamics Maßnahmen umgesetzt werden.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: Emissionsreduktion weiter erfolgreich vorangetrieben

Die BMW Group hat den CO₂-Ausstoß ihrer neu verkauften Fahrzeuge in Europa zwischen 1995 und 2017 um rund 42 % verringert. Unsere europäische Fahrzeugflotte (EU-28) hatte im Jahr 2017 einen durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch von 4,6¹ l Diesel/100 km (2016: 4,61 Diesel/100 km) bzw. 5,6¹ l Benzin/100 km (2016: 5,61 Benzin/100 km) und mittlere CO₂-Emissionen von 122¹ g/km (2016: 124 g/km, BMW interne Berechnung).

¹ Basis: NEFZ

→ Siehe Leistungsindikatoren

² Basis: USC (FTP + HWFET)
¹ Basis: NEFZ

Der durchschnittliche CO₂-Ausstoß lag in den USA bei 168² g CO₂/km (2016: 173 g CO₂/km, BMW interne Berechnung) und in China bei 154¹ g CO₂/km (2016: 164 g CO₂/km).

³ Basis: NEFZ (EU + China), USC (USA + Korea), JC08 (Japan)

Der durchschnittliche Flotten-CO₂-Ausstoß der BMW Group pro Kilometer sank 2017 in den Kernmärkten (EU, USA, China, Japan und Korea) um rund 2 % auf 141³ g CO₂/km (2016: 144 g CO₂/km). → GRI 302-5, GRI 305-3, GRI 305-5

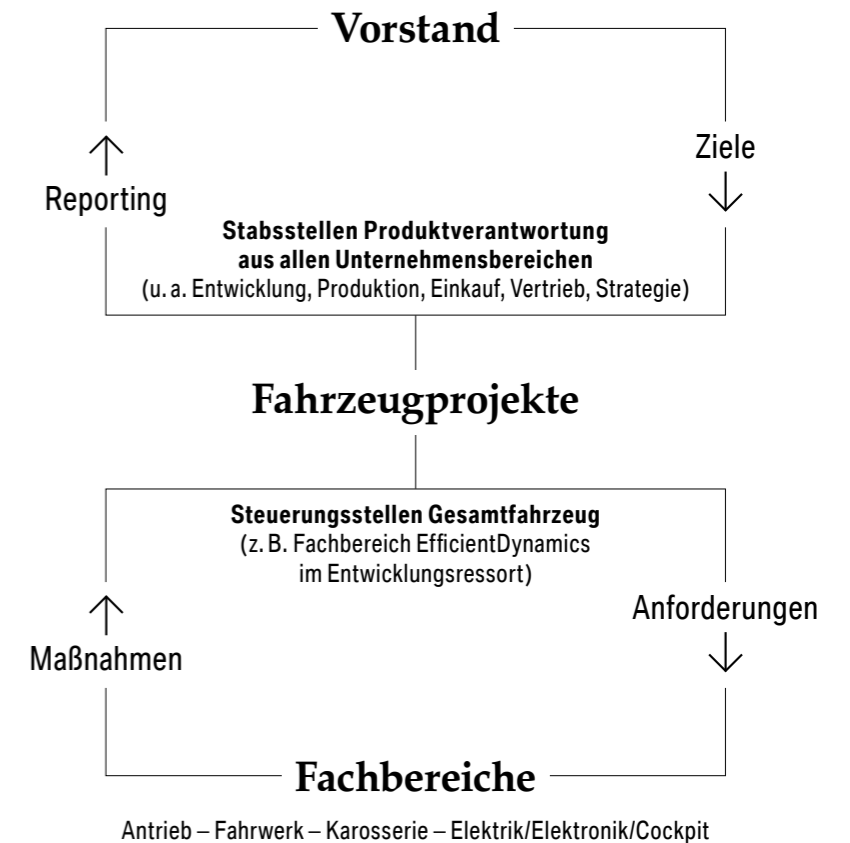
Seit Anfang der 90er-Jahre konnten wir die Schadstoffemissionen durch die Weiterentwicklung der Technologien signifikant verringern. In Europa wurden die Stickstoff- (NO_x) und Feinstaubemissionen (PM) der Neufahrzeugflotten in Übereinstimmung mit den Grenzwerten der Euro-Normen von 1992 bis 2017 um über 90 % gesenkt.

Die Einführung von neuen Modellen mit emissions- und schadstoffärmeren Antriebstechnologien wirkt sich weiterhin positiv auf unsere durchschnittlichen Flotten-CO₂-Emissionen aus. Neben dem seit 2013 verfügbaren i3 Modell und dem 2014 eingeführten Modell i8 stehen seit 2015 nun auch iPerformance Modelle mit Plug-in-Hybridantrieb für die 2er-, 3er-, 5er- und 7er-Reihe, den BMW X5 und den MINI Countryman zur Verfügung. Gegenüber vergleichbaren rein verbrennungsmotorisch angetriebenen Modellen sparen Plug-in-Hybridmodelle bis zu 50 % Kraftstoff.

CO₂- UND SCHADSTOFF- EMISSIONEN IM DETAIL

Mit Effizienz- und Umwelttechnologien CO₂- und Schadstoffemissionen in der Nutzung senken

Für die BMW Group ist nachhaltige Mobilität ein Ansporn, innovative Technologien zu entwickeln. Wir setzen uns ambitionierte Ziele, um die Effizienz unserer Antriebssysteme zu steigern und die Emission von Schadstoffen zu reduzieren. Diese Ziele berücksichtigen wir von vornherein bei der Produktentwicklung und in den entsprechenden organisatorischen Prozessen.



Seit März 2007 integrieren wir die daraus abgeleiteten Effizienztechnologien (EfficientDynamics Technologien) in unsere Fahrzeuge. Der damit erzielte Wettbewerbsvorteil ist ein Grund dafür, dass die BMW Group 2017 das siebte Jahr in Folge einen Rekordabsatz erreichte. Durch die kontinuierliche Einführung neuester Technologien stellen wir sicher, dass wir die angestrebte Reduktion von CO₂- und Schadstoffemissionen erreichen. Dazu zählen effiziente Motoren und Getriebe, optimale Aerodynamik (Luftklappensteuerung, Air-Curtain/-Breather, Aero-felgen), intelligentes Energiemanagement, Leichtbau und eine rollwiderstandsreduzierte Bereifung. Die frühzeitige

Einführung

1
Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

**→ 2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen**
2.2 Elektromobilität
2.3 Mobilitätsverhalten

3
**Produktion
und Wertschöpfung**

4
**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

Umsetzung von Energierückgewinnung im Niedervoltbordnetz, Segeln mit Vorausschau und das Abschalten des Verbrenners bei Nichtnutzung haben weitere wichtige Effizienzpotenziale erschlossen.

Beginnend mit der neuen BMW 5er Reihe bietet die BMW Group eine verbesserte intelligente Auto Start Stop Funktion an. Auf der Basis von Umfeldsensorik vermeiden wir auf diese Weise sehr kurze Stopps, die sich als ineffizient und unkomfortabel erwiesen haben. In den nächsten Jahren werden 12-V-Systeme in kleineren Fahrzeugen und 48-V-Systeme in mittleren und großen Fahrzeugen die Energierückgewinnungs- und Segelpotenziale durch ein leistungsfähigeres Bordnetz steigern. Damit soll eine CO₂-Reduzierung von 5–7 % erzielt werden.

Emissionsarme Antriebe in der gesamten Flotte verankern

Bereits 2013 haben wir den vollelektrischen BMWi3 in den Markt eingeführt. Die Erkenntnisse aus der Entwicklung dieses Modells nutzen wir seitdem, um unser Portfolio zu erweitern und weitere Fahrzeuge mit elektrifiziertem Antrieb zu konzipieren.

Ein Ergebnis dieses Technologietransfers sind auch die BMW iPerformance Modelle mit Plug-in-Hybridantrieb. Den Anfang machte hier der BMWi8 im Jahr 2014. Seit 2015 hat die BMW Group ihr Angebot schrittweise ausgebaut – dazu zählen mittlerweile der BMW 2er, BMW 3er, BMW 5er, BMW 7er, BMW X5 iPerformance und der MINI Countryman. Kurze und mittlere Strecken können durch die innovative Kombination aus Elektromotor, Lithium-Ionen-Batterie und intelligentem Energiemanagement rein elektrisch zurückgelegt werden. Der TwinPower Turbo Benzinmotor wird erst bei Bedarf zugeschaltet. Im AUTO eDRIVE Modus bestimmt dabei das intelligente Energiemanagement die effizienteste Kombination aus Elektro- und Verbrennungsmotor – je nach Fahrgeschwindigkeit und Batterieladestand. So können zum Beispiel

typische Pendelfahrten elektrisch betrieben werden, während durch den Verbrennungsmotor gleichzeitig auch längere Fahrten möglich sind. Der BMW 740e zum Beispiel legt bis zu 48 km rein elektrisch zurück. → GRI 302-5

Höhere Reichweiten mit der Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologie erschließen

Als Ergänzung zu rein batterieelektrischen Antrieben forschen wir weiterhin an der Wasserstoff-Brennstoffzellentechnologie, um die Flexibilität hinsichtlich alternativer Antriebe zu erhalten. Dabei dient Wasserstoff, den eine Brennstoffzelle mit dem Sauerstoff der Umgebungsluft in Elektrizität und Wasser umwandelt, als Energieträger. Langfristig wäre damit eine weitere Lösung für emissionsfreies Fahren auf der Langstrecke realisierbar, wenn auch die Infrastruktur ausgebaut und Wasserstoff flächendeckend angeboten wird.



Emissionsfreies Fahren mit Wasserstoff:
Die BMW Group forscht an der Wasserstoff-Brennstoffzelle.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen→ 2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

Mit Elektro-Scootern urbane Mobilität
nachhaltiger gestalten

Im Jahr 2014 haben wir unseren Elektro-Scooter C evolution in den Markt eingeführt. Der rein elektrisch angetriebene Roller verfügt in der Long-Range-Variante über 48 PS Spitzenleistung und eine Reichweite von bis zu 160 km. Er ist als „Commuting-Fahrzeug“ für den Pendelverkehr zwischen Stadtrand und Stadtzentrum konzipiert. Hier stehen zwei Anforderungen besonders im Fokus: zum einen die Fahrleistung, die mit einem Maxi-Scooter mit Verbrennungsmotor vergleichbar ist, und zum anderen eine hohe Reichweite unter praxisgerechten Einsatzbedingungen.



Sauber unterwegs: Die Polizei in Barcelona erhielt 30 C evolution Elektro-Scooter.

CO₂- und Schadstoffemissionen
unserer Fahrzeuge senken

Unser Ziel bleibt es, die CO₂-Emissionen unserer Fahrzeugflotte bis 2020 um mindestens 50 % gegenüber dem Bezugsjahr 1995 zu reduzieren. Damit wir den Entwicklungsstand der Zielerreichung nachverfolgen können, werden die im Bericht veröffentlichten CO₂-Emissionen nach den gesetzlichen Vorgaben erhoben und berechnet.

→ GRI 302-5, GRI 305-5

Entwicklung der CO₂-Emissionen der BMW Group
Neuwagenflotte in der Europäischen Union

→ T2.01

Jahr	g CO ₂ /km	Veränderung gegenüber dem Basisjahr 1995
1996	212	1 %
1997	215	2 %
1998	212	1 %
1999	207	-1 %
2000	203	-3 %
2001	203	-3 %
2002	195	-7 %
2003	195	-7 %
2004	199	-5 %
2005	189	-10 %
2006	186	-11 %
2007	168	-20 %
2008	156	-26 %
2009	150	-29 %
2010	148	-30 %
2011	145	-31 %
2012	138	-34 %
2013	133	-37 %
2014	130	-38 %
2015	127	-40 %
2016	124	-41 %
2017	122	-42 %

Die BMW Group hat den CO₂-Ausstoß ihrer neu verkauften Fahrzeuge in Europa zwischen 1995 und 2017 um ca. 42 % verringert. Unsere europäische Fahrzeugflotte (EU-28) hatte im Jahr 2017 einen durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch von 4,6 l Diesel/100 km bzw. 5,6 l Benzin/100 km und mittlere CO₂-Emissionen von 122 g/km (interne Berechnung). Unser Ziel bleibt es, von 1995 bis 2020 die CO₂-Emissionen unserer Fahrzeugflotte um mindestens weitere 50 % zu reduzieren.

Neben Kohlendioxid reduzieren wir kontinuierlich die Schadstoffemissionen unserer Fahrzeuge. Um eine Typ- und Fahrzeugzulassung zu erhalten, muss das betreffende Fahrzeug die Anforderungen der aktuellsten Schadstoffregulierungen erfüllen. Die gesetzlich verankerten Anforderungen (Grenzwerte einzelner Schadstoffkomponenten) können in unterschiedlichen Regionen wie beispielsweise der EU, China und den USA stark voneinander abweichen

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

→ 2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

und sind modellunabhängig zu erfüllen. Die EU hat die erste zyklusbezogene Abgasgesetzgebung Anfang der 1990er-Jahre eingeführt. Seither wurden die Emissionsgrenzwerte (NO_x und PM) sowohl bei diesel- als auch bei benzinbetriebenen Fahrzeugen massiv verschärft. → Siehe Grafik 2.03

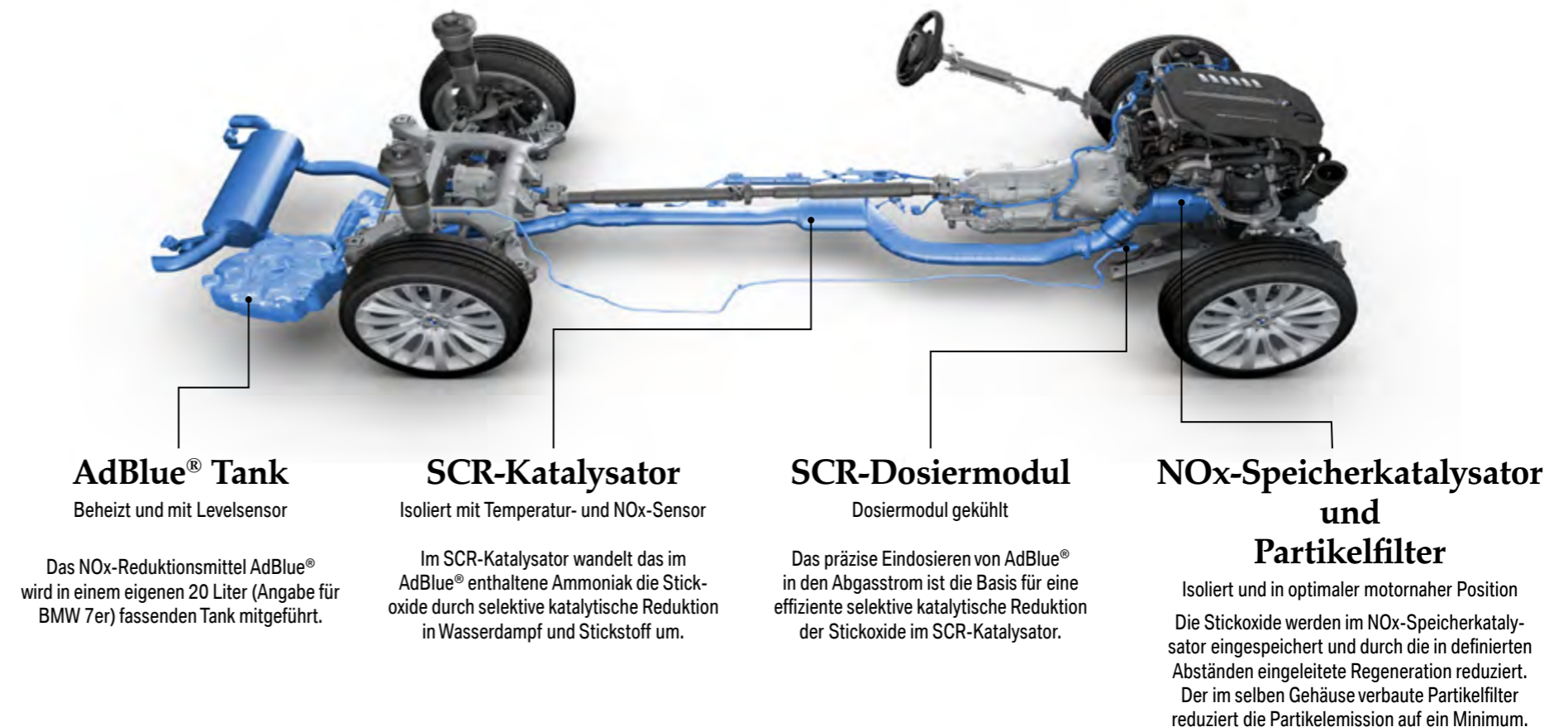
Je nach Fahrzeugkonzept setzen wir bei dieselbetriebenen Modellen dabei seit Beginn der Euro-6-Zulassungen den wartungsfreien NO_x-Katalysator ein oder die Kombination mit der selektiven katalytischen Reduktion (SCR) unter Verwendung von Harnstoff (AdBlue). Erste Pilotmodelle der BMW Group entsprachen den gesetzlichen Vorgaben der Euro-6-Norm bereits vor deren Inkrafttreten. Die Euro-6-Norm in Kombination mit der ergänzenden Real-Driving-Emissions-Norm (RDE-Norm) schreibt für die Typgenehmigung Benzin- und Dieselfahrzeuge vor, dass

Grenzwerte für Stickstoffoxide (NO_x-Werte) sowie Partikelanzahl (PN-Werte) auch in realen Fahrsituationen eingehalten und durch Straßentests überprüft werden müssen. Dies gilt für neue Typgenehmigungen seit September 2017 und künftig für alle Erstzulassungen ab September 2018 für PN bzw. ab September 2019 für NO_x. In einer zweiten Stufe der RDE-Gesetzgebung werden NO_x-Grenzwerte für reale Fahrsituationen ab Januar 2020 noch weiter reduziert. Betroffen von der RDE-PN-Regulierung sind alle Direkteinspritzmotoren (Otto- und Dieselmotoren). Bei Ottomotoren führt die robuste Auslegung für jegliche RDE-Extrembedingungen letztlich zum Einsatz eines Otto-Partikelfilters, während bei Dieselmotoren der Diesel-Partikelfilter aufgrund höherer Rohemissionen bereits seit Jahren in Serie ist. → Siehe Grafik 2.05

→ Siehe Grafik 2.03, 2.04 und 2.05

Maßnahmen zur Emissionsreduktion in einem BMW Dieselfahrzeug

→ G2.02



Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

→ 2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

**ICCT zeigt: Sehr gutes Realemissionsverhalten
von BMW Diesel-Motoren**

Die BMW Group hat bereits heute im Flottendurchschnitt die besten NO_x-Realemissionswerte im Vergleich zu anderen Herstellern. Das zeigt eine Auswertung des International Council on Clean Transportation (ICCT), einer gemeinnützigen Organisation, die unabhängige Forschung betreibt sowie technische und wissenschaftliche Analysen für Umweltbehörden erstellt. Die Studie zeigt, wie weit die Hersteller von den regulatorischen Grenzwerten Euro 5 (180 mg/km, für verkaufte Fahrzeuge von 2009 bis 2014) und Euro 6 (80 mg/km, für verkaufte Fahrzeuge von 2014 bis heute) entfernt liegen. Die Umweltorganisation ICCT hat Messdaten von Behörden und anderen Organisationen in Europa für insgesamt 541 Diesel-Pkw der Normen

Euro 5 und 6 ausgewertet. Euro-6-Diesel (80 mg/km) der BMW Group erzielen dabei mit dem Faktor 1,8 den besten Wert. Bei Euro 5 (180 mg/km) lag die BMW Group mit dem Faktor 2,2 über dem Grenzwert. Mit diesen Werten schnitt die BMW Group am besten ab und lag vor 15 Mitbewerbern aus unterschiedlichen Automobil-Segmenten. Auch in Bezug auf den Durchschnittswert des NO_x-Ausstoßes aller getesteten Euro-6-Diesel, der bei Faktor 4,5 lag, setzte sich die BMW Group mit Faktor 1,8 deutlich ab. Getestet wurden Modelle der folgenden Hersteller unter realen Fahrbedingungen: BMW, Volkswagen, Daimler (Mercedes-Benz, Smart), Toyota, Tata (Land Rover), Mazda, Honda, PSA (Peugeot-Citroën), Volvo, Kia, Ford, Suzuki, Hyundai, General Motors (Opel-Vauxhall), Fiat Chrysler (inkl. Alfa Romeo und Jeep), Renault-Nissan. → **Die Auswertung der Studie des International Council on Clean Transportation (ICCT) sowie eine detaillierte grafische Übersicht der Ergebnisse findet sich hier.**



Ein Dieselmotor der BMW Group gehört im Wettbewerbsvergleich zu den saubersten.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

→ 2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

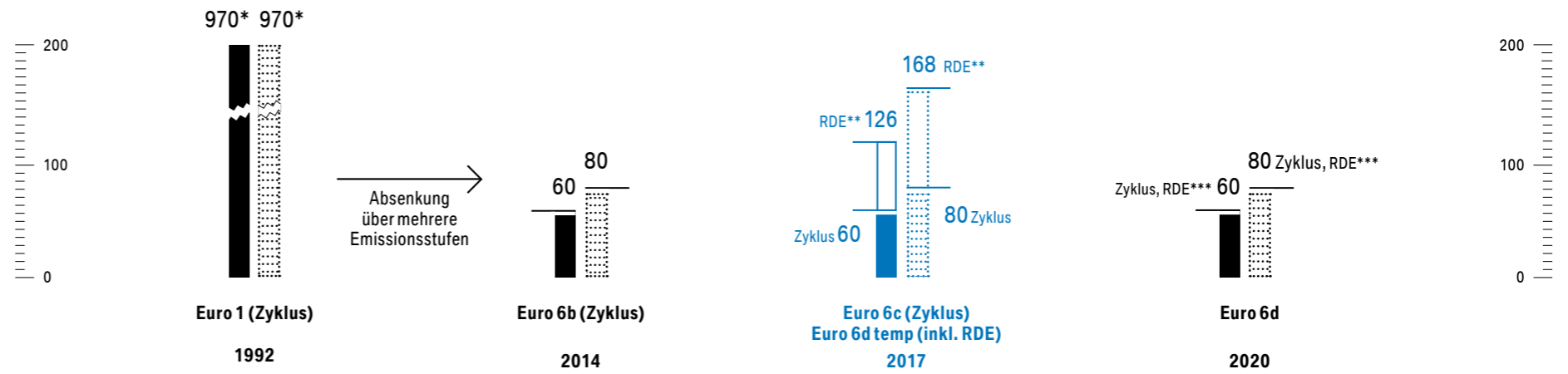
Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Gesetzliche Emissionsgrenzwerte für PKW mit Otto- und Dieselmotor (NOx und PM) in der Europäischen Union

→ G2.03

in mg/km

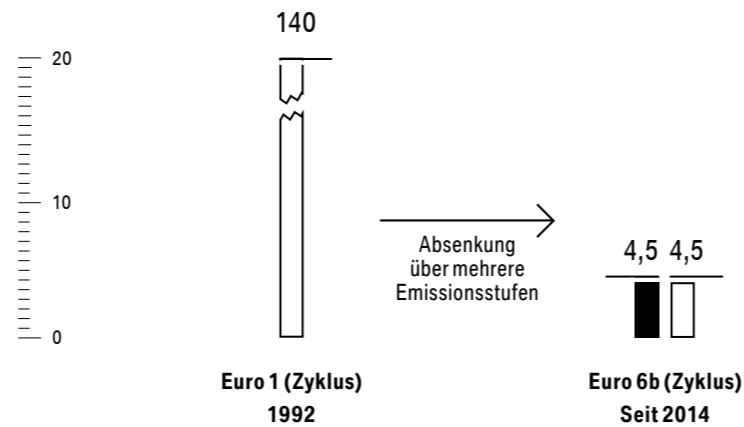


* kombinierter Grenzwert (HC+NOx)
 ** RDE-Grenzwerte inklusive Messtoleranz
 *** RDE-Grenzwerte exklusive Messtoleranz
 ■ NOx, Benzin
 ■■■ NOx, Diesel

Gesetzliche Partikelmassegrenzwerte für PKW mit Otto- und Dieselmotor (PM) in der Europäischen Union

→ G2.04

in mg/km

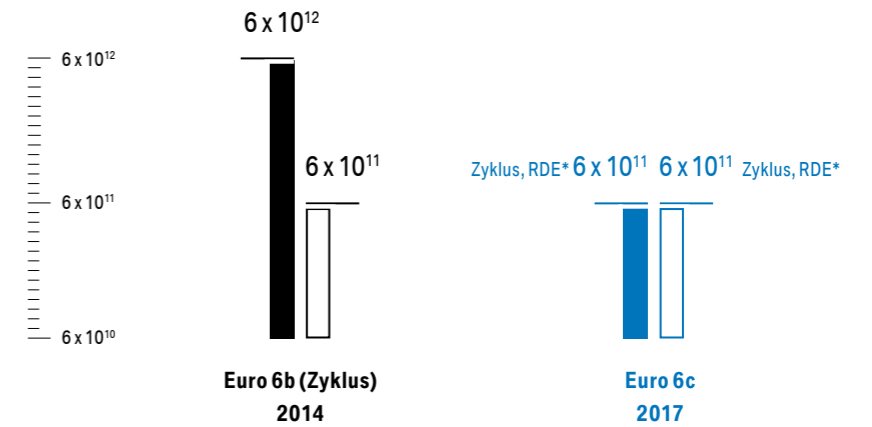


■ Particulate Matter (PM, Partikelmasse), Benzin
 □ Particulate Matter (PM, Partikelmasse), Diesel

Gesetzliche Partikelgrenzwerte für PKW mit Otto- und Dieselmotor (PN) in der Europäischen Union

→ G2.05

in Partikelanzahl/km



* RDE-Grenzwerte exklusive Messtoleranz
 ■ PN, Benzin-Direkteinspritzung
 □ PN, Diesel

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

→ 2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

CO₂-Regulierung in zentralen Marktregionen

→ T2.02

EUROPA

AKTUELLER REGULIERUNGSANSATZ

Für das Jahr 2020 wird die europäische Neuwagenflotte aller Hersteller durch die EU im Durchschnitt auf 95 g CO₂/km (Basis: NEFZ) reguliert.

ANGABEN ZU MESS- UND TESTVERFAHREN

Diese Werte werden anhand der verkauften Fahrzeuge ermittelt. Die europäischen Grenzwerte von CO₂-Emissionen beziehen sich auf den genormten Testzyklus NEFZ. Seit September 2017 wird der aktuelle NEFZ durch das WLTP-Verfahren ersetzt.

KÜNFTIGE ANSÄTZE FÜR CO₂-REGULIERUNG

Aktuell wird in der EU die Folgegesetzgebung für den Zeitraum bis 2030 vorbereitet, die bis Anfang 2019 verabschiedet werden soll. Ein erster Vorschlag der EU-Kommission wurde Anfang November 2017 veröffentlicht. Er sieht eine weitere Reduzierung der CO₂-Emissionen der EU-Neufahrzeugflotte um 15 % bis 2025 bzw. 30 % bis 2030 mit Bezug zum neuen WLTP Zyklus vor. Ergänzend soll eine Bonusregelung bei Übererfüllung der indikativen Vorgaben für emissionsarme Fahrzeuge (<50 g/km WLTP) eingeführt werden.

NEFZ: Neuer Europäischer Fahrzyklus
 WLTP: Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedures
 FTP: Federal Test Procedure
 RDE: Real Driving Emissions
 SULEV: Super Ultra Low Emission Vehicle
 NEV: New Energy Vehicle
 NEV-Mandat: Das NEV-Mandat legt für jeden Hersteller eine zu erfüllende Quote an NEVs bezogen auf den Gesamtabsatz des einzelnen Herstellers fest.
 ZEV: Zero Emission Vehicle
 ZEV-Mandat: Das ZEV-Mandat soll für jeden Hersteller eine zu erfüllende Quote an ZEVs bezogen auf den Gesamtabsatz des einzelnen Herstellers festlegen.

USA

Die USA haben ebenfalls Verbrauchs- und CO₂-Ziele bis 2025 festgelegt. Ausgehend von einer schrittweisen Reduktion ab dem Modelljahr 2012 soll die Neuwagenflotte aller Hersteller im Modelljahr 2021 einen Durchschnittswert von 202 g CO₂/Meile (125 g CO₂/km) erreichen, für 2025 liegt der Zielwert bei 163 g CO₂/Meile (101 g CO₂/km).

Die kalifornische CO₂-Gesetzgebung gilt als erfüllt, wenn die Hersteller die föderalen Anforderungen erfüllen. Zusätzlich gilt in Kalifornien und zehn weiteren Bundesstaaten das ZEV-Mandat, das den Herstellern verbindliche Verkaufquoten für elektrifizierte Fahrzeuge vorschreibt.

Diese Werte werden anhand der verkauften Fahrzeuge ermittelt. In den USA kommt das Testverfahren FTP (Federal Test Procedure) zum Einsatz. Die jährlichen Reduktionsziele sind als Flottenziel für die gesamte Fahrzeugflotte vorgegeben und erlauben dadurch modellindividuelle Flexibilität.

In den USA wird die Midterm Evaluation für die Zielvorgaben der Modelljahre 2022 bis 2025 fortgesetzt. Inwieweit eine Anpassung der aktuellen Zielwerte erfolgt, soll bis Ende März 2018 entschieden werden. Eine Änderung des aktuell gültigen Testverfahrens steht nicht zur Diskussion. In Kalifornien wird derweil die Diskussion um die Vorgaben eines zukünftigen ZEV-Mandates fortgesetzt.

CHINA

In China wird die Kraftstoffeffizienz der Fahrzeugflotte reguliert. Für 2020 gilt ein Durchschnittsverbrauchsziel von 5 Litern pro 100 Kilometer.

Diese Werte werden anhand der verkauften Fahrzeuge ermittelt. Die Verbrauchsgrenzwerte beziehen sich auf den genormten Testzyklus NEFZ.

Ein erster Gesetzesentwurf für die Verbrauchsregulierung in China wird voraussichtlich im kommenden Jahr vorgelegt. Nach aktuellem Stand der Diskussionen ist von einer weiteren Reduktion der Verbrauchswerte in l/100 km um 20 % ggü. dem Zielwert 2020 auszugehen. Parallel wird über die Einführung eines chinaspezifischen Testzyklus diskutiert. Die gesetzliche Einführung eines NEV-Mandates erfolgt im Jahr 2019 – mit einer Fortführung ist zu rechnen.

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**

→ **2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen**
2.2 Elektromobilität**2.3 Mobilitätsverhalten****3**

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

Mit international divergierenden Rahmenbedingungen umgehen

Die aktuellen und geplanten Maßnahmen zur CO₂-Regulierung in zentralen Marktregionen zeigen, dass die Automobilhersteller global gesehen mit einer Vielzahl von Regulierungen sowie unterschiedlichen Mess- und Testverfahren konfrontiert sind.

→ Siehe
Tabelle 2.02

Weitere Beispiele für divergierende Anforderungen sind die Restriktionen bei der Nummernschildvergabe in chinesischen Metropolen oder auch die Diskussion über Dieselfahrverbote in europäischen Städten. Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang, dass bereits Ankündigungen über drohende Restriktionen Einfluss auf das Kundenverhalten haben können.

Die BMW Group unterstützt die Entwicklung national – und wenn möglich sogar international – harmonisierter Vorgaben in den einzelnen Weltregionen, da sie einen wichtigen Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels und zur Verbesserung der Luftqualität leisten. Eine Vielfalt und mangelnde Harmonisierung unterschiedlicher Regularien auf nationaler und supranationaler Ebene stellen für die BMW Group als weltweit operierenden Konzern jedoch große Herausforderungen dar. Wir gehen davon aus, dass die Politik auf der Basis bestehender und künftiger wissenschaftlicher Analysen unter Berücksichtigung technologischer Möglichkeiten weitere Grenzwertverschärfungen vornehmen wird. Diese voraussichtlich sehr ambitionierten Vorgaben erfordern gleichermaßen einen erheblichen Investitions- und Entwicklungsaufwand.

Darüber hinaus stellen die gesunkenen Kraftstoffpreise und damit zusammenhängende Veränderungen in der Kundennachfrage neue Herausforderungen dar, die es uns erschweren, die für 2020 gesteckten Flottenziele zu erreichen. Zudem ergeben sich aus dem jeweiligen Käuferverhalten regionale Abweichungen beim Flottenverbrauch. Ein Grund hierfür können unterschiedlich ausgeprägte Vorlieben für bestimmte Antriebe oder Fahrzeugkonzepte wie SUVs (Sport Utility Vehicles) in den einzelnen Regionen sein. → GRI 305-5

Einen weiteren Einfluss auf die Kundenentscheidung haben fahrzeugbezogene Steuern, die nationalstaatlich festgelegt werden und entsprechend sehr unterschiedlich ausfallen. Zum Beispiel können Veränderungen in der Besteuerung von Dieselmotoren oder -fahrzeugen (wie seit 2016 in Frankreich) langfristig zu einer Abnahme von Dieselfahrzeugen im Flottenmix führen. Dies wirkt sich wiederum negativ auf die durchschnittlichen CO₂-Emissionen aus, da ein Dieselmotor im Durchschnitt 15% weniger CO₂ emittiert als ein Benzinmotor.

Ungeachtet der Einsparungspotenziale durch Effizienztechnologien hängen der spezifische Kraftstoffverbrauch und die daraus resultierenden CO₂- und Schadstoffemissionen jedes Fahrzeugs auch von der individuellen Fahrzeugnutzung ab (zum Beispiel Fahrweise, Auslastung und Qualität des Kraftstoffs).

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

→ 2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Die Diskussion um Abgase bei Dieselmotoren

Seit 2015 sorgt die Diskussion um Abgase bei Dieselmotoren vor allen Dingen in Europa und den USA zu einer anhaltenden Kritik an der Automobilindustrie.

Im Zuge dieser Diskussion wurde dabei oftmals der Eindruck erweckt, dass nahezu alle Hersteller Abgaswerte manipuliert hätten.

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. Wir sind jederzeit bereit, unsere Prüfverfahren gegenüber den zuständigen Behörden zu erläutern und unsere Fahrzeuge zur Überprüfung zur Verfügung zu stellen.

Auch in Bezug auf die Vorwürfe in den Medien zu Beginn des Jahres 2018 gilt unsere Position: Es gibt bei der BMW Group keinerlei Aktivitäten und technische Vorkehrungen, den Prüfmodus zur Erhebung von Emissionen zu beeinflussen.

Die anhaltende Kritik an Unternehmen der Automobilindustrie zeigt, dass das Ansehen der deutschen Automobilindustrie auch im vergangenen Jahr deutlich gelitten hat. Das Unternehmen sieht Handlungsbedarf, gemeinsam mit anderen Herstellern das Vertrauen

in die Industrie zurückzugewinnen. Angesichts der vor uns liegenden Herausforderungen – zunehmende Urbanisierung, Digitalisierung und Automatisierung – liegt dies in einem gesellschaftlichen Interesse. Wir wollen mit unserem Know-how und unserer Lösungskompetenz einen wesentlichen Beitrag leisten, wenn es darum geht, die Zukunft der Mobilität zu gestalten.

Aus Sicht der BMW Group haben Diesel-PKW unverändert eine Perspektive. Vor dem Hintergrund der Luftqualitätsbelastung in verkehrsreichen Stadtzentren, die unter anderem auch auf die NO_x-Emission von Dieselfahrzeugen zurückzuführen ist, hat der Gesetzgeber seit 2010 an einer Regulierung hierzu gearbeitet und im Jahr 2015 mit dem RDE-Gesetz (RDE, Real Driving Emissions) für PKW eine wirksame Abhilfe geschaffen. Das RDE-Gesetz erfordert bereits heute in der Typprüfung das Monitoring und die Offenlegung der Emissionsabweichungen zwischen Prüfstand und tatsächlicher Straßenfahrt. Seit September 2015 müssen zudem sukzessive verbindliche Grenzwerte eingehalten werden, die in einer zweiten Stufe ab Januar 2020 weiter verschärft werden. Die BMW Group hat frühzeitig die Diesel-Abgas-Nachbehandlungssysteme dahin gehend weiterentwickelt, die NO_x-Emission über den gesamten Betriebsbereich möglichst gering zu halten. Seit 2012 haben wir in Europa und später auch in den USA eine Kombination aus NO_x-Katalysator (NSC) und Selective-Catalytic-Reduction-System (SCR) eingesetzt. Damit werden die jeweiligen Systemvorteile sowohl bei niedrigen Geschwindigkeiten und Lasten im Stadtbetrieb als auch bei Autobahnfahrten mit hohen Lasten genutzt.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

→ 2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Ausblick

Es ist unser Anspruch, treibende Kraft bei der Entwicklung einer nachhaltigen individuellen Mobilität zu sein und dies auf einem verantwortungsvollen und nachhaltigen Weg zu schaffen. Mit EfficientDynamics liefern wir bereits seit 2007 – unser Ziel dabei ist, den Benzinverbrauch weiter zu verringern sowie CO₂-Ausstoß und Emissionen unserer Fahrzeuge weiter zu reduzieren. Die BMW Group setzt den Fokus auf effiziente und saubere Verbrennungsmotoren sowie auf Elektromobilität.

Der nächste Schritt zu mehr Nachhaltigkeit umfasst neben dem Ausbau der Kompetenz in den Bereichen Verbrennungsmotoren, Aerodynamik und Leichtbau zahlreiche Innovationen auf weiteren Technologiefeldern. Neben der Elektrifizierung des Antriebs bietet auch die Digitalisierung zusätzliches Potenzial für eine weitere Reduzierung der Verbrauchs- und Emissionswerte. Wesentliche, erste Meilensteine auf diesem Gebiet wurden bereits mit der navigationsdatengestützten Getriebe- steuerung und dem Vorausschau-Assistenten unternommen.

Moderne Dieselmotoren werden in der Zukunft als Antriebe weiterhin eine Rolle spielen. Deshalb führen wir in unserem Fahrzeugportfolio auch im Jahr 2018 kontinuierlich hoch effektive Technologien zum Klimaschutz und zur Luftreinhaltung ein. Mit 48-Volt-Rekuperations-Systemen und maximaler Emissionsabsenkung wollen wir bei Verbrennungsantrieben weiterhin Maßstäbe setzen.

Auch im kommenden Jahr stellen wir uns den kritischen Fragen und Diskussionen um die Dieselschadstoffe. Durch Transparenz wollen wir das Vertrauen unserer Kunden und der Öffentlichkeit in die Automobilbranche zurückgewinnen.



Urban und aktiv unterwegs: Der neue BMW X2 wurde 2017 präsentiert und ist ab März 2018 erhältlich.

Zielsetzung
Produkte und Dienstleistungen



→ ELEKTROMOBILITÄT

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



Der neue BMW i8 Roadster: die Verbindung zwischen Sportlichkeit und emissionsfreiem Fahren

2.2 ELEKTROMOBILITÄT

Zielsetzung:

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

Elektromobilität ist eines der zentralen Zukunftsthemen, wenn es darum geht, Urbanität und Verkehr nachhaltig und lebenswert zu gestalten. Das bekommen wir auch immer wieder im Austausch mit unseren Stakeholdern gespiegelt. Elektrofahrzeuge sind lokal emissionsfrei und haben das Potenzial, den Ausstoß von CO₂ und Luftschadstoffen über den gesamten Lebenszyklus signifikant zu verringern sowie den Verkehrslärm in Städten deutlich zu reduzieren. Die BMW Group entwickelt Elektrofahrzeuge, bei denen die Vorteile nachhaltiger Mobilität mit einem neuen Fahrerlebnis für den Kunden verbunden werden. Innovative, geräumigere Innenraumkonzepte sowie die schnelle Beschleunigung und der höhere Wirkungsgrad des Elektromotors sind hier die entscheidenden Verkaufsargumente.

Wir wollen bei der Elektromobilität Maßstäbe setzen. Um unseren Führungsanspruch zu unterstreichen, streben wir an, bis Ende 2019 kumuliert 500.000 Fahrzeuge mit Elektro- und Plug-in-Hybridantrieb verkauft zu haben. Allein im Jahr 2017 haben wir bereits unser Ziel erreicht, 100.000 elektrifizierte Fahrzeuge zu verkaufen.

Zentrale Maßnahmen:

Lebenszyklus, Reichweite und Rahmenbedingungen verbessern

Zur Verringerung des Ausstoßes von CO₂ und anderen Schadstoffen über den gesamten Lebenszyklus unserer Elektrofahrzeuge setzen wir unter anderem auf Leichtbau, die Verwendung nachwachsender Rohstoffe sowie eine besonders ressourceneffiziente und umweltfreundliche Produktion. Bezeichnend ist auch der Einsatz von erneuerbaren Energien in der BMW Wertschöpfungskette: von der Herstellung energieintensiver Materialien wie CFK (karbonfaserverstärkter Kunststoff) über die Fahrzeugproduktion bis zum Ökostromtarif für unsere Kunden in der Nutzungsphase. Weitere Handlungsansätze sind das Recycling und die Wiederverwendung von Batterien wie zum Beispiel in Großspeichern.

Mit einer Reihe von Maßnahmen arbeiten wir an der Verlängerung der Reichweite unserer Elektrofahrzeuge, was eine zentrale Herausforderung für den weiteren Erfolg dieser Technologie ist. Gemeinsam mit anderen Automobilherstellern, Ladestationsanbietern, Energieversorgern und Netzbetreibern versuchen wir zudem den Zugang und die Abwicklung des Ladens zu vereinfachen, sowohl mit fachlicher Expertise als auch mit finanzieller Unterstützung. Zudem bieten wir Privat- und Flottenkunden im Rahmen des BMW 360° ELECTRIC Service-Portfolios zukunftsweisende Ladelösungen an. Darüber hinaus entwickeln wir den BMW Group Ladeservice ChargeNow kontinuierlich weiter.

Bei der politischen Förderung der Elektromobilität besteht in vielen Ländern noch Nachholbedarf. Die BMW Group sucht den Dialog mit der Politik, um sich insbesondere für die Konsistenz von angebots- und nachfrageseitigen Maßnahmen einzusetzen.

Um sicherzustellen, dass wir die Absatzziele für unsere Elektro- und Hybridfahrzeuge erreichen, erweitern wir schrittweise unser Produktportfolio und bieten im Rahmen unseres Carsharings DriveNow den BMW i3 zum Kennenlernen an. Wir bauen unser Händlernetzwerk fortlaufend

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

→ 2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Gesonderter nichtfinanzieller Bericht

aus und trainieren spezialisiertes Personal. Ergänzt wird dieses Maßnahmenpaket durch fokussierte Marketinginitiativen und Finanzierungsangebote.

Due-Diligence-Prozesse: **Ökobilanzen in der Produktentwicklung verankern**

Eine ganzheitliche, lebenszyklusorientierte Sicht auf Umweltauswirkungen ist ein integraler Bestandteil unserer Zielsysteme und organisatorischen Prozesse in der Fahrzeugentwicklung.

Die Umsetzung der Zielvorgaben und die Bewertung der Fortschritte im Entwicklungsprozess steuern wir mit unserem Life Cycle Assessment nach der ISO-Norm 14040/44. Unsere Reduktionsziele sowie die marktspezifischen Flottenanforderungen berücksichtigen wir durchgehend bereits in der Produktentwicklung. Dabei definieren wir für jede Produktlinie und jedes neue Fahrzeugprojekt spezifische Ziele zur Optimierung über den gesamten Lebenszyklus.

Für das Überwachen und die Weiterentwicklung der Ziele ist der Strategiebereich der BMW Group verantwortlich. Ein wichtiges Instrument sind hierbei zum Beispiel Ökobilanzen, die einen Vorgänger-Nachfolger-Vergleich ermöglichen.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: **Elektrofahrzeuge weiter ganzheitlich verbessert und Absätze erhöht**

Unser Ziel, 2017 100.000 Fahrzeuge mit Elektro- und Plug-in-Hybridantrieb abzusetzen, konnten wir mit insgesamt 103.080 verkauften Fahrzeugen übertreffen. Auch beim Thema Reichweite haben wir über die letzten Jahre wesentliche Fortschritte erzielt.

Neu- und Bestandskunden können sich seit 2016 für ein reichweitenstärkeres BMW i3 Modell entscheiden oder darauf aufrüsten (bis zu 300 km, Neuer Europäischer Fahr-

→ Siehe
Leistungs-
indikatoren

zyklus). Dieses Modell ist auch mit einem Range Extender erhältlich, der eine zusätzliche Reichweite von 150 km im Alltagsbetrieb bietet. Zudem hat sich die BMW Group bis Ende 2017 in über 40 Projekten für eine Verbesserung der Ladeinfrastruktur engagiert und den Aufbau von über 9.500 operativen Ladepunkten initiiert. Leistungsstarke Ladesäulen mit Gleichstrom ermöglichen den 80 %-Ladestand eines BMW i3 bereits in rund 40 Minuten.

Gemeinsam mit anderen Automobilherstellern hat die BMW Group das Gemeinschaftsunternehmen IONITY gegründet, um ein leistungsstarkes Schnellladernetzwerk in Europa entlang wichtiger Verkehrsachsen aufzubauen. Unser Ladeservice ChargeNow ermöglicht Zugang zu aktuell über 137.000 öffentlichen Ladepunkten unterschiedlicher Anbieter in 29 Ländern weltweit. In China waren am Ende des Jahres 2017 rund 47.000 Ladepunkte für unsere Kunden verfügbar. Ergänzend haben wir die Ladeleistung der von BMW i vertriebenen Wallbox für das Laden zu Hause weiter verbessert.

Auf politischer Ebene engagiert sich die BMW Group zum Beispiel in der Nationalen Plattform Elektromobilität (NPE) in Deutschland und der Agora Verkehrswende. International ist die BMW Group Mitglied im Foreign Expert Panel eines hochrangigen Beratungsgremiums für die chinesische Zentralregierung sowie als Gründungsmitglied in der Plugin Electric Vehicle Collaborative im US-Bundesstaat Kalifornien für die Förderung der Elektromobilität.

Im Berichtsjahr haben wir zudem die Ansätze zur ganzheitlich ökologischen Optimierung der BMW Elektromobilität weiterverfolgt und ausgebaut. So bieten wir unseren Kunden im Rahmen der BMW i 360° ELECTRIC Services in mittlerweile 13 Ländern Strom aus regenerativen Quellen an. Auch in die Wiederverwendung von gebrauchten i3 Batterien als Speicherlösungen zur Unterstützung der eigenen und öffentlichen Energieversorgung wurde weiter investiert. Zudem haben wir unsere Expertise zum Recycling von Batterien weiter verbessert, sodass derzeit eine Recyclingquote von rund 75 – 80 % möglich ist.

→ Siehe
Leistungs-
indikatoren

ELEKTROMOBILITÄT IM DETAIL

Umweltschutz entlang des gesamten Lebenszyklus sicherstellen

Die über den Lebenszyklus eines Fahrzeugs auftretenden Umwelt- und Sozialauswirkungen werden maßgeblich bereits in der Entwicklungsphase bestimmt. Entscheidende Einflussfaktoren sind zum Beispiel die Materialauswahl, die jeweilige Produktionstechnologie, die Auswahl der Lieferanten, die gewählte Antriebsvariante sowie die Wiederverwertbarkeit der Fahrzeugkomponenten. Besonders konsequent haben wir diese Faktoren im Rahmen der Baureihe BMWi berücksichtigt, in der wir seit 2007 Elektrofahrzeuge entwickeln.

Gemäß unserem Ansatz Design for Recycling legen wir unsere Fahrzeuge von vornherein so aus, dass sich ihre Komponenten während ihres gesamten Lebenszyklus möglichst weitgehend und effizient verwerten lassen.

→ GRI 102-11

→ Siehe
Grafik 2.06

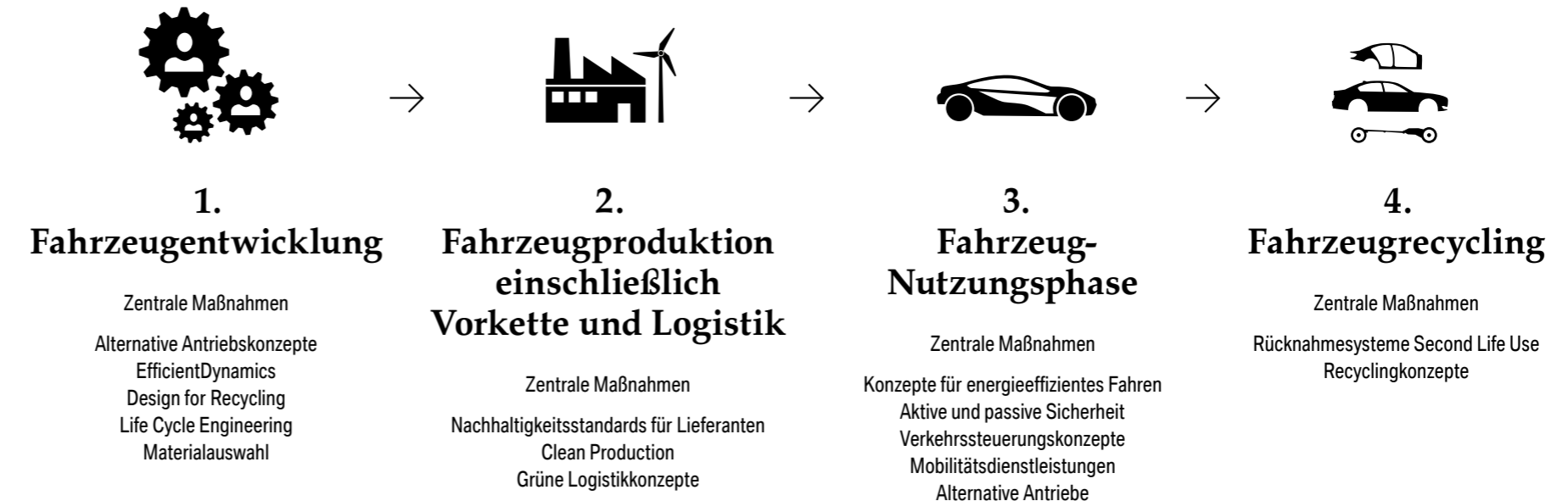
Die Definition von Elektromobilität aus Sicht der BMW Group

In der Automobilindustrie und der Öffentlichkeit kursieren unterschiedliche Definitionen von Elektromobilität. So zählen manche Hersteller auch Mild-Hybride ohne Ladeoption zum Kreis der Elektrofahrzeuge. Andere Hersteller definieren sogar Fahrzeuge mit einer Start-Stopp-Automatik als elektrifiziertes Fahrzeug.

Aus Sicht der BMW Group müssen Elektrofahrzeuge geladen werden können und auch rein elektrisch fahren. Nur dann können sie aus Sicht des Unternehmens zu Recht als Elektrofahrzeug bezeichnet werden und zählen als Plug-in-Hybrid- oder vollelektrische Fahrzeuge.

Elektromobile mit regenerativen Energien laden

Ein Elektroauto kann nur dann sein volles Nachhaltigkeitspotenzial entfalten, wenn auch die Stromerzeugung für seine Nutzung möglichst CO₂-neutral erfolgt. Zu den Partnerunternehmen, mit denen die BMW Group auf diesem Gebiet zusammenarbeitet, gehören sowohl markt-spezifische Anbieter von Ökostrom als auch Hersteller von Solarstromanlagen für Carports, Haus- und Garagendächer. Daher können wir unseren Kunden ermöglichen, den Strom zum Aufladen ihres BMW i3 und BMW i8 oder auch ihrer BMW iPerformance Plug-in-Hybridmodelle emissionsfrei zu Hause selbst zu produzieren.



Netzintegration von Elektrofahrzeugen: Charge Forward

Elektrofahrzeuge werden als Flexibilitätsreserve eine große Rolle in den künftigen intelligenten Stromnetzen (smart grids) spielen: Da die benötigte Zeit zum Wiederaufladen des Speichers meist viel kleiner ist als die reale Park- und Ladezeit, besteht bei Ladevorgängen ein hohes Maß an Flexibilität, wann der Ladestrom fließen soll.

Dies stellt die Basis des Projekts → **Charge Forward** dar: Fahrer von BMWi Elektrofahrzeugen geben lediglich die geplante nächste Abfahrtszeit ein – die intelligente BMW Ladesteuerung erledigt zuverlässig den Rest. So können Ladevorgänge mit dem Stromnetz synchronisiert werden: In Zeiten hoher Auslastung wird der Ladevorgang verschoben, um Lastspitzen zu vermeiden. Zur optimierten Integration von erneuerbaren Energiequellen kann Laden auch in Zeiten mit hoher regenerativer Erzeugung aus Windkraft und Fotovoltaik gelegt werden und sogar ein Mehrwert durch die Vermarktung von Flexibilität und Speicherkapazität erzielt werden.

Mit dem Charge Forward-Pilotprojekt wurde zusammen mit dem Energieversorger Pacific Gas and Electric und 100 BMWi3 Kunden in San Francisco von Juli 2015 bis Dezember 2016 die Alltagstauglichkeit dieser Konzepte erfolgreich unter Beweis gestellt. Weitere Charge Forward-Pilotprojekte zur Vertiefung der gewonnenen Erkenntnisse wurden 2017 gestartet; parallel ist bereits die Entwicklung eines entsprechenden serienreifen Service-Angebots für unsere Kunden im Gange.

Durch Wiederverwendung und Recycling von Batterien die Umweltbilanz verbessern

Fahrzeuggatterien, die altersbedingt nicht mehr für den Einsatz im Fahrzeug geeignet sind, werden nach Möglichkeit wiederverwendet. In ihrem „zweiten Leben“ können sie dabei helfen, erneuerbare Energien in das Stromnetz zu integrieren und Energiekosten zu senken. Solche Batteriespeicher liefern Regelleistung und können daher Schwankungen im Netz ausgleichen, die beispielsweise

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

→ 2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

durch die Einspeisung von regenerativen Energien entstehen. Die technische und wirtschaftliche Machbarkeit dieses Ansatzes hat die BMW Group durch den Betrieb einer Vielzahl von Pilotanlagen in Europa, Asien und den USA nachgewiesen. Derzeit entwickeln wir das Verfahren weiter. Stationäre Speichersysteme mit neuen BMW i3 Batterien können zu einem späteren Zeitpunkt auf einfache Art und Weise mit gebrauchten Batterien erweitert werden. Auch BMW intern werden die Standorte weltweit sukzessive mit Batteriespeichern energetisch optimiert. So machen wir erneuerbare Energien für den Eigenverbrauch verfügbar und bauen die interne Ladeinfrastruktur batterieversorgt aus. Gebrauchte BMW i3 Batterien aus ehemaligen Entwicklungsfahrzeugen werden bereits in Bürogebäuden und an mehreren unserer Produktionsstandorte, zum Beispiel im Werk Leipzig/DE, eingesetzt. Dies werden wir in Zukunft weiter ausbauen.

Für Batterien, die auch als Stationärspeicher nicht mehr verwendet werden können, verfolgen wir das Ziel, eine möglichst hohe Recyclingquote der wertvollen Ressourcen zu erzielen. Die BMW Group hat gemeinsam mit einem Partner aus dem universitären Bereich ein Verfahren entwickelt, mit dem gegenüber den konventionellen Recyclingverfahren (Recyclingquote knapp über 50 %) eine Recyclingquote von rund 75–80 % erreicht wird. Damit soll sich der CO₂-Fußabdruck dieses Verwertungsprozesses mehr als halbieren. Im weiteren Projektverlauf bis Ende 2018 wollen wir weitere Potenziale zur Steigerung der Verfahrenseffizienz und Maßnahmen zur Anhebung der Recyclingquote auf über 90 % ermitteln. Im Rahmen des Basic Engineerings bewerten wir für interessierte Verwertungspartner die Realisierbarkeit des Konzeptes in der industriellen Anwendung. Auf diese Weise möchten wir zur Entwicklung marktfähiger Recyclingverfahren für Lithium-Ionen-Batterien beitragen. In der letzten Projektphase ab Mitte 2018 wollen wir ein Downcycling zu minderwertigen Sekundärstoffen ausschließen und möglichst Rezyklate in geeigneter Qualität für die Neuproduktion von Lithium-Ionen-Batterien gewinnen.



Innovative, nachhaltige und profitable Zweitnutzung von Autobatterien: die Speicherfarm der BMW Group in Leipzig

Ökobilanzen elektrifizierter Fahrzeuge

Weiterführende Informationen in den Bilanzberichten (als PDF zum Download):

- [Umweltbericht BMW i3 \(PDF, 765 KB\)](#)
- [Umweltbericht BMW i8 \(PDF, 638 KB\)](#)
- [Umweltbericht BMW 530e iPerformance \(PDF, 645 KB\)](#)
- [Umweltbericht BMW 740Le iPerformance \(PDF, 755 KB\)](#)

Beispielhaft zeigt der Umweltbericht des BMW 530e iPerformance, dass der CO₂-Fußabdruck über den gesamten Lebenszyklus unter Annahme von Normverbräuchen um ca. 15 % niedriger ist als für den konventionell betriebenen BMW 530i. Bei Verwendung von regenerativ erzeugtem Ladestrom reduziert sich der CO₂-Fußabdruck sogar um etwa 47 %.

 Einführung

1

 Fundamente

2

 Produkte
 und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen

→ 2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

 Produktion
 und Wertschöpfung

4

 Mitarbeiter
 und Gesellschaft

 Weiterführende
 Kennzahlen

 Anhang

Den Markterfolg von Fahrzeugen mit Elektro- und Hybridantrieb fördern

Der Markterfolg der Elektromobilität hängt zentral von der Steigerung der Fahrzeugreichweite sowie von der Ladegeschwindigkeit und -infrastruktur ab. Hier bieten wir bereits heute attraktive Fahrzeuge, aber auch Dienstleistungen, die wir im Verbund mit unseren Partnern kontinuierlich weiterentwickeln.

Darüber hinaus kann die Politik entscheidend zur Verbreitung der Elektromobilität beitragen, indem sie entsprechende Anreize schafft. Dies kann zum Beispiel durch die Privilegierung von öffentlichen Parkplätzen nach dem deutschen Elektromobilitätsgesetz geschehen.

Mit BMW 360° ELECTRIC innovatives Laden ermöglichen

Im Rahmen des → BMW 360° ELECTRIC Portfolios bieten wir Privat- und Flottenkunden zukunftsweisende Ladelösungen für zu Hause und unterwegs an (Wallboxen, Ladekabel, Vermittlung von Grünstromverträgen und Solarlösungen).

Im Jahr 2016 hat die BMW Group eine neue BMW i Wallbox Generation auf den Markt gebracht. Die Vorteile der BMW i Wallbox liegen in der schnelleren Ladezeit: Sie hat eine bis zu sechsfache Ladeleistung gegenüber dem serienmäßig enthaltenen Ladekabel. Bei den Modellen BMW i Wallbox Plus und BMW i Wallbox Connect können zudem mehrere Nutzer ein persönliches Profil anlegen und individuelle Abrechnungen erstellen.



Sechsmal schneller laden: die neuste Wallbox-Generation der BMW Group

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

→ 2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Zusätzlich bietet die BMW Group einen Installations-service an, der beim Kunden vor Ort prüft, welche BMW i Wallbox Version installiert werden kann. Ebenso übernimmt der qualifizierte Elektriker des Installationspartners auf Wunsch Lieferung, Installation und Inbetriebnahme der Box sowie eine Einweisung für den Kunden.

Der BMW Digital Charging Service bindet das Fahrzeug in die persönliche Ladesituation des Kunden zu Hause ein. Basierend auf dem Stromtarif und einer Solaranlage lädt der BMW Digital Charging Service automatisch immer zu den günstigsten Zeiten und ermöglicht somit ein kostenoptimiertes und nachhaltiges Laden des Fahrzeugs. Zudem ist der Einblick in den Energiebedarf des Fahrzeugs, den aktuellen Ladevorgang und in die Übersicht aller bereits abgeschlossenen Ladevorgänge möglich.



Ausbau von Ladeinfrastruktur: je einfacher das Laden in den Städten, desto größer die Attraktivität von Elektrofahrzeugen

Ausbau der Ladeinfrastruktur unterstützen

Der Ausbau der Ladeinfrastruktur ist eine Grundvoraussetzung für den Durchbruch der Elektromobilität. Förderliche politische Rahmenbedingungen können den Prozess weiter unterstützen. Das zeigen stark wachsende Märkte für Elektromobilität wie beispielsweise in Norwegen oder im US-Bundesstaat Kalifornien. Kunden wechseln nur dann zu Elektrofahrzeugen, wenn sie im Alltag auch eine ausreichende Ladeinfrastruktur vorfinden und Vorteile in Form von Privilegierung im Vergleich zu Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor genießen.

Mit der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens → **IONITY** stellen die BMW Group, die Daimler AG, die Ford Motor Company und der Volkswagen Konzern mit Audi und Porsche die Weichen für den Aufbau des leistungsstärksten Schnellladenetzes für Elektrofahrzeuge in Europa. Die Errichtung und der Betrieb von insgesamt rund 400 Schnellladestationen bis 2020 sind wichtige Schritte, um Elektromobilität auch auf Langstrecken zu gewährleisten und sie damit im Markt zu etablieren. Das IONITY-Team wird schon Anfang 2018 rund 50 Mitarbeiter umfassen und sukzessive ausgebaut.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

→ 2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Light & Charge

Light & Charge ermöglicht eine kostensparende Alternative zu konventionellen Ladesäulen, indem der Ladepunkt in eine bestehende städtische Infrastruktur, beispielsweise eine Laterne, integriert wird und somit keinen baulichen Eingriff erfordert. Sinnvoll ist der Einsatz dieser Technologie insbesondere im Bereich von Wohnquartieren mit Laterneparkern, die auf eine umfangreiche und damit sehr gut verfügbare Ladeinfrastruktur für das Laden über Nacht angewiesen sind. Durch die geringen Abmessungen der Ladepunkte ist der optische Eingriff in den öffentlichen Raum minimal.

Die BMWAG ist zu diesem Zweck eine Kooperation mit dem Start-up → **eluminocity** eingegangen und hat dieses mit der Entwicklung und dem Vertrieb von Light & Charge beauftragt. Mit energieeffizienten Leuchten, schlanken und kostengünstigen Ladestationen sowie smarter Sensortechnologie leistet BMW mit Light & Charge auch einen Beitrag zum Ausbau öffentlich zugänglicher Ladeinfrastruktur beispielsweise in München/DE oder Seattle/USA – dort in enger Abstimmung mit unserem Carsharing-Angebot DriveNow bzw. ReachNow.



Laden an der Laterne:
Mit Light & Charge werden urbane Stromquellen zur Ladestation.

Positive Rahmenbedingungen für Elektromobilität unterstützen

Bei den politischen Rahmenbedingungen für Elektromobilität bestehen Herausforderungen unter anderem darin, dass Förderintensität und Fördermaßnahmen von Land zu Land, von Region zu Region und von Stadt zu Stadt sehr unterschiedlich sind. Selbst innerhalb von Kommunen können einzelne städtische und nicht städtische Institutionen verschiedene Ziele verfolgen, die möglicherweise in einem Konflikt zueinander stehen. Zudem muss berücksichtigt werden, dass Kunden auf die Reduzierung von Anreizen derzeit noch sehr schnell mit nachlassender Nachfrage reagieren – zum Beispiel bei sinkenden Steuervorteilen. Das zeigt der Fall der Niederlande. Nachdem hier im Jahr 2016 die Steuervorteile für Plug-in-Hybride reduziert worden waren, sank die Nachfrage nach diesen Fahrzeugen.

Insgesamt bestehen weltweit starke Unterschiede in den Rahmenbedingungen. Wir würden es begrüßen, wenn in allen Märkten ähnlich wirksame Fördermaßnahmen für Elektromobilität ergriffen würden wie beispielsweise in Norwegen, China und Kalifornien. Gerade innerhalb der EU wären eine Harmonisierung der Fördermaßnahmen und ein intensiverer Ausbau der Ladeinfrastruktur wünschenswert, um somit auch die Erreichung der EU-Emissionsreduktionsziele zu unterstützen.

Im Rahmen des politischen Dialogs setzen wir uns für Maßnahmen zur Förderung der Elektromobilität ein, seien es finanzielle Hilfen oder nicht monetäre Maßnahmenpakete (zum Beispiel die Nutzung von Busspuren bzw. die Einführung von Sonderspuren oder Vorrechte beim Parken).

Darüber hinaus engagiert sich die BMW Group in lokalen Partnerschaften mit anderen Unternehmen und der Politik: In München/DE haben wir eine „E-Allianz“ ins Leben gerufen, die durch strategische Ansätze bessere Rahmenbedingungen für Elektromobilität langfristig sichern soll. Im Jahr 2017 haben wir auch mit der

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

→ 2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ **Stadt Hamburg/DE** eine strategische Partnerschaft geschlossen. Beide Partner sind davon überzeugt, dass die rasche Skalierung der Elektromobilität nur durch eine enge Zusammenarbeit von Kommune und Industrie erreicht werden kann. Deswegen wird Hamburg/DE seine öffentliche Ladeinfrastruktur massiv ausbauen und Parkplätze für Carsharing-Fahrzeuge und Elektrofahrzeuge privilegieren, um einen zusätzlichen Anreiz zu schaffen. Im Gegenzug wird DriveNow seine Flotte bis Ende 2019 schrittweise elektrifizieren. So wollen wir das „Henne-Ei-Problem“ zwischen verfügbarer Ladeinfrastruktur und Elektrofahrzeugen auflösen und auch die Sichtbarkeit von Elektromobilität im Alltag stark erhöhen.

Position: Förderung der Elektromobilität durch verpflichtende Absatzquoten

Die Marktanteile für Neuzulassungen elektrifizierter Fahrzeuge liegen heute weltweit in den meisten Märkten, die keine Anreizsysteme für die Kunden bereithalten im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Die BMW Group unterstützt grundsätzlich politische Maßnahmen zur Erhöhung der Marktdurchdringung von E-Fahrzeugen. Allerdings ist die alleinige Einführung von verpflichtenden Absatzquoten für Automobilhersteller für einen tatsächlichen Markterfolg aus unserer Sicht nicht ausreichend.

Dies zeigt auch das Beispiel des Vorreiters Kalifornien, das als erster Bundesstaat der USA eine solche Quotenvorgabe eingeführt hat. Der dortige Gesetzgeber verlangt, dass mittlere und große Autohersteller eine gewisse Anzahl an emissionsarmen Fahrzeugen, sogenannte Zero Emissions Vehicles (ZEV), auf dem Markt haben müssen. Für deren Absatz erhält der Hersteller ZEV Credit Points. Reicht die so erhaltene Punktezahl nicht, drohen teure Strafen. ZEV Credit Points können aber auch bei anderen Herstellern gekauft werden.

Aufgrund der hinter den ursprünglichen Erwartungen zurückbleibenden Marktentwicklung wurden die Quotenanforderungen in Kalifornien in den letzten Jahren mehrfach nach unten korrigiert. Entscheidend für die Erfüllung von Quotenvorhaben sind vor allem förderliche Rahmenbedingungen wie eine flächendeckende Ladeinfrastruktur sowie insbesondere in der Markthochlaufphase finanzielle und nichtfinanzielle Anreize. Mittel- und langfristig richtet sich die Nachfrage der Kunden an der Qualität, den Auswahlmöglichkeiten und dem Preis-Leistungs-Verhältnis des Angebots aus. Die BMW Group bietet weltweit aktuell neun elektrifizierte Fahrzeugmodelle an, will dieses Angebot bis 2025 um weitere Modelle ergänzen und die elektrischen Reichweiten der Fahrzeuge erhöhen.

Im Allgemeinen halten wir eine einfache Übertragung eines solch komplexen Quotensystems in Länder mit anderen Regulierungsansätzen für nicht sinnvoll. Denn für eine erfolgreiche Umsetzung sollte unter anderem die Konsistenz mit weiteren Politikmaßnahmen gewährleistet sein. Insbesondere auf EU-Ebene kann ein solches System nicht Erfolg versprechend etabliert werden, da die einzelnen Mitgliedstaaten die Verantwortung für den Ausbau der Ladeinfrastruktur und die Kundenanreize haben und kein homogener Markt für Elektromobilität existiert. In Kalifornien zum Vergleich werden solche flankierenden Maßnahmen zur Quotenvorgabe von derselben Behörde verantwortet.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

→ 2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Ausblick

Wir investieren weiter in die Planung und Entwicklung neuer Fahrzeugmodelle, um unser Portfolio bis 2025 auf 25 elektrifizierte Modelle in allen Fahrzeugsegmenten auszuweiten – zwölf davon vollelektrisch. Dabei streben wir an, auch unsere großen Volumenmodelle als reine Batteriefahrzeuge anzubieten. Die Reichweite unserer vollelektrischen Fahrzeuge wollen wir auf bis zu 700 km erhöhen. Als Nächstes folgt der Launch der elektrifizierten Modelle des BMW i8 Roadsters (2018) sowie der batterieelektrischen Varianten des BMW X3 (2020) und des MINI (2019).

Im Hinblick auf Antriebstechnologien stellt sich die BMW Group bewusst breit auf, um für die verschiedenen Anforderungen der Zukunft weltweit innovative Lösungen für die Mobilitätsbedürfnisse ihrer Kunden anbieten zu können. Mit dem BMW iNext führen wir bereits 2021 die fünfte Generation unserer Elektroantriebe ein, die als skalierbarer modularer Baukasten verfügbar sein werden. Dabei wird die Fahrzeugarchitektur von der Antriebstechnologie entkoppelt und somit kann jedes Modell je nach Bedarf mit konventionellem, elektrischem oder Hybridantrieb ausgestattet werden.

Wir wollen auch 2018 in den Aufbau der Ladeinfrastruktur investieren, um die Verbreitung der Elektromobilität zu beschleunigen. Auf europäischer Ebene realisieren wir bis 2020 mit IONITY ein Schnellladnetzwerk mit 400 Schnellladestationen. Zudem werden wir den Umstieg unserer eigenen Mitarbeiter auf Elektrofahrzeuge erleichtern, indem wir ihnen weitere Ladestationen zur Verfügung stellen.

Wir werden auch 2018 weitere Schritte unternehmen, um unsere Elektrofahrzeuge über den gesamten Lebenszyklus ökologisch zu optimieren. Dafür planen wir, das Recyclingverfahren von Batteriezellen weiter zu verbessern, um die Anhebung der Recyclingquote auf über 90 % zu ermöglichen und das Downcycling zu minderwertigen Sekundärstoffen zu vermeiden. Im Januar 2019 planen wir die Eröffnung unseres neuen Kompetenzzentrums Batteriezelle.



→ MOBILITÄTSVERHALTEN

Die BMW Group wird das Mobilitätsverhalten durch integrierte Mobilitätsdienstleistungen in ausgewählten Metropolregionen bis 2020 nachhaltig verändern.



2.3

MOBILITÄTSVERHALTEN

Zielsetzung:

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.

Die BMW Group bietet ihren Kunden individuelle Mobilität in Premiumqualität. Im Kern steht dabei unser Markenversprechen Freude am Fahren. Dies wird insbesondere in verdichteten, urbanen Räumen, aber auch auf den Autobahnen rund um die Ballungszentren zur Herausforderung. Im Jahr 2030 werden voraussichtlich 60 % der Menschen weltweit in Städten leben. Der damit zunehmende Verkehr geht mit einem erheblichen Anstieg von Lärm, Luftverschmutzung und Flächenverbrauch einher und bringt eine erhöhte Unfallgefahr mit sich. Diese Herausforderungen berücksichtigen wir proaktiv bei der Entwicklung unserer vernetzten Fahrzeuge und Mobilitätsdienstleistungen.

Eine Neuerung in unserem Geschäftsmodell wird auch durch tief greifende Veränderungen des Mobilitätsmarktes bedingt. Die Integration des Automobils in ein intermodales, zunehmend digital gesteuertes Verkehrssystem – gerade im städtischen Raum – gilt dabei als große unternehmerische Herausforderung. Der technologische Wandel hin zur Elektrifizierung, die gleichzeitige Digitalisierung und neue Anbieter für Mobilitätsdienstleistungen verändern die Branche zudem. Dabei haben wir gleichzeitig den Anspruch, einen umfassenden Datenschutz sicherzustellen und Manipulationen auszuschließen.

Zentrale Maßnahmen:

durch Dienstleistungen sowie vernetzte und automatisierte Fahrzeuge nachhaltigeres Mobilitätsverhalten ermöglichen

Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Mobilitätsdienstleistungen wollen wir einen effizienteren und ressourcenschonenden Verkehr ermöglichen. Dazu gehören der Carsharing-Service DriveNow bzw. ReachNow (On-Demand-Mobilitätsservices), der digitale Parkdienst ParkNow sowie die digitalen Vernetzungsdienstleistungen BMW Connected Services. Die Vorteile unserer Mobilitätsdienstleistungen vermitteln wir zudem durch Pilotprojekte in ausgewählten Städten.

Automatisierte und digital vernetzte Fahrzeuge haben das Potenzial, die Zahl von Unfällen und Staus deutlich zu verringern, Emissionen zu reduzieren und Lebensqualität in Städten zu steigern. Dies gilt insbesondere bei einer Nutzung der Elektrifizierung. Mit dem geplanten Modell BMW iNEXT wollen wir 2021 neue Maßstäbe setzen und Lösungen für hoch und voll automatisiertes Fahren zur Serienreife bringen. Im selben Jahr wollen wir den Quantensprung vom teil- zum hoch automatisierten Fahren auf Autobahnen meistern und gleichzeitig das voll automatisierte Fahren im urbanen Umfeld mit ausgewählten Kunden testen. Um diese Ziele zu erreichen, setzen wir auf unsere eigene Technologiestärke und die Kooperation mit innovativen Partnern, auch um einen offenen Industriestandard für hoch und voll automatisiertes Fahren zu entwickeln („non-exclusive Industrieplattform“).

Der Daten- und Informationsschutz ist in diesem Zusammenhang ein fester Bestandteil der Geschäftsprozesse in der BMW Group. Der Schutz der Daten richtet sich nach den entsprechenden Gesetzen, insbesondere der EU-Datenschutz-Grundverordnung (ab Mai 2018). Der Informationsschutz richtet sich nach dem internationalen Sicherheitsstandard ISO/IEC 27001. Personenbezogene Angaben unserer Kunden werden nur erhoben, verarbeitet oder genutzt, wenn dies rechtlich gestattet und der Betroffene damit einverstanden ist. Beschwerden adressieren wir zeitnah. Um unsere digitalen Systeme vor Manipulationen zu

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

→ 2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Gesonderter nichtfinanzieller Bericht

schützen, suchen wir systematisch nach möglichen Schwachstellen und schließen etwaige Lücken rechtzeitig vor Freigabe der jeweiligen Komponente. Neue Erkenntnisse setzen wir kontinuierlich in verbindliche Standards um.

Die Entwicklung und Markteinführung von Innovationen in den Bereichen Mobilitätsservices, Vernetzung und Automatisierung fördert die BMW Group durch regelmäßige Investitionen in Start-ups.

Due-Diligence-Prozesse:

Veränderungen und Auswirkungen des urbanen Mobilitätsverhaltens durch Dialog-, Initiator- und Forschungsprojekte frühzeitig berücksichtigen, Daten präventiv schützen

Um Veränderungen, Auswirkungen und Bedarfe des urbanen Mobilitätsverhaltens weltweit rechtzeitig zu verstehen, engagiert sich die BMW Group in Dialog-, Initiator- und Forschungsprojekten. Dort gewonnene Erkenntnisse werden systematisch in die Entwicklungsprozesse von neuen Fahrzeugmodellen und Dienstleistungen integriert. Wichtige Engagements erfolgen zum Beispiel durch das BMW Kompetenzzentrum für urbane Mobilität, die Multistakeholder-Plattform „Urbane Mobilität“ in Deutschland, das BMW eigene Institut für Mobilitätsforschung (ifmo) sowie die BMW Group Dialogues mit Stakeholdern.

Der Kern unserer Datenschutzanstrengungen sind umfassende Präventionsmaßnahmen. Konzernweit gültige Vorgaben sind in einem umfassenden Regelwerk dokumentiert, um den sorgfältigen Umgang mit vertraulichen Daten, die sichere Nutzung von Informationssystemen und den transparenten Umgang mit Risiken zu sichern. Regelmäßige Schulungen sowie Kommunikations- und Sensibilisierungsmaßnahmen schaffen ein Sicherheitsverständnis und Risikobewusstsein bei allen Beteiligten. Bei Kooperationen und Partnerbeziehungen gelten ebenfalls klare Vorgaben zum Informations- und Datenschutz. Technische Schutzmaßnahmen umfassen industrieweite Standards und Best Practices. Die Verantwortung für den Datenschutz sowie den Informationsschutz liegt in jeder Konzerngesellschaft

beim Vorstand beziehungsweise bei der jeweiligen Geschäftsführung.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren:

Mobilitätsservices erweitert und Innovationszentrum für vernetztes und automatisiertes Fahren eröffnet

Bis zum 31.12.2017 zählte der Carsharing-Service DriveNow über eine Million Kunden europaweit (2016: über 815.000 europaweit). Mittlerweile ist DriveNow in 13 Städten verfügbar. Unser Service ReachNow in den USA zählte zum Ende des Jahres mehr als 82.000 Kunden (2016: 38.000) und ist bereits in drei Städten verfügbar. Die Flotte von DriveNow umfasst derzeit mehr als 6.000 Fahrzeuge in Europa, wovon etwa 15% rein elektrische BMW i3 Fahrzeuge sind. Weitere 1.300 Fahrzeuge stehen in den USA zur Verfügung.

DriveNow ist in Deutschland einer der stärksten Treiber der Elektromobilität. Bereits rund 334.000 Kunden haben mit den elektrischen BMW i3 aus der Flotte rund 16,4 Mio. emissionsfreie Kilometer zurückgelegt.

Der App-Service ParkNow, der Teil unserer Connectivity Services ist, wird seit 2016 in Städten in Deutschland, Österreich, Frankreich und der Schweiz angeboten. Zudem ist er in den USA verfügbar und ermöglicht den Nutzern, ohne großen Aufwand Parkplätze zu finden.

Mit den BMW Connected Services können unterschiedliche Verkehrsmittel in die persönliche Fahrstreckenplanung (intermodales Routing) eingebunden werden. Dadurch trägt die BMW Group aktiv dazu bei, die intermodale Mobilität in Städten zu erhöhen.

Um unsere Ziele für automatisierte und vernetzte Fahrzeuge bis 2021 zu erreichen, wurden bestehende Kooperationen mit MobilEye und Intel sowie im Rahmen des Navigationsdienstes HERE weiter vertieft. Zudem hat die BMW Group 2017 alle Kompetenzen für Fahrzeugvernetzung und automatisiertes Fahren in einem neuen

→ Siehe Leistungsindikatoren

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

→ 2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

„Autonomous Driving Campus“ in Unterschleißheim/DE bei München/DE gebündelt.

Aktive Fahrerassistenzsysteme, wie der Lenk- und Spurführungsassistent, eine automatische Abstandsregelung und teilautomatisierte Spurwechsel auf Autobahnen, die bisher in den 5er und 7er BMW Modellen verfügbar waren, hielten mit dem BMW X3 auch in den kleineren Fahrzeugklassen Einzug. Derzeit fahren die ersten voll automatisierten Forschungsfahrzeuge nicht nur auf Autobahnen, sondern zu Testzwecken auch im Straßenverkehr in München/DE. Dies streben wir auch für Städte in China und den USA an. Bei den Tests wird vorerst ein Fahrer an Bord sein, der in jeder Situation wieder die Kontrolle übernehmen kann.

Im Jahr 2017 wurde BMW CarData eingeführt, ein Service-Angebot, das dem Kunden die Möglichkeit gibt, selbst über die Verwendung und Weiterleitung der Daten aus seinem Fahrzeug an Dritte zu entscheiden. Bei der Digitalisierung und Automatisierung des Straßenverkehrs ist die sogenannte Cybersecurity eine der größten Risikoquellen. Durch die vollständige und allgegenwärtige Vernetzung der Fahrzeuge mit der Umwelt entstehen in der Automobilbranche neue Bedrohungsszenarien durch unberechtigten Zugriff. Der Schutz gegen die Bandbreite der möglichen Bedrohungen muss deswegen durchgängig und konsequent adressiert und koordiniert werden. Daher steht die BMW Group in kontinuierlichem Austausch mit nationalen und internationalen Sicherheits- und Cybersecurity-Behörden. Durch die Verwendung eines „Backends“ zur Datenübermittlung minimiert die BMW Group die Anfälligkeit der Fahrzeugflotte für Hacking-Angriffe, da so eine direkte und oftmals ungeschützte Datenverbindung vom Fahrzeug zu Dritten verhindert werden kann.

Im Jahre 2017 investierte die BMW Group über i Ventures unter anderem in die Start-ups Carbon und Carobi.

MOBILITÄTSDIENST- LEISTUNGEN IM DETAIL

Mit Premium-On-Demand-Mobilitäts- angeboten das Verkehrsaufkommen reduzieren

Seit 2011 bieten die BMW Group und die Sixt SE in einem Joint Venture den Carsharing-Service → **DriveNow** inzwischen in 13 Städten in Europa an. Am 08.04.2016 hat die BMW Group in den USA unter dem Namen → **ReachNow** ein weiterentwickeltes Carsharing-Angebot eingeführt. Inzwischen ist ReachNow in den US-amerikanischen Städten Seattle, Portland und Brooklyn verfügbar. Seit Ende 2016 bietet ReachNow in einer Pilotphase neben dem klassischen Carsharing zusätzliche innovative Dienstleistungen an. Das erweiterte Angebot umfasst die Buchung eines Fahrzeugs mit Fahrer („Ride“) sowie einen Reservierungs- und Bringdienst für die Anmietung von Fahrzeugen über längere Zeiträume von zwei bis fünf Tagen („Reserve“). Das Angebot „Fleet Solutions“ richtet sich an Unternehmen und an ReachNow Mitglieder in ausgewählten Wohnanlagen. Sie können eine Flotte von Premiumfahrzeugen, die dauerhaft vor Ort geparkt sind, exklusiv nutzen. Auch die Vermietung des eigenen Autos in die Flotte wird bei ReachNow pilotiert („Share“).

In Peking/CN testen wir seit Ende 2016 eine ReachNow „Fleet Solution“ im Pilotbetrieb. Ende 2017 startete in Kooperation mit dem lokalen Partner EVCARD ein weiterer Pilot in Chengdu/CN mit 100 BMW i3.

Zum Effekt von Carsharing auf das Verkehrsaufkommen liegen unterschiedliche Studien vor. Die Studie „Evaluation Carsharing EVA-CS“, die von der Landeshauptstadt München/DE durchgeführt wurde, sieht einen positiven Zusammenhang, das heißt Carsharing reduziert die Anzahl der PKWs und die gefahrenen Kilometer. Bei

„ChargeNow“:
→ Siehe
Kapitel 2.2



Carsharing in Seattle: Die BMW Group bietet neue Mobilitätslösungen im urbanen Raum.

besseren Rahmenbedingungen für Carsharing und einer entsprechend größeren Flotte sind dieser Analyse zufolge noch erheblich stärkere Effekte für das urbane Umfeld zu erwarten. Eine Studie der Stadt Wien zeigt ein Substitutionspotenzial von bis zu 3-8 Fahrzeugen pro CarSharing Fahrzeug – und somit eine Reduktion des Stellplatzbedarfs in der Stadt.

Aufgrund deutlich höherer Nutzungsraten (und des geringeren Stellplatzbedarfs) ermöglicht CarSharing die Rückgewinnung von Lebensraum (ehemaligem Parkraum) in der Stadt – diese Flächen können für andere Mobilitätsangebote (wie Bike Sharing, Radwege, Mobilitätsstationen) genutzt werden – oder für Anwohner und ihre individuellen Anforderungen im Viertel umgestaltet werden.

Mit ParkNow das Parken nachhaltig verändern

→ **ParkNow** ermöglicht das ticket- und bargeldlose Parken am Straßenrand (on-street). Beim Parken in Parkhäusern (off-street) unterstützt ParkNow die Suche, das Reservieren und Bezahlen. Beide Dienste reduzieren so den Parksuchverkehr. ParkNow wird seit 2016 in Städten in Deutschland, Österreich, Frankreich und der Schweiz angeboten. Der Dienst ist ebenfalls über die amerikanische Smartphone-App und BMW Fahrzeuge in den USA verfügbar.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

→ 2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Mit dem Alphabet Fuhrparkmanagement Nachhaltigkeit für Flottenkunden anbieten

Von zunehmender Bedeutung sind nachhaltige Lösungen für Flottenkunden. In diesem Umfeld agiert die → **Alphabet Fuhrparkmanagement GmbH**. Sie ist der Dienstleister für Leasing und Fuhrparkmanagement der BMW Group. Energieeffizienz und ein nachhaltiger Fuhrpark stehen heute bei vielen unserer Flottenkunden im Fokus und sind häufig auch in der jeweiligen Car Policy festgelegt. In Beratungsgesprächen erarbeiten wir mit den Kunden, wie sich ihre Flotte umweltfreundlicher gestalten und betreiben lässt. Gefragt ist neben Eco-Fahrertrainings auch ein nachhaltiger Antriebsmix. Zum Beispiel können je nach Anwendungsbereich Hybride und Elektroautos eine sehr gute Alternative zu konventionellen Flottenfahrzeugen sein.

→ Siehe Kapitel 2.2

Urbane Mobilität partnerschaftlich gestalten

Die Gestaltung von individueller und nachhaltiger Mobilität in immer dichter besiedelten Ballungsräumen ist eine zentrale Herausforderung für zukünftige Verkehrskonzepte. Die BMW Group bringt Ideen für einen ressourcen- und klimaschonenden Stadtverkehr in die öffentliche Diskussion ein. So bietet beispielsweise das BMW Kompetenzzentrum für urbane Mobilität einen Rahmen, in dem Stakeholder und Experten gemeinsam Visionen einer lebenswerten Stadt entwerfen. Daraus abgeleitete Maßnahmen werden vor Ort in Pilotprojekten umgesetzt, wie zum Beispiel in → **Hamburg/DE** oder → **Berlin/DE**. Die BMW Group engagiert sich zudem in der → **Plattform Urbane Mobilität**, einem Zusammenschluss von deutschen Städten und Mitgliedern des Verbands der Automobilindustrie, der ebenfalls dieses Konzept verfolgt. Erfolgreiche Projekte sollen möglichst rasch skaliert und auf weitere Städte übertragen werden.

Integration verschiedener Mobilitätsangebote: das Beispiel Kopenhagen

Das Beispiel Kopenhagen zeigt, wie eine Kommune in Kooperation mit einem privaten Unternehmen positive Anreize setzen kann, um Verkehr zu vermeiden, zu verlagern oder verträglicher zu machen.

DriveNow wird in Kopenhagen von Arriva, dem Betreiber des Kopenhagener ÖPNV-Systems, betrieben. Mittels der sogenannten Rejsekort, einer Karte für fast alle Mobilitätsangebote in ganz Dänemark, haben die Inhaber auch Zugang zu DriveNow. Kopenhagen ist die einzige Stadt in Europa, in der unser Carsharing-Angebot von Anfang an mit einer Flotte von rein elektrischen BMW i3 betrieben wurde. Die gute Ladeinfrastruktur der Stadt bietet ausgezeichnete Voraussetzungen dafür.

Kopenhagen hat die Chancen einer engen Zusammenarbeit zwischen öffentlichem und privatem Verkehr erkannt und unterstützt diese Entwicklung aktiv.

→ Siehe Kapitel 2.2

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

→ 2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Unter anderem auch um die Wirkung unserer Ansätze zur urbanen Mobilität frühzeitig zu überprüfen, analysieren wir Fragen zur Zukunft der Mobilität in Forschungsprojekten. Das zur BMW Group gehörende → **Institut für Mobilitätsforschung (ifmo)** rückte das Thema urbane Mobilität 2017 noch stärker als bisher in den Fokus. Städte sind Kristallisationspunkte der Veränderungen im Mobilitätsbereich. Ein profundes Verständnis der Trends in Städten ist die Voraussetzung, um nachhaltige Mobilitätslösungen für die Zukunft entwickeln zu können. Die regelmäßig erfolgende Integration der Forschungsergebnisse in die Konzernstrategie und in Fachbereiche der BMW Group ist dabei sehr wesentlich.



Ein zentraler Punkt für neue Mobilitätslösungen: 2017 wurde der erste dezentrale switchh-Punkt im Rahmen des Pilotprojekts firstmover.hamburg eröffnet, das vom BMW Kompetenzzentrum Urbane Mobilität initiiert wurde.

Position: Förderung von Elektromobilität und On-Demand-Mobilitätsdienstleistungen

Die BMW Group ist davon überzeugt, dass die Gestaltung urbaner Mobilität mit den Zielsetzungen Lebensqualität und wirtschaftliche Entwicklung ein Umdenken erfordert. Entsprechend setzen wir auf die Entwicklung innovativer Technologien und Konzepte. Wie erfolgreich Elektromobilität und On-Demand-Mobilitätsdienstleistungen sich durchsetzen, hängt aber auch maßgeblich von den herrschenden Rahmenbedingungen ab. Eine signifikante Marktdurchdringung von Elektromobilität setzt nicht allein die Verfügbarkeit von Ladeinfrastruktur und weitere Kaufanreize voraus. Wenn Nutzer von Elektro- oder Carsharing-Fahrzeugen beispielsweise Privilegien beim Zugang zu städtischem Parkraum genießen, dann erhalten sie einen erheblichen und täglich erlebbaren Vorteil. Solche Fördermaßnahmen haben das Potenzial, Kauf- oder Nutzungsentscheidungen in die gewünschte Richtung zu beeinflussen.

Das deutsche Elektromobilitätsgesetz sowie das Carsharing-Gesetz erlauben, dass entsprechende Fahrzeuge im öffentlichen Raum Privilegien genießen. Gerade weil Parkraum in der Stadt so knapp und begehrt ist, kann eine Privilegierung von bestimmten Fahrzeugen allerdings auch Konflikte auslösen. Um gemeinsam mit der Bevölkerung und den lokalen Stakeholdern die bestehenden Möglichkeiten zu diskutieren, zu entwickeln und umzusetzen, hat die BMW Group → **Pilotprojekte in Hamburg/DE** und → **Berlin/DE** initiiert. Es gilt, mit den Anwohnern einen Stein ins Rollen zu bringen und die Ergebnisse anderen Städten und Gemeinden zu vermitteln. Dies trägt aus unserer Sicht zu einer schnelleren Verbreitung nachhaltiger Mobilitätskonzepte bei.



Stadtplanung und Mobilität: In Berlin setzte die BMW Group gemeinsam mit Anwohnern neue Konzepte für Carsharing-Lösungen und das urbane Umfeld um.

VERNETZTES UND AUTONOMES FAHREN IM DETAIL

Mobilität personalisieren und vereinfachen

Im Jahr 2016 haben wir mit → **BMW Connected** in Europa und in den USA ein ganzheitliches digitales Konzept eingeführt, das für eine nahtlose Unterstützung der persönlichen Mobilität steht. Auf der Basis einer flexiblen Plattform, der Open Mobility Cloud, werden verschiedene Geräte wie Smartphones oder Smartwatches mit dem Fahrzeug vernetzt. Durch die lernende digitale BMW ID des Nutzers ermöglicht BMW Connected eine Personalisierung des Fahrens über viele „Touchpoints“ hinweg.

Auf diese Weise vereinfachen die digitalen Services von BMW Connected die tägliche Planung von Fahrstrecken und Terminen. Im Zuge dessen bieten wir mit RTTI (Real Time Traffic Information) einen Service zur Stauvermeidung an. Endgeräteabhängig erkennt BMW Connected mobilitätsrelevante Informationen wie zum Beispiel Adressen aus Kalendereinträgen und übergibt diese automatisch an das Fahrzeug. Der Nutzer erhält somit rechtzeitig vor der Fahrt einen Hinweis via Smartphone, der ihn, basierend auf Echtzeit-Verkehrsinformationen, über die optimale Abfahrtszeit informiert. Darüber hinaus speichert das System automatisch persönliche Mobilitätsmuster und regelmäßig angefahrte Orte, damit es den Fahrer besser unterstützen kann.

Datenhoheit des Kunden sicherstellen

Im Jahr 2017 haben wir den Service CarData eingeführt. Damit verbessert sich die Datensouveränität des Kunden. Indem er zu jedem Zeitpunkt über die Verwendung und Weiterleitung seiner privaten Daten entscheiden kann, profitiert der Kunde auch von den Diensten Dritter. Dazu gehören zum Beispiel individualisierte Versicherungstarife ebenso wie die durch vorherige Informationsübermittlung ermöglichte Zeitersparnis beim Besuch in der Werkstatt. So kann im Idealfall ein Ersatzteil aufgrund des Datenabgleichs schon vorbestellt werden, bevor der Kunde sein Fahrzeug in die Werkstatt bringt.

→ **BMW CarData** bietet Kunden darüber hinaus die Möglichkeit, die Freigabe ihrer Telematik-Daten für Service-Anbieter sehr einfach selbst zu verwalten. Um eine Datenfreigabe zu erteilen, abzulehnen oder auch eine bereits erteilte Datenfreigabe zurückzuziehen, genügt ein Mausklick. Der Kunde hat seine Daten auf diese Weise immer unter Kontrolle. Dadurch ist Transparenz gewährleistet, denn über das ConnectedDrive Portal kann der Kunde jederzeit einen CarData Report über weitergegebene Daten oder ein CarData Archiv anfordern.

Durch automatisiertes Fahren Sicherheit, Komfort und Effizienz erhöhen

Die Automatisierung wird zu einem Quantensprung für die Sicherheit im Verkehr führen, und zwar nicht nur für den Fahrer, sondern auch für seine Umgebung. Unter dem Dachbegriff BMW Personal CoPilot fasst die BMW Group ihre Technologien und Systeme auf dem Weg zum autonomen Fahren zusammen: von den aktuell verfügbaren Fahrerassistenzsystemen bis hin zum zukünftigen hoch oder voll automatisierten und schließlich autonomen Fahren.

Bei der Automatisierung des Fahrens liegen unsere Schwerpunkte auf den Bereichen hochpräzise digitale Karten, Sensorik, Cloud-Technologie und künstliche Intelligenz.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

→ 2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

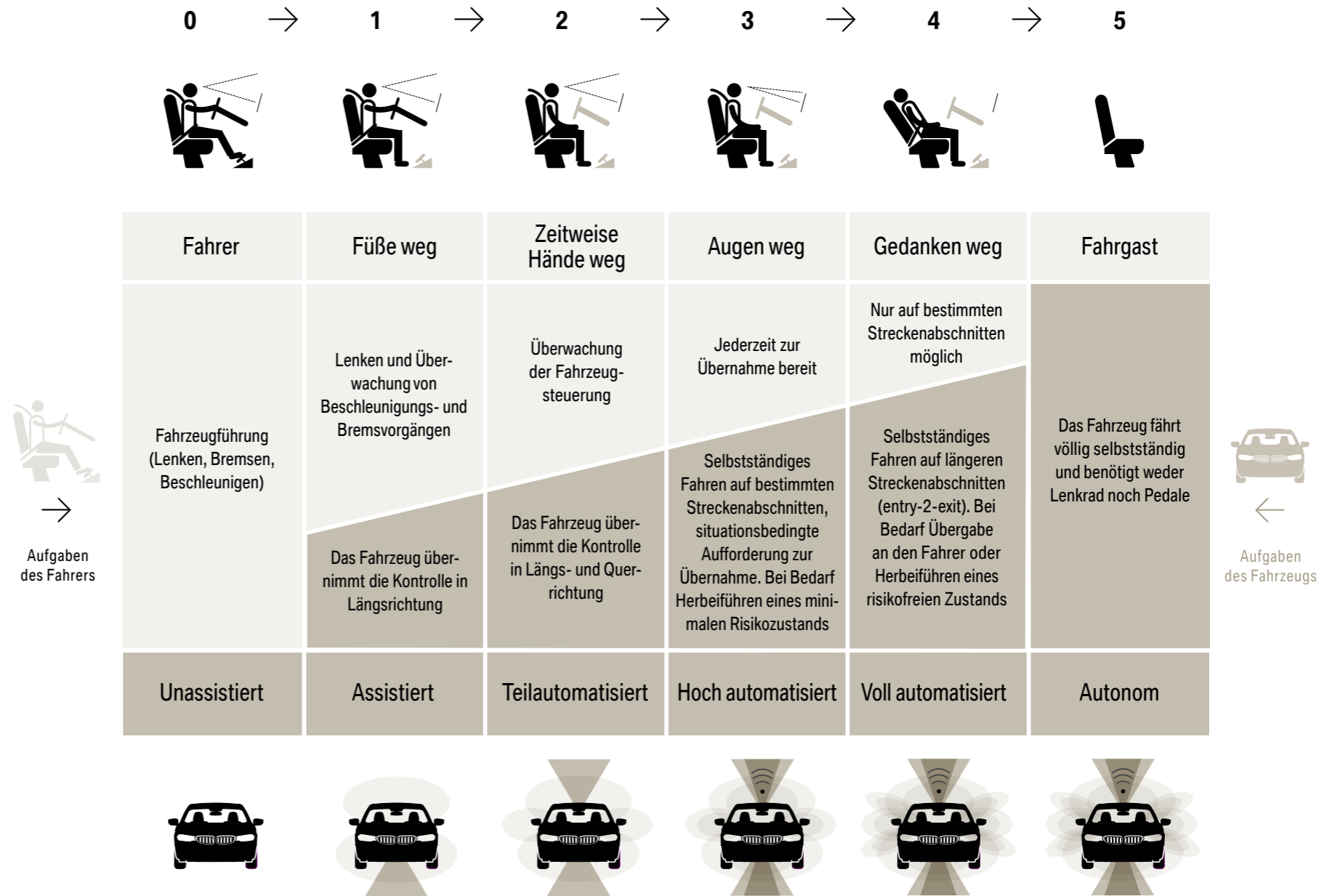
Fortschritte bei der Automatisierung durch tatsachenorientierte Kommunikation begleiten

Die BMW Group möchte im Zusammenhang mit dem automatisierten Fahren bei ihren Kunden und in der Öffentlichkeit keine unrealistischen Erwartungen wecken.

Daher ist unsere Kommunikation zu diesem Thema allein an Tatsachen orientiert: Wir setzen auf eine differenzierte Darstellung der Automatisierungsgrade und versprechen den Kunden nicht mehr, als unsere Systeme zu leisten imstande sind.

Die fünf Entwicklungsstufen der Automatisierung

→ G2.07



Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

→ 2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

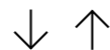
In Zukunft wollen wir unseren Kunden die Möglichkeit geben, zunächst in unterfordernden, monotonen Fahr-situationen wie zum Beispiel im Stau oder im Kolonnen-verkehr die Fahraufgabe teilweise oder vollumfänglich an das Fahrzeug zu delegieren. Dabei folgen wir dem Prinzip, dass der Fahrer stets selbst entscheidet, ob er selbst fahren oder die Unterstützungsfunktionen nutzen möchte. Das automatisierte Fahren bringt eine Reihe technischer, regulatorischer und gesellschaftlicher Herausforderungen mit sich. Gleichzeitig sehen wir in der Entwicklung des automatisierten Fahrens jedoch eine große Chance, die Mobilität zu revolutionieren. Neben erhöhter Sicherheit im Verkehr erwarten wir auch einen maßgeblichen Zeit- und Komfortgewinn für unsere Kunden – sowie eine verbesserte Effizienz beim Fahren. Damit entsteht ein großer Spielraum für unsere Kunden, ihre Zeit während des Gefahrenwerdens frei und selbstbestimmt zu gestalten.

Die Vorteile der Automatisierung auf einen Blick

→ G2.08

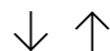
Premiumfahrkomfort

Entlastung des Fahrers – bei Unter- und Überforderung (Stau, Engstelle);
frei verfügbare Zeit im Fahrzeug durch Automatisierung



Mehr Sicherheit

Das Fahrzeug sieht schnell, umfassend, gleichzeitig, ermüdungsfrei;
sicher unterwegs mit und ohne Automatisierung



Höhere Effizienz

Optimierte Nutzung der Straßenstruktur, Stauvermeidung;
Nutzung erweiterter Verkehrsdienstleistungen und Mobilitätskonzepte;
Senkung von Luft- und Lärmemissionen

Rahmenbedingungen und Herausforderungen des automatisierten Fahrens

Im Mittelpunkt unserer Konzepte und technischen Entwicklungen für das automatisierte Fahren steht die Sicherheit von Fahrer, Fahrzeuginsassen, Fußgängern und anderen Verkehrsteilnehmern. Daher sollten klare gesetzliche Rahmenbedingungen die Einführung und Weiterentwicklung dieser Technologie begleiten. Der mit Digitalisierung und Automatisierung einhergehende Datentransfer erhöht zudem die Anforderungen an den Manipulations- und Datenschutz, denen wir entsprechend begegnen.

Mit zunehmendem Automatisierungsgrad ergeben sich nicht nur rechtliche, sondern auch gesellschaftliche und ethische Herausforderungen. Der rechtliche Rahmen wird weltweit angepasst, so sind etwa in den USA 100.000 Testfahrzeuge zugelassen. Deutschland nimmt hinsichtlich der Gesetzgebung zu automatisiertem Fahren derzeit eine führende Rolle ein. Zudem hat eine eigene Ethikkommission im Auftrag der Bundesregierung 20 Leitlinien für die Programmierung automatisierter Fahrsysteme entwickelt.

Oberstes Ziel ist es, unsere Fahrzeuge noch sicherer zu machen und einen möglichst hohen Beitrag zur Verkehrssicherheit zu leisten. So suchen wir systematisch nach möglichen Schwachstellen und schließen etwaige Lücken rechtzeitig vor Freigabe der jeweiligen Komponente. Diese Freigabe testet auch die Sicherheit von Steuergeräten, um unsere digitalen Systeme vor Manipulationen zu schützen.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

→ 2.3 Mobilitätsverhalten

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Automatisiertes Fahren durch Kooperationen und Forschung ausbauen

Die BMW Group baut ihre Kapazitäten im Bereich des automatisierten Fahrens weiterhin deutlich aus und engagiert sich in vielfältigen Forschungs- und Standardisierungsinitiativen, um gemeinsam mit Partnern aus Wissenschaft und Industrie die besten Lösungen zu entwickeln und diese schnellstmöglich in Serie zu bringen. Zentrale Forschungsthemen sind diverse technische Lösungen, Verkehrsmanagement- und Fahrsicherheitsysteme sowie virtuelle Absicherungsmethoden und künstliche Intelligenz als Basis für automatisiertes Fahren im städtischen Bereich. Zu den technischen Lösungen zählen die gesicherte Rückgabe an den Fahrer, die Erhöhung der Sicherheit und Verfügbarkeit der Komponenten im Fahrzeug von Sensorik über Steuergeräte bis zu Bremse und Lenkung, der Umgang mit Störungen und Hindernissen sowie das vorausschauende Fahren.

HERE: präzise Karten für automatisiertes Fahren

Mit der Beteiligung an → **HERE** kann es der BMW Group gelingen, die Entwicklung hochgenauer Straßenkarten für das automatisierte Fahren zu gestalten. Die wesentlichen Vorteile sind

- die enge Verbindung zwischen Karte, Datacenter und Fahrzeugentwicklung
- die schnelle Anpassung bei sich entwickelnden Anforderungen des automatisierten Fahrens
- die Erarbeitung der hochgenauen Straßenkarten entsprechend den Bedürfnissen, die durch Erprobung und Markterschließung erkannt wurden

Im Jahr 2017 hat die BMW Group ihre Kapazitäten in einem neuen Entwicklungszentrum für autonomes Fahren gebündelt, dem „Autonomous Driving Campus“ in Unterschleißheim/DE, und wird diese dort weiter ausbauen. Insgesamt sollen an dem neuen Standort rund 2.000 Mitarbeiter der BMW Group sowie unserer Kooperationspartner beschäftigt werden. Damit bereiten wir uns auf die technischen Herausforderungen bei der schrittweisen Einführung der Automatisierung vor und schaffen zugleich viele neue Arbeitsplätze. Neue Organisations- und Arbeitsstrukturen ermöglichen eine effiziente agile Produktentwicklung, die zum einen die erforderlichen Kompetenzen bündelt und andererseits den Entwicklungsprozess beschleunigt.



Achtung, Rettungsgasse: Auf die Displays in Fahrzeugen mit ConnectedDrive können Behörden eine Warnmitteilung für den Fahrer senden.

INNOVATIONSFÖRDERUNG IM DETAIL

Innovative Mobilitätskonzepte fördern

Über ihren Investment Fund → **BMW i Ventures** mit Sitz im Silicon Valley beteiligt sich die BMW Group am Erfolg vielversprechender Start-ups. Wir investieren in Start-ups im Bereich Mobilitätsdienstleistungen und Elektromobilität sowie in zukunftsweisende Technologien aus dem Bereich autonomes Fahren oder Digitalisierung – konkret in die Investmentfelder „Enabling Technology“ und „Digital Vehicle Technology“, „Mobility and Digital Services“, „Customer Experience“ und „Advanced Production Technology“.

Zu den Investments von BMW i Ventures gehören unter anderem:

- **wirtschaftlicher Straßenverkehr mit → Zendrive**
Auf der Basis mobiler Technologien und großer Datenmengen stellt Zendrive jederzeit abrufbare fahrerspezifische Analysen unter anderem über die Wirtschaftlichkeit der Fahrweise zur Verfügung.
- **intermodale Routenplanung mit → Moovit**
Die App Moovit integriert alle wichtigen Fahrplaninformationen von Bussen und Bahnen lokaler Verkehrsbetriebe durch die Nutzung der Fahrplandaten sowie der Echtzeitinformationen der „Moovit-Community“.
- **3-D-Druck für Automobilteile mit → Carbon**
An der Schnittstelle von Hardware, Software und Molekularwissenschaft bietet Carbon innovative 3-D-Drucker, mit denen unterschiedliche Elemente für die Automobilproduktion hergestellt werden können.

— Online-Werkstatt mit → Caroobi

Über die Website der Online-Meisterwerkstatt können Kunden verschiedene Dienstleistungen für ihr Fahrzeug buchen und die Arbeiten in einer von über 400 Partnerwerkstätten in Deutschland durchführen lassen.

Durch Investitionen in Start-ups Trends frühzeitig erkennen und aufgreifen

Automobilhersteller wie die BMW Group sind derzeit mit großen Veränderungen in ihrem Geschäftsumfeld konfrontiert und müssen sich selbst fundamental verändern, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein.

Durch Start-up-Investments in zukunftsfähige Geschäftsmodelle und Technologien kann die BMW Group autonomer agieren und weiterhin frühzeitig Trends der Mobilitätswelt erkennen und aufgreifen. Das verschafft uns einen entscheidenden Vorteil angesichts der im Vergleich zur Automobilindustrie schnelleren Entwicklungszyklen in der IT- und Tech-Branche. Die Partner profitieren ihrerseits von unserer langjährigen Erfahrung, unserer starken Reichweite und dem breiten Netzwerk etablierter Marken.

Einführung
1**Fundamente****2**

**Produkte
und Dienstleistungen**
**2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen**
2.2 Elektromobilität
→ 2.3 Mobilitätsverhalten
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

BMW Startup Garage

Die BMW Startup Garage mit Sitz im Großraum München ist ein Programm, das zum Ziel hat, den Zugang zu innovativen Start-up-Technologien zu sichern. Die BMW Group tritt dabei gegenüber dem Start-up als „Venture Client“ auf. Das heißt, wir werden in einer sehr frühen Phase Kunde eines Start-ups. Diese Vorgehensweise ist für alle Beteiligten sehr effizient, da sie den Start-ups erlaubt, ihre Lösungen früh zu validieren, und die BMW Group diese Lösungen für ihren Bedarf passgenau weiterentwickeln lassen kann. → **BMW Startup Garage**



Schnell und agil: Die BMW Group fördert Start-ups und die innovativsten Ideen.

URBAN-X

URBAN-X ist ein Accelerator für Start-ups, die neue Konzepte für das Leben in der Stadt entwickeln. Alle sechs Monate investiert URBAN-X in bis zu zehn Unternehmen maximal 100.000 US-Dollar. URBAN-X unterstützt die Start-ups bei den besonderen Herausforderungen, die sich bei der Arbeit mit Städten und ihren Akteuren ergeben, vom Transportwesen über die Immobilienwirtschaft bis hin zu Behörden oder lokalen Dienstleistungs- und Versorgungsunternehmen. URBAN-X besteht aus den Bereichen MINI und Urban Us. MINI Experten beraten Gründer hinsichtlich Design, Fertigung, Ingenieurwesen, Marketing, Community Building und Branding. Urban Us bringt

Start-ups mit führenden Gründern, Investoren, Firmen und Behörden in Kontakt. Auf diese Weise konnte URBAN-X bereits viele Start-ups unterstützen, die führend im Bereich Lösungen für urbane Mobilität sind. → **URBAN-X**

**Innovationen fördern und
Mitarbeiter einbeziehen**

Im Jahr 2016 gründete das Forschungs- und Innovationsmanagement gemeinsam mit dem neuen Bereich „Digitale Produkte und Services“ den Innovationswerk-Accelerator. Das Projekt hat zum Ziel, das Innovationspotenzial von Intrapreneuren insbesondere für die Entwicklung von neuartigen Mobilitätsprodukten und -dienstleistungen zu erschließen.

In den vergangenen anderthalb Jahren wurden rund ein Dutzend Projekte im Accelerator mit der Start-up-Methodik erfolgreich durchgeführt. Dabei entwickeln interdisziplinäre Teams von Mitarbeitern innerhalb von zwölf Wochen ein Produkt bzw. einen Service bis zu einer Reife, die eine Entscheidung bezüglich möglicher Skalierung erlaubt. Die Teams werden von internen oder externen „Lean Start-up“ Coaches begleitet.

Ideen zu Accelerator-Projekten entstehen initiativ durch Intrapreneure und über Crowdsourcing-Kampagnen. Auf einer Crowdsourcing-Plattform haben Mitarbeiter die Möglichkeit, ihre Ideen einzureichen sowie die Ideen ihrer Kollegen zu bewerten. Sowohl die Auswahl der Projekte als auch die Vorbereitung des Transfers in Richtung Kommerzialisierung erfolgt durch eine ressort- und bereichsübergreifend zusammengesetzte Jury.

Durch den Accelerator soll auch gezielt die Entwicklung von Innovationen im Kontext von SDG 11 (Sustainable Cities and Communities) gefördert werden.

→ Textbox
Seite 16

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**

**2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen**
2.2 Elektromobilität→ **2.3 Mobilitätsverhalten****3**

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

Ausblick

Wir arbeiten weiter an einer intelligenten Vernetzung von Mobilitätsdienstleistungen, Fahrzeugen und Infrastruktur, um die urbane Mobilität flexibler, sicherer, komfortabler und nachhaltiger zu gestalten. Dabei bringt die BMW Group ihre starken Marken, technologische Kompetenz und Innovationsstärke in neue strategische Partnerschaften und Kooperationen ein, um zukunftsweisende Lösungen zu entwickeln.

Laut Prognosen werden 2030 viele Fahrzeuge im urbanen Verkehr automatisiert, vernetzt und elektrisch unterwegs sein. Im Dialog mit Städten und in öffentlichen Partnerschaften wollen wir weiter dazu beitragen, nachhaltige und maßgeschneiderte Mobilitätsangebote wie die On-Demand-Dienste DriveNow und ReachNow für alle Bewohner anzubieten. Zudem wollen wir auch 2018 die Verfügbarkeit unserer intelligenten Park- und Ladedienstleistungen ParkNow und ChargeNow deutlich ausbauen. Neben individuellem Komfort soll so die Reduktion des Verkehrsvolumens und der Emissionen sowie die Rückgewinnung urbanen Raumes für die Bewohner möglich werden.

Wir setzen alles daran, neue Technologien möglichst schnell in Serienreife zu bringen. So sollen auf dem „Autonomous Driving Campus“ in Unterschleißheim/DE bereits zu Beginn des Jahres 2018 rund 1.000 weitere Mitarbeiter ihre Arbeit aufnehmen. In China und den USA sollen künftig voll automatisierte Testfahrzeuge im Straßenverkehr eingesetzt werden. In Europa errichtet die BMW Group ein neues Testgelände in Tschechien, um dort alle typischen Anwendungsfälle des automatisierten Fahrens in optimaler Umgebung zu erproben. Gerade sicherheitskritische Situationen mit anderen Verkehrsteilnehmern können so in einem realen, aber kontrollierten Umfeld gefahrlos getestet werden.



Autonom fahrend, elektrisch und voll vernetzt: Um dieses Ziel zu erreichen, bündelt die BMW Group Entwicklungskompetenzen im neuen Campus in Unterschleißheim bei München.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

→ Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

Weiterführende
Kennzahlen

Anhang

PRODUKTION UND WERTSCHÖPFUNG

3

Der Klimawandel, die Verknappung von Ressourcen und die soziale Ungleichheit gehören zu den wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit. Um vor diesem Hintergrund unserem Anspruch als nachhaltigster Premiumanbieter gerecht zu werden, reduzieren wir kontinuierlich die CO₂-Emissionen und den Ressourceneinsatz je produziertes Fahrzeug und gehen in unserem eigenen Produktionsnetzwerk mit gutem Beispiel voran. An unseren Standorten weltweit nutzen wir verstärkt erneuerbare Energien. Gleichzeitig fördern wir die Umsetzung von Sozial- und Umweltstandards, die Transparenz sowie die Ressourceneffizienz in unserer Lieferkette. Einen besonderen Schwerpunkt legen wir auf die Unterstützung von Initiativen zur Umsetzung von Nachhaltigkeitskriterien beim Abbau und bei der Verarbeitung kritischer Rohstoffe. Mit dem Ausbau der Elektromobilität erlangen diese Maßnahmen eine zunehmende Bedeutung.

Wir wollen so zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen, Risiken reduzieren und unsere Produktionskosten senken.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

→ Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

LEISTUNGSINDIKATOREN

Verminderung von Ressourcenverbrauch
und Emissionen je produziertes Fahrzeug
seit 2006 in %

53

↗ 2017

50

2016

Verminderung von Ressourcenverbrauch
und Emissionen je produziertes Fahrzeug
im Vergleich zum Vorjahr in %

5,3

↗ 2017

4,9

2016

Anteil produktionsrelevantes Einkaufs-
volumen im Supply Chain Programm des
CDP in %

77

↗ 2017

69

2016

Anteil der Lieferanten im Supply Chain
Programm des CDP mit Bewertung von
mindestens B in %

25

→ 2017

—
2016:
im Jahr 2017
neu erhobene
Kennzahl

Anteil Fremdstrom aus erneuerbaren
Energien in %

81

↗ 2017

63

2016

Zielsetzung
Produktion und Wertschöpfung



→ RESSOURCENVERBRAUCH

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

Ressourcenschonend und effizient:
die neue Lackiererei im Stammwerk München

3.1

RESSOURCENVERBRAUCH

Zielsetzung:

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

Unsere Gesellschaft steht vor der Herausforderung, Ressourcen zu schonen und dem Klimawandel entgegenzuwirken. Dies ist auch für die Produktion der BMW Group sehr relevant. Denn für die Herstellung unserer Fahrzeuge benötigen wir eine verlässliche Versorgung mit Ressourcen, und unser Energiekonsum verursacht Emissionen. Daher steigern wir kontinuierlich unsere Energie- und Ressourceneffizienz und minimieren die CO₂- und Schadstoffemissionen unserer Produktion. Diese Maßnahmen helfen uns zudem dabei, Produktionskosten zu senken, den Ansprüchen unserer Stakeholder nachzukommen und auf neue gesetzliche Anforderungen vorbereitet zu sein.

Zentrale Maßnahmen: durch optimierte Prozesse und neue Technologien Ressourcen schonen

Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Ressourceneffizienz zu steigern, um bis 2020 eine Verbesserung von 45 % gegenüber dem Jahr 2006 zu erreichen. Um den Energieverbrauch sowie CO₂- und VOC-Emissionen zu senken, optimieren wir Prozesse und investieren in effizientere Technologien. Auch zur Reduzierung unseres Wasserverbrauchs sowie des Abfalls und Abwassers setzen wir auf optimierte Prozesse und den neuesten Stand der Technik. Zudem planen wir bereits bei der Produktentwicklung einen sparsamen Einsatz von Ressourcen ein und konzipieren Produkte so, dass möglichst viele Materialkreisläufe geschlossen werden können.

Due-Diligence-Prozesse: mit Umweltmanagement Ressourcenverbrauch steuern

Im Jahr 2001 hat die BMW Group die → **International Declaration on Cleaner Production des Umweltprogramms der Vereinten Nationen** unterzeichnet und sich ausdrücklich dazu verpflichtet, Umweltauswirkungen und Ressourcenverbrauch in der Produktion so gering wie möglich zu halten.

Die Steuerung und das Controlling des Ressourcenverbrauchs sowie die Identifikation möglicher Risiken für die Erreichung unserer Ziele sind ein fester Bestandteil des Umweltmanagements in unseren Werken. Der Lenkungs-kreis des internationalen Umweltschutznetzwerks der BMW Group steuert diese Maßnahmen. Jede Anlage, jedes Gebäude und jede Fläche am Standort ist einem Betreiber zugeordnet. Er trägt die Verantwortung für die Produkte, Verfahren, Anlagen und technischen Systeme sowie deren Umweltauswirkungen in seinem Bereich.

Wir haben Umweltmanagementsysteme an allen bestehenden Produktionsstätten etabliert und für alle künftigen Standorte vorgesehen. Mit Ausnahme der Motorradfertigung in Manaus/BR, für die dieser Schritt in naher Zukunft ebenfalls geplant ist, sind mittlerweile alle unsere

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

- 3.1 Ressourcenverbrauch
- 3.2 Erneuerbare Energien
- 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

→ 3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Produktionsstandorte, alle deutschen Niederlassungen sowie sechs europäische Niederlassungen (Wien/AT, Zürich/CH, Rom/IT, Mailand/IT, Madrid/ES und Barcelona/ES) nach ISO 14001 zertifiziert. Im Jahr 2017 haben wir die Umstellung unserer Umweltmanagementsysteme entsprechend der 2015 überarbeiteten Version der Norm ISO 14001 abgeschlossen und zusätzliche Audits durchgeführt. Dabei haben wir auch unser Forschungs- und Innovationszentrum in München/DE in die Zertifizierung aufgenommen. Außerdem haben wir das Energiemanagementsystem gemäß der Norm ISO 50001 in unser Umweltmanagementsystem integriert.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: Ressourceneffizienz weiter gesteigert

Die BMW Group hat den Verbrauch von Energie und Wasser in der Fahrzeugproduktion, das Abfall- und Abwasseraufkommen sowie die Lösungsmittel- und CO₂-Emissionen je produziertes Fahrzeug seit dem Jahr 2006 im Durchschnitt um 53,2% verringert. Im selben Zeitraum konnten wir bei unserem Ressourceneinsatz Kosteneinsparungen in Höhe von 161 Mio. € erzielen. Im Vergleich zum Vorjahr haben wir 2017 den Ressourceneinsatz und die Emissionen je produziertes Fahrzeug um durchschnittlich 5,3% reduziert.

In den Bereichen CO₂- und VOC-Emissionen sowie Abfall und Prozessabwasser haben wir unsere internen Ziele bereits erreicht. Dennoch setzen wir unsere Anstrengungen fort, um weitere Verbesserungen zu erzielen. Unser Hauptaugenmerk liegt aktuell auf dem Energie- und Wasserverbrauch. Hier verfolgen wir systematisch unsere Reduktionspläne und arbeiten weiter daran, unsere Ziele zu erreichen.

→ Siehe
Leistungs-
indikatoren

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

→ 3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

RESSOURCENVERBRAUCH
IM DETAIL

In unserem Umweltmanagement wollen wir die in den letzten Jahren erreichten guten Kennzahlen noch weiter verbessern. Daran arbeiten wir kontinuierlich an allen bestehenden und neuen Standorten. Gleichzeitig gilt es, auf externe Trends wie neue wissenschaftliche Erkenntnisse oder steigende Rohstoffpreise zu reagieren. All diese Aspekte fließen in unsere strategischen Planungen und Überlegungen ein.

→ Siehe
Tabelle 3.01

Verbesserung bei Ressourcenverbrauch und
Emissionen der Fahrzeugproduktion seit 2006

→ T 3.01

Energieverbrauch	-36,5 %
CO ₂ -Emissionen	-61,0 %
Abfall zur Beseitigung	-79,6 %
Wasserverbrauch	-31,9 %
Prozessabwasser	-51,2 %
Lösungsmittlemissionen	-59,0 %

Die BMW Group hat fünf Umweltkompetenzzentren (CoC): Immissionen, Wasser, Abfall, Qualifizierung und Umweltmanagementsystem. Sie sind sowohl mit Umweltexperten der einzelnen Standorte als auch mit Fachleuten der zentralen Umweltschutzabteilung besetzt. Im Bereich Energieeffizienz arbeiten alle beteiligten Manager der Werke sowie das zentrale Energiemanagement der BMW Group eng zusammen. Sowohl die Kompetenzzentren als auch das Energiemanagement stimmen sich mit Technologieexperten der Produktion über gesetzliche Anforderungen ab und diskutieren Best-Practice-Ansätze. Darüber hinaus entwickeln sie Referenzsysteme für zukünftige Planungen und Pro-

zessverbesserungen. Ökologische Verbesserungen, die sich an einem Standort bewährt haben, setzen wir nach Möglichkeit auch an anderen Standorten um. Zudem geben wir unsere Erfahrungen an unsere Lieferanten weiter, um nach Möglichkeit auch die Nachhaltigkeitsperformance in unserer Lieferkette zu verbessern.

→ Siehe
Kapitel 3.3

Ressourceneffizienz und Digitalisierung
in unserer neuen Lackiererei in München/DE

Im Mai 2017 haben wir eine neue Hightech-Lackiererei in unserem Werk in München/DE in Betrieb genommen. Mit einem Investitionsvolumen von mehr als 200 Mio. € ist die Anlage Teil eines umfangreichen Zukunftspaketes für das Werk. Sie ermöglicht einen integrierten Lackierprozess, bei dem zwei Lackschichten unter Wegfall einer bisher notwendigen Zwischentrocknung direkt nacheinander aufgetragen werden. Dadurch erreichen wir signifikante Ressourceneinsparungen gegenüber konventionellen Lackierverfahren. Durch den entfallenden Trocknungsschritt sollen in der Decklackapplikation der Erdgasverbrauch sowie die CO₂-Emissionen auf rund die Hälfte und der Stromverbrauch um 27 % sinken. Die innovative Trockenabscheidung kommt ohne Wasser, Chemie und andere Zusatzstoffe aus. Zudem wird die emittierte Abluft durch den Einsatz innovativer Umluft-Technologien um zwei Drittel reduziert.

Die Lackiererei nutzt verstärkt die Vorteile intelligent vernetzbarer Systeme. Sie erhöhen die Flexibilität in den Prozessabläufen und ermöglichen eine vorausschauende automatisierte Instandhaltung. Auf diese Weise perfektionieren intelligente Prüfsysteme das Erscheinungsbild der lackierten Karosserien und sorgen für höchste Qualität. Die so gewonnenen Daten erlauben außerdem wertvolle Rückschlüsse auf die Präzision vorgelagerter Lackierprozesse. Diese werden laufend optimiert, um Fehlerpotenziale rechtzeitig zu erkennen und Nacharbeit zu vermeiden.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

- 3.1 Ressourcenverbrauch
- 3.2 Erneuerbare Energien
- 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Energieeffizienz optimieren

Im Jahr 2017 haben wir den Ausbau hocheffizienter Eigenenergieerzeugung fortgesetzt. So konnten wir die Stromerzeugung aus Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen im Berichtsjahr um rund 9% auf 361.000 MWh steigern. Der weitere Ausbau ist voll im Gange. Beispielsweise haben wir in unserem Werk in Oxford/UK eine neue Anlage installiert, die 2018 ihren Betrieb aufnehmen wird. Den weiteren Ausbau der Kraft-Wärme-Kopplung bereiten wir schon vor, indem wir beispielsweise im Werk München/DE Vorarbeiten an den Wärmenetzen durchführen.



Neue Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen in den BMW Werken Dingolfing und Landshut: Die CO₂-Einsparung gegenüber konventioneller Technik beträgt künftig ca. 75.000 Tonnen im Jahr. Für diesen Beitrag zum Klimaschutz möchte der Konzern an beiden Standorten insgesamt rund 90 Mio. € investieren.

Im Jahr 2017 konnten wir auch den flächendeckenden Austausch der Beleuchtung durch LED in unserer Produktion größtenteils abschließen. Durch diese Umstellung haben wir im Berichtsjahr über 67.700 MWh Energie gespart und CO₂-Emissionen in Höhe von rund 28.000 t vermieden.

Eine weitere wichtige Prozessverbesserung haben wir in unserem Werk in Landshut/DE umgesetzt. Durch den Ausbau der Masselvorwärmung konnten wir den Energieverbrauch in der Leichtmetallschmelzerei deutlich senken. In Vorwärmkammern, die Abgaswärme aus anderen Prozessen nutzen, erhitzen wir nun Aluminiumbarren auf eine Temperatur von 400 °C, bevor sie im Schmelzofen auf-

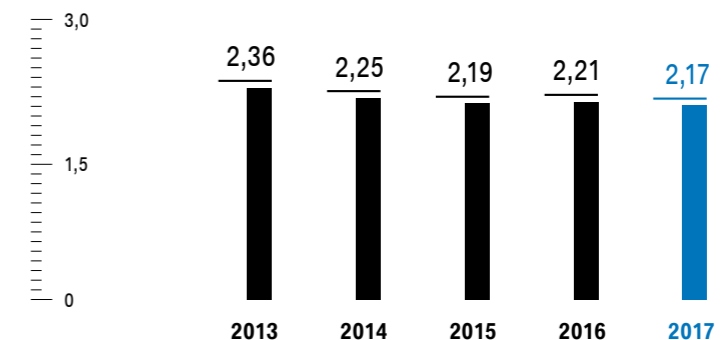
geschmolzen werden. Durch die verkürzte Schmelzzeit sparen wir jährlich über 11.000 MWh Energie und reduzieren maßgeblich den CO₂-Ausstoß des Schmelzprozesses. Im Berichtsjahr konnten wir seit der Fertigstellung des Umbaus im Oktober 2017 bereits einen Rückgang von 1.500 MWh erzielen. Die Umstellung führt zu einer Kosteneinsparung von rund 350.000 € jährlich.

Im Jahr 2017 haben wir außerdem ein Digitalisierungsprojekt im Bereich Energieverbrauch und Produktionsdaten gestartet. Durch die Analyse von Stromverbrauchsdaten komplexer Fertigungsstrukturen und des Anlagensystems werden optimale Betriebszustände ermittelt. Basierend auf diesen Informationen können wir Prozesse kontinuierlich optimieren und die Energieeffizienz mit innovativen Ansätzen steigern.

Energieverbrauch je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.02

in MWh/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Strom-, Wärme-, Erdgas- und Heizölverbrauch der Fahrzeugproduktion (ohne Motorrad), bereinigt um KWK-Verluste geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd. ohne Fahrzeuge aus der Auftragsfertigung Magna Steyr und Nedcar

→ GRI 302-3, GRI 302-4

Im Jahr 2016 war unser Energieverbrauch durch den Aufbau und Einstellbetrieb neuer Produktionsanlagen leicht gestiegen. Im Jahr 2017 konnten wir den Energieverbrauch unserer Fahrzeugproduktion mit 2,17 MWh je produziertes Fahrzeug gegenüber dem Vorjahr wieder leicht senken.

→ Siehe
Tabelle 3.02

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

→ 3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Diese relativ geringe Steigerung der Energieeffizienz ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass die neuen, hocheffizienten Werke und Produktionsanlagen zumeist noch im Parallelbetrieb mit den alten Anlagen betrieben werden müssen. Sobald die älteren Anlagen im Jahr 2018 vollständig ersetzt sein werden, erwarten wir einen entscheidenden Beitrag zur Energieeffizienz der BMW Group. Damit kommen wir unserem Ziel, den Verbrauch je produziertes Fahrzeug bis 2020 um 45 % gegenüber 2006 zu reduzieren, wesentlich näher. Die entsprechenden Maßnahmen haben sich als effektiv erwiesen. Derzeit haben wir eine Reduktion von 36,5 % im Vergleich zum Basisjahr 2006 erreicht. → GRI 302-3, GRI 302-4

CO₂-Emissionen systematisch reduzieren

Vor dem Hintergrund des Klimawandels hat die Verringerung von CO₂-Emissionen für die BMW Group hohe Relevanz. Die Reduzierung von CO₂-Emissionen ist für uns ein ökologisches und gleichzeitig ein ökonomisches Gebot. Indem wir weniger Energie verbrauchen und dank geringerer Emissionen CO₂-Abgaben einsparen, können wir Kosten senken und konkrete Wettbewerbsvorteile erzielen. Hinzu kommt, dass insbesondere unsere Flottenkunden hohe Anforderungen an eine umweltfreundliche Herstellung der Fahrzeuge stellen. Dementsprechend treiben wir sowohl in unserer eigenen Produktion als auch in den weiteren Wertschöpfungsstufen inklusive der Vorstufe die Reduktion von CO₂-Emissionen voran.

CO₂-Emissionen an eigenen Standorten minimieren

CO₂-Emissionen an den Standorten der BMW Group entstehen direkt durch die Verbrennung fossiler Kraftstoffe (Scope-1-Emissionen) sowie indirekt durch den Strom- und Wärmeverbrauch (Scope-2-Emissionen). Wir konzentrieren uns auf die Reduktion der CO₂-Emissionen unserer Produktion, die rund 90 % dieser Scope-1- und 2-Emissionen verursacht. Für alle Standorte gilt unsere Vision einer CO₂-freien Energieversorgung.

Durch unsere Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz sowie durch die Eigenerzeugung und den Zukauf von Strom aus regenerativen Quellen an unseren Produktionsstandorten sind die CO₂-Emissionen der Fahrzeugproduktion je produziertes Fahrzeug im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr weiter um 24,1 % auf 0,41 t zurückgegangen (2016: 0,54 t CO₂ pro Fahrzeug). Trotz einer Steigerung des Produktionsvolumens konnten wir auf diese Weise auch die absoluten Emissionen im Produktionsnetzwerk im dritten Jahr in Folge senken (2017: 989.111 t CO₂; 2016: 1.254.961 t). Den beständigen Rückgang der CO₂-Emissionen über die letzten Jahre sehen wir als Bestätigung für die Effektivität unserer Maßnahmen.

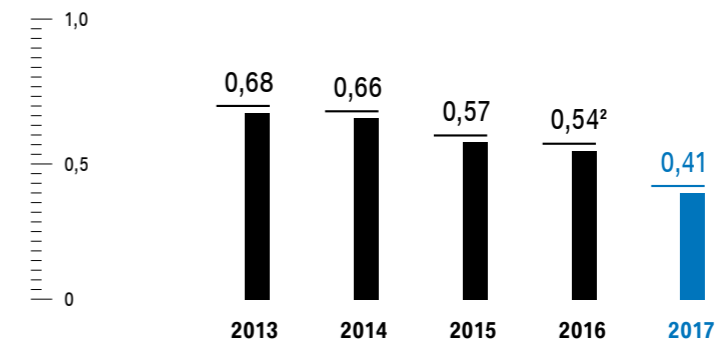
→ Siehe
Tabelle 3.03

→ GRI 305-4, GRI 305-5

CO₂-Emissionen je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.03

in t/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen (Fahrzeugproduktion ohne Motorrad), bereinigt um KWK-Verluste geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd. ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

² Market-based-Emissionen gemäß GHG Protokoll Scope 2 Guidance. Vernachlässigung von klimawirksamen Gasen neben CO₂.

→ GRI 305-4

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

- 3.1 Ressourcenverbrauch
- 3.2 Erneuerbare Energien
- 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

CO₂-Emissionen in den Wertschöpfungsstufen verringern

In den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen reduzieren wir kontinuierlich Emissionen, die bei der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte, in unserer Lieferkette, in der Transportlogistik und im Mitarbeiterberufsverkehr entstehen (Scope-3-Emissionen). Der mit rund 70% größte Teil dieser Emissionen entsteht bei der Nutzung der verkauften Fahrzeuge. Dabei sind Emissionen, die bei der Kraftstoffherzeugung entstehen, nicht mitgerechnet. Mit unseren EfficientDynamics Technologien reduzieren wir kontinuierlich den durchschnittlichen CO₂-Ausstoß der Flotten pro Kilometer. Im Jahr 2017 lag der Mittelwert in unseren Kernmärkten – der Europäischen Union, den USA, China, Japan und Korea – bei 141 g CO₂/km (2016: 144 g CO₂/km). Dies entspricht einem Rückgang von 2,1% im Vergleich zum Vorjahr.

Rund ein Fünftel der Scope-3-Emissionen stammt aus der vorgelagerten Lieferkette. Wir suchen gemeinsam mit unseren Lieferanten kontinuierlich nach neuen Möglichkeiten, Ressourcen noch effizienter einzusetzen.

→ Siehe Kapitel 2.1

→ Siehe Kapitel 3.3



Emissionsfreie Logistik: Im Stammwerk München fahren verschiedene Elektro-LKW und leisten einen positiven Beitrag zur Luftqualität der Stadt.

Weiterhin entfallen etwa 2% der Scope-3-Emissionen auf die weltweite Transportlogistik zur Materialversorgung der Produktionswerke, zur Distribution unserer Fahrzeuge und zur Ersatzteilversorgung der Märkte. Um die dabei anfallenden CO₂-Emissionen so gering wie möglich zu halten, folgen wir dem Grundsatz „Produktion folgt dem Markt“. Eine zentrale Maßnahme zur Reduktion der CO₂-Emissionen ist der bevorzugte Einsatz CO₂-günstiger Energie- und Verkehrsträger. So wurde zum Beispiel der gesamte Bahn-Vorlauf in Deutschland zur Versorgung der internationalen Produktionsstandorte bis zum Export-Seehafen auf Grünstrom umgestellt.

Auch bei der Distribution der Fahrzeuge spielt die Schiene eine wichtige Rolle. Mehr als die Hälfte aller Neufahrzeuge verlassen unsere Werke auf dem Schienenweg. Unter anderem durch eine veränderte regionale Verteilung unserer Produktion ergab sich im Berichtsjahr jedoch ein leichter Rückgang auf 55,4% (2016: 59,7%). Außerdem setzen wir in Zusammenarbeit mit Logistikdienstleistern im Rahmen der Werkeversorgung bereits erste rein elektrisch sowie gasbetriebene LKW ein. Weitere Einsatzmöglichkeiten für alternative Antriebe und Kraftstoffe sind derzeit in Untersuchung.

Mit „Design for Recycling“ stellen wir sicher, dass am Ende des Lebenszyklus unserer Fahrzeuge eine weitestgehende Rückführung der Bestandteile in den Materialkreislauf möglich ist. So tragen wir zusätzlich zu geringeren CO₂-Emissionen in der Wertschöpfungskette bei.

→ Siehe Kapitel 2.1

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

→ 3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

CO₂-Bilanz der BMW Group

→ T3.04

in t CO ₂	2013	2014	2015	2016	2017
Emissionen gesamt ¹	64.019.874	66.913.264	68.991.955	70.818.970	72.826.736
SCOPE 1: DIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN					
Emissionen gesamt	492.798	494.931	536.168	562.146	625.072
Emissionen BMW Group Standorte ²	399.473	403.810	443.575	472.021	529.728
Emissionen Dienstwagen	88.695	85.695	87.358	85.008	88.782
Emissionen unternehmenseigene Flugzeuge	4.630	5.426	5.235	5.117	6.562
SCOPE 2: INDIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN					
Emissionen gesamt ³	922.843	966.067	923.313	868.089	510.911
Strom-/Wärmebezug BMW Group Standorte ³	922.843	966.067	923.313	868.089	510.911
SCOPE 3: INDIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN					
Emissionen gesamt	62.604.233	65.452.266	67.532.474	69.388.735	71.690.753
Emissionen Logistik	1.383.774	1.518.304	1.402.082	1.427.399	1.473.087
Emissionen Dienstreisen	113.388	137.601	138.522	142.250 ⁷	169.233
Emissionen Mitarbeiterberufsverkehr ⁴	122.584	121.428	133.690	139.797	140.187
Emissionen Vorkette ⁵	13.274.865	14.331.118	14.886.300	15.391.154	16.786.192
Emissionen Nutzphase ⁶	46.696.786	48.239.470	49.582.958	51.079.073	51.887.708
Emissionen Entsorgung ⁵	1.012.836	1.104.345	1.145.158	1.185.148	1.234.346

¹ Ergänzung um Emissionen des Mitarbeiterberufsverkehrs, ab 2012 um Emissionen aus Lieferkette, Nutzphase und Entsorgung sowie ab 2015 Ergänzung der BMW Group Standortemissionen um BMW Motorrad Berlin/DE und Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE. Die aufgeführten Emissionen erreichen ca. 90% der gesamten Scope-1- bis Scope-3-Emissionen der BMW Group. Bei Scope-1- und Scope-2-Emissionen Vernachlässigung von klimawirksamen Gasen neben CO₂

² Zahlen ab 2015 aufgrund Erweiterung der Systemgrenzen nicht direkt mit den Vorjahren vergleichbar: Emissionen von unternehmenseigenen Produktionsstandorten inklusive BMW Motorrad Berlin/DE sowie Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE. Verwendung der 2017 aktualisierten VDA-Faktoren

³ Zahl ab 2015 aufgrund einer Erweiterung der Systemgrenzen nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar: Emissionen von unternehmenseigenen Produktionsstandorten inklusive BMW Motorrad Berlin/DE sowie Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE. Die Market-based-Emissionen gemäß GHG Protokoll Scope 2 Guidance. Hierbei Verwendung der 2017 aktualisierten VDA-Faktoren. Scope-2-Emissionen berechnet mit der „location based“-Methode (gesamter Fremdstrom- und -wärmebezug mit VDA-Faktoren berechnet): 1.572.432 t CO₂

⁴ Hochrechnung aus der Tabelle „Genutzte Verkehrsmittel der BMW Group Mitarbeiter und indirekte CO₂-Emissionen durch den Berufsverkehr der Mitarbeiter“

⁵ Emissionen aus Lieferkette und Entsorgung sind aus Ökobilanzen repräsentativer Fahrzeuge der Produktlinien mit dem LCA-Tool Gabi der Firma Thinkstep berechnet (u. a. Berücksichtigung der klimawirksamen Gase CO₂, CH₄, N₂O, SF₆, NF₃). Zu den CO₂e-Emissionen korrespondierend ergeben sich aus den Ökobilanzen die Energieverbräuche (unterer Heizwert): rund 77.545.000 MWh in der Lieferkette sowie rund 502.000 MWh bei den Entsorgern.

⁶ Die Flottenemissionen sind eine Hochrechnung der Flottendurchschnittsemissionen der Hauptabsatzmärkte der BMW Group. Der Berechnung wurde eine durchschnittliche Laufleistung von 150.000 km zugrunde gelegt.

⁷ Korrektur aufgrund von Bereinigungen

→ GRI 302-2, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

- 3.1 Ressourcenverbrauch
- 3.2 Erneuerbare Energien
- 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Weitere Maßnahmen zur Vermeidung von CO₂-Emissionen fördern wir mit unserem Geschäftsbereich BMW Energy Services. Wir haben verschiedene digitale Geschäftsmodelle entwickelt, um am Energiemarkt der Zukunft teilzuhaben und die Dekarbonisierung der Stromerzeugung mit voranzutreiben. So vermarkten wir seit 2015 unsere Flexibilitäten aus der Wärme- und Strom-Eigenerzeugung im Rahmen der „Regelenergie“. Dieses Geschäftsmodell wird beispielsweise in unserem Werk in Leipzig/DE angewandt. Dort haben wir im Oktober 2017 eine Speicherfarm in Betrieb genommen, die durch die Kombination von bis zu 700 BMW i3 Batterien als erhebliche Flexibilitätsreserve fungiert. Hierdurch werden ausrangierte Fahrzeug-Hochvoltspeicher einer „Second Life“-Nutzung zugeführt und somit wird ressourcenschonend die Einsatzdauer der Speicher über den Fahrzeug-Lebenszyklus hinaus verlängert. Die Speicherfarm dient nicht nur zur Teilnahme am Regelenergiemarkt und zur damit verbundenen Stabilisierung des öffentlichen Stromnetzes, sondern auch dazu, die Nutzung von selbst erzeugtem Strom aus regenerativen Quellen im Werk Leipzig/DE zu optimieren, und reduziert auf diese Weise den CO₂-Fußabdruck des Werks.

Darüber hinaus identifiziert BMW Energy Services Potenziale für Energieflexibilität und entwickelt entsprechende Lösungen für Unternehmen und Privatkunden durch das Joint Venture → **Digital Energy Solutions**, das wir 2015 mit der Firma Viessmann gegründet haben.

Rohstoffe intelligent einsetzen

→ Siehe
Grafik 2.06

Der umweltschonende Einsatz von Rohstoffen wird durch das „Life Cycle Engineering“ bereits in der Fahrzeugentwicklung berücksichtigt. Dementsprechend gestalten wir unsere Lieferketten und Materialkreisläufe. Auf diese Weise können wir den Einsatz von Sekundärrohstoffen in unseren Fahrzeugen sukzessive erhöhen. Bereits heute bestehen bis zu 20% der thermoplastischen Werkstoffe in unseren Fahrzeugen aus Rezyklaten. Diese Werkstoffe machen durchschnittlich 12% des Fahrzeuggewichts aus. In hochfesten Aluminiumussteilen setzen wir bis zu 50% Sekundäraluminium ein. → GRI 301-2 Wo immer es technisch, ökonomisch und ökologisch sinnvoll und sozial verträglich ist, ersetzen wir zudem technische Primärmaterialien durch nachwachsende Rohstoffe. So konnten wir zum Beispiel Träger von Türverkleidungen durch Naturfasern ersetzen. Diese werden unter anderem in den BMW i3, BMW 7er und BMW 5er Modellen eingesetzt. Dadurch leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Ressourceneffizienz.

→ Siehe
Kapitel 2.2

Bei der Verwendung von Seltenen Erden nehmen wir eine sorgfältige Abwägung von Gewicht, Funktion und Kosten vor. Seltene Erden sind Schlüsselrohstoffe für verschiedene Komponenten moderner Fahrzeuge. Der Einsatz von Seltenen Erden kann unter anderem durch eine höhere Effizienz von elektrischen Systemen zur Senkung des Kraftstoffverbrauchs beitragen. Bei einigen Komponenten, wie zum Beispiel bei den Basis-Lautsprechern, konnten wir einen vollständigen Ersatz von potenziell versorgungskritischen Seltene-Erden-Elementen erreichen.

Derzeit entwickelt die BMW Group für 2021 die bereits fünfte Generation ihres E-Antriebs. Ein Vorteil dabei ist, dass dieser E-Motor ohne Seltene Erden auskommen soll.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

- 3.1 Ressourcenverbrauch
- 3.2 Erneuerbare Energien
- 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Fahrzeuge zurücknehmen und verwerten

Wir betrachten Altfahrzeuge nicht als zu entsorgenden Abfall, sondern vielmehr als Quelle für Sekundärrohstoffe. Deshalb stellen wir am Ende des Lebenszyklus eines Fahrzeugs über etablierte Systeme die Rückführung von Altfahrzeugen, Komponenten und Materialien in den Rohstoffkreislauf sicher. Gemeinsam mit ihren nationalen Vertriebsgesellschaften hat die BMW Group bereits in 30 Ländern die Rücknahme von Altfahrzeugen geregelt und bietet Fahrzeugeigentümern eine umweltgerechte Verwertung bei mehr als 2.500 eigens benannten Rücknahmestellen an. → GRI301-3



Von der Karosserie bis zum Kabelbaum: In der Verwertungsanlage werden Altfahrzeuge verschrottet.

Alle seit 2008 auf den Markt gebrachten Fahrzeuge der BMW Group erfüllen die gesetzlichen Anforderungen zur Verwertung von Altfahrzeugen, Komponenten und Materialien (95 % Gesamtverwertung, 85 % Wiederverwendung und stoffliche Verwertung).

In unserem Recycling und Demontage Zentrum (RDZ) erproben wir fortlaufend neue Recyclingkonzepte für neuartige Fahrzeugkomponenten. Des Weiteren fördern wir durch die Zusammenarbeit mit Forschungsinstituten und Lieferanten die Umsetzung neuer Verwertungstechnologien wie zum Beispiel das Recycling von Hochvolt-Speichern und Kohlenstofffaserbauteilen. Durch den Einsatz von Sekundärrohstoffen bei der Produktion von

Lithium-Ionen-Batteriezellen wollen wir auch in diesem Bereich die Stoffkreisläufe schließen.

Produktionsabfall vermeiden und wiederverwerten

Wir haben unser Ziel, das Abfallaufkommen der Fahrzeugproduktion gegenüber dem Basisjahr 2006 bis 2020 um 45 % zu verringern, bereits erreicht. Dennoch arbeiten wir kontinuierlich daran, den Anteil des Abfalls zur Beseitigung weiter zu minimieren und so viele Reststoffe wie möglich in eine Kreislaufwirtschaft zu überführen. In China wird zum Beispiel der Gießereisand für die Herstellung von Beton verwendet. In den Werken Leipzig/DE, Goodwood/UK und Rayong/TH haben wir den Abfall zur Beseitigung fast vollständig reduziert. Aufgrund der verschiedenen Abfallströme in den unterschiedlichen Werken, der unterschiedlichen gesetzlichen Vorgaben und der vorhandenen Entsorgungsstrukturen ist dies nicht in allen Werken möglich.

Der Abfall aus der Produktion, der nicht zu recyceln oder zu verwerten ist, betrug im Jahr 2017 durchschnittlich 3,86 kg je produziertes Fahrzeug (2016: 3,51 kg). Im Jahr 2017 hat sich durch den Anlauf des neuen Werkes in Dandong der Abfall zur Beseitigung erhöht. Der Grund war, dass Recycling- oder Aufbereitungskonzepte für einzelne Abfallströme im Berichtsjahr noch nicht umgesetzt waren bzw. erst 2018 wirksam werden. Die Recycling- und Verwertungsquote belief sich auf 98,9 % (2016: 98,9 %). Dies sehen wir als einen Indikator für die Wirksamkeit unserer Anstrengungen zur Abfallreduktion.

→ Siehe
Tabelle 3.05

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

- 3.1 Ressourcenverbrauch
- 3.2 Erneuerbare Energien
- 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

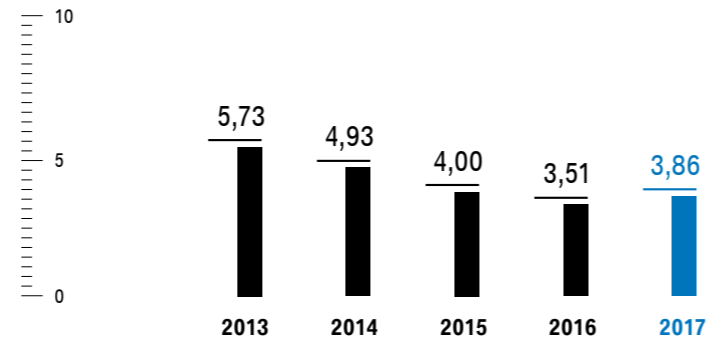
Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Abfall zur Beseitigung je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.05

in kg/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Abfall zur Beseitigung der Fahrzeugproduktion geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd. ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

Wasserverbrauch und Abwasser reduzieren

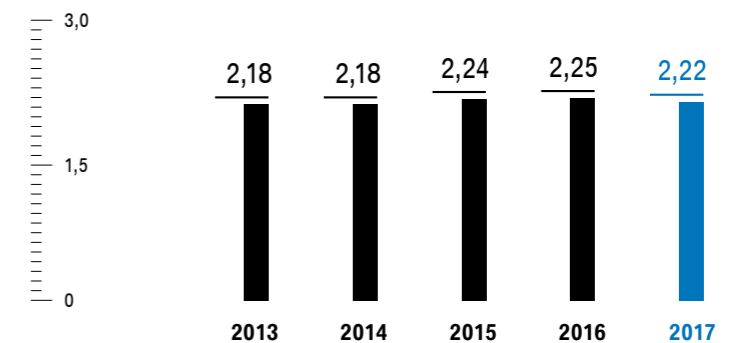
Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren Wasserverbrauch zu senken. Einen besonderen Fokus legen wir hierbei auf Produktionsstandorte in Ländern mit erhöhtem Wasserrisiko wie in Südafrika, den USA oder China. Aktuell bestehen an keinem unserer Produktionsstandorte Wasserversorgungsrisiken.

Die größten Wasserverbrauchsfaktoren der BMW Group sind die Sanitäreinrichtungen für unsere Mitarbeiter (54%), die Verdunstung, hauptsächlich in Kühltürmen (28%), sowie die Produktionsprozesse, insbesondere in den Lackierereien (18%). In allen drei Bereichen führen wir entsprechende Maßnahmen zur kontinuierlichen Reduzierung des Verbrauchs durch. So tragen zum Beispiel in den Neubauten in Dingolfing/DE und München/DE geschlossene Kühltürme zur stetigen Reduktion des Wasserverbrauchs bei. In Tiexi/CN verwenden wir aufbereitetes Abwasser in der Lackiererei.

Wasserverbrauch je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.06

in m³/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Wasserverbrauch der Fahrzeugproduktion geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd. ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

- 3.1 Ressourcenverbrauch
- 3.2 Erneuerbare Energien
- 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Den Wasserverbrauch je produziertes Fahrzeug konnten wir im Jahr 2017 gegenüber dem Vorjahresniveau um 1,3 % auf 2,22 m³ reduzieren (2016: 2,25 m³). Gegenüber dem Basisjahr 2006 haben wir den Wasserverbrauch um 31,9 % verringert. Das strategische Ziel 2020 (Reduktion von 45 % zum Basisjahr 2006) wollen wir hauptsächlich mit zwei Maßnahmen erreichen: In den Gießereien wollen wir das Wasserstrahlschneiden mit einem wasserlosen Prozess ersetzen und im Werk Spartanburg das Prozessabwasser als Ersatz von Frischwasser aufbereiten.

→ Siehe
Tabelle 3.06

Wir arbeiten kontinuierlich an der Umsetzung unserer Vision von abwasserfreien Prozessen in der Produktion. Im Jahr 2017 konnte mit 0,40 m³ Prozessabwasser je produziertes Fahrzeug der Verbrauch um 4,8 % im Vergleich zum Vorjahr (2016: 0,42 m³) verringert werden. Durch kontinuierliche Verbesserungen unserer Anlagen, insbesondere die Optimierung unserer Lackierereien und Abwasserbehandlungsanlagen, wollen wir auch zukünftig weiter den Verbrauch senken. Hier haben wir mit einer Reduktion von 51,2 % gegenüber 2006 unser Ziel bis 2020 (45 % im Vergleich zu 2006) bereits erreicht.

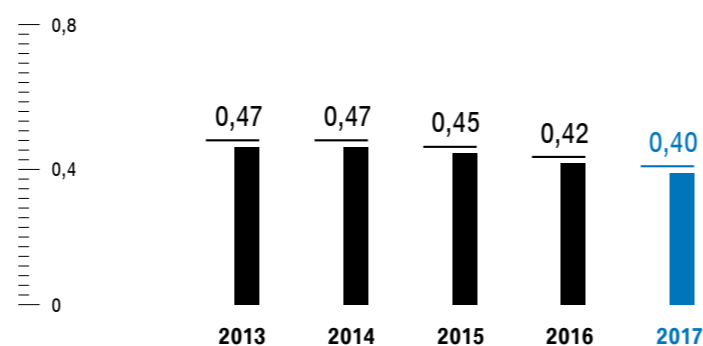
→ Siehe
Tabelle 3.07

→ Siehe
Tabelle 3.08

Prozessabwasser je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.07

in m³/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Prozessabwasser der Fahrzeugproduktion geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd. ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

Lösungsmittel minimieren

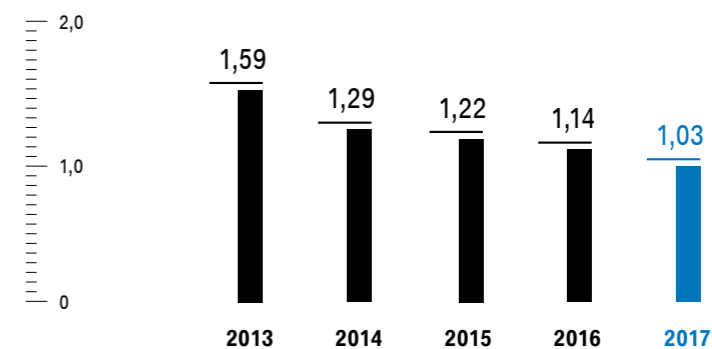
Im Rahmen unseres konzernweiten Umweltschutzes wollen wir auch weiterhin die Belastung der Umwelt durch VOC-Emissionen (flüchtige organische Lösungsmittel) reduzieren, die insbesondere in unseren Lackierereien entstehen. Bis Ende 2017 betrug die Reduktion der VOC-Emissionen je produziertes Fahrzeug 59,0 % gegenüber 2006. Damit haben wir das selbst gesteckte Ziel einer Reduktion von 45 % bis 2020 bereits deutlich übertroffen.

Im Jahr 2017 erreichten wir durchschnittlich 1,03 kg VOC-Emissionen je produziertes Fahrzeug. Die Einhaltung der national geltenden Grenzwerte an allen BMW Produktionsstandorten ist für die BMW Group selbstverständlich. Häufig werden diese Grenzwerte sogar noch deutlich unterschritten. Die VOC-Emissionen je produziertes Fahrzeug sind im Jahr 2017 gegenüber 2016 um 9,6 % erneut gesunken. Diese Reduktion ist im Wesentlichen auf den Einsatz neuer Lackiertechnologie an verschiedenen Werkstandorten zurückzuführen.

Lösungsmittel je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.08

in kg/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus den VOC-Emissionen der Fahrzeugproduktion geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd. ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

- 3.1 Ressourcenverbrauch
- 3.2 Erneuerbare Energien
- 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Ausblick

Wir werden auch in den kommenden Jahren unsere Bemühungen zur Steigerung der Ressourceneffizienz fortsetzen. Zu unseren geplanten Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz zählen die letzte Etappe der Umstellung auf LED-Beleuchtung an unseren Standorten sowie die weitere Nutzung der Abwärme aus unseren Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen. Beispielsweise soll 2018 der Umbau älterer Gasturbinen in unserem Werk Dingolfing/DE auf modernste Gasmotoren abgeschlossen werden.

Aufgrund einer neuen hochmodernen Lackiererei in unserem Stammwerk in München/DE sowie verschiedener Prozessoptimierungen im Produktionsnetzwerk erwarten wir auch im Jahr 2018 eine weitere Senkung der VOC-Emissionen.

Ab 2019 wird unser derzeit im Bau befindliches neues Werk in Mexiko einen signifikanten Beitrag zur Ressourceneffizienz leisten. Bereits ab dem ersten vollen Produktionsjahr 2020 soll es das ressourceneffizienteste Werk der BMW Group werden.

Zudem werden die bis 2020 erneuerten Produktionsstandorte zum Erreichen der BMW Group Umweltziele beitragen.



VOC-Emissionen in der neuen Lackiererei in München senken:
Die flüchtigen organischen Verbindungen (VOC) gehen kontinuierlich zurück.



→ ERNEUERBARE ENERGIEN

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

BMW SPEICHERFARM LEIPZIG.

// TUN OBERNIMMELN ENERGETISCHE FREIHEIT WEITEN.



Batteriespeicher sinnvoll wiedernutzen: Die neue Speicherfarm der BMW Group in Leipzig erhöht die Effizienz der Windkraftanlage auf dem Werksgelände.

Einführung

1**Fundamente**

2**Produkte
und Dienstleistungen**

3**Produktion
und Wertschöpfung****3.1 Ressourcenverbrauch**→ **3.2 Erneuerbare Energien****3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette**

4**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang**3.2****ERNEUERBARE ENERGIEN****Zielsetzung:****Die BMW Group ist führend beim Einsatz von erneuerbarer Energie in Produktion und Wertschöpfung**

Erneuerbare Energien spielen eine entscheidende Rolle für die Reduzierung von CO₂-Emissionen. Die BMW Group hat sich daher zum Ziel gesetzt, ab dem Jahr 2020 weltweit ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien zu beziehen, um den Auswirkungen des Klimawandels entgegenzuwirken. Wir bauen die Eigenerzeugung von regenerativem Strom an unseren Standorten aus und nutzen zunehmend Strom aus externen regenerativen Quellen. Auf diese Weise verbessern wir unsere Umweltbilanz und entsprechen der Erwartung unserer Stakeholder, eine nachhaltige Energiegewinnung zu unterstützen. Nicht zuletzt entspricht dieser Ansatz unserem Verständnis einer nachhaltigen Mobilität mit Fahrzeugen, die möglichst emissionsarm produziert werden.

Zentrale Maßnahmen:**den Einsatz erneuerbarer Energien entlang der gesamten Wertschöpfungskette steigern**

Bei der Förderung erneuerbarer Energien konzentrieren wir uns auf unsere eigenen Werke. Je nach Standort entscheiden wir anhand der lokalen Bedingungen, welche regenerativen Energiequellen zielführend genutzt werden können. Daher kommen an unseren Standorten unterschiedliche Technologien zum Einsatz. Der Eigenproduktion regenerativer Energie geben wir dabei stets den Vorrang. Falls dies unter den gegebenen technischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht vollständig möglich ist, kaufen wir nach Möglichkeit Strom aus regenerativen Quellen lokal hinzu.

Unser Standort in Österreich wird schon seit 2016 zu 100 % mit Grünstrom versorgt. Im Jahr 2017 konnten wir unser Engagement weiter ausbauen und versorgen nun auch die Werke in Deutschland und Großbritannien vollständig mit regenerativem Strom. Damit beziehen alle unsere Produktionsstandorte in Europa ausschließlich Strom aus erneuerbaren Quellen – unter anderem über Herkunftsnachweise. Auch in China haben wir begonnen, lokal Grünstrom zu beziehen, und konnten so im Berichtsjahr insgesamt 178 GWh Strom aus Windkraftanlagen nutzen. Dies machte 44 % des gesamten Fremdstrombezugs unserer chinesischen Werke aus. Für 2018 streben wir an, den Grünstromanteil der BMW Group weiter zu steigern mit dem Ziel, ab dem Jahr 2020 weltweit ausschließlich elektrischen Strom aus erneuerbaren Quellen zu beziehen.

Ein weiterer großer Teil der CO₂-Emissionen durch die Herstellung unserer Produkte fällt bei den Zulieferern an. Daher unterstützen wir den Einsatz von regenerativem Strom auch in unserer Lieferkette. Im Rahmen des Supply Chain Programms des Carbon Disclosure Projects (CDP) fordern wir von unseren Lieferanten Informationen zu den CO₂-Emissionen ein und treffen mit ihnen Vereinbarungen zur Erhöhung des Anteils regenerativer Energien.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

→ 3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Due-Diligence-Prozesse: Einsatz von erneuerbaren Energien zentral steuern und lokal nachhalten

Steuerung und Controlling des Einsatzes von erneuerbaren Energien in den Gebäuden der BMW Group liegen in der Verantwortung des Bereichs Immobilien, Facility Management und Konzernsicherheit in enger Abstimmung mit der Hauptabteilung für Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie dem zentralen Energieeinkauf. Die BMW Group hat zudem einen Steuerkreis auf Hauptabteilungsebene eingerichtet. Seit 2013 stimmt dieser die aktuellen und zukünftigen Maßnahmen ab und führt ein Monitoring durch, um regelmäßig zu überprüfen, ob die Zielvorgaben erreicht werden. Für die Planung und Umsetzung der Maßnahmen haben wir konzernweit eigenständige Prozesse definiert, die den zentralen Strategieabteilungen, den regionalen Steuerstellen sowie den Werken auf lokaler Ebene klare Rollen und Verantwortungen zuweisen. Zudem steht die BMW Group im engen Austausch mit ihren Energieversorgern in den lokalen Märkten, um auf etwaige Änderungen in der gelieferten Stromqualität bezüglich Grünstromanteil und CO₂-Fracht reagieren zu können. Im Jahr 2017 haben wir außerdem das Monitoring von Gesetzesänderungen im Energiebereich professionalisiert und hier eine Partnerschaft mit entsprechenden externen Experten etabliert. Dies hilft der BMW Group, frühzeitig auf entsprechende Entwicklungen eingehen zu können.

Im Rahmen des CDP Supply Chain Programms fordern wir von unseren Lieferanten Maßnahmen zur Reduktion ihrer CO₂-Emissionen und halten den Gesamtfortschritt über ihre CDP-Bewertung nach. Bisher haben wir Ziele für die Ressourceneffizienz der teilnehmenden Lieferanten. Spezifische Ziele oder Sorgfaltsprozesse für den Teilbereich der erneuerbaren Energien haben wir noch nicht definiert.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: Einsatz regenerativer Energien weiter gesteigert

→ Siehe Leistungsindikatoren

Im Jahr 2017 haben wir den Einsatz regenerativer Energien für unsere Stromversorgung auf 81 % weiter gesteigert (2016: 63 %). Auch in unserer Lieferkette konnten wir durch Vereinbarungen mit unseren am CDP Supply Chain Programm teilnehmenden Lieferanten den Anteil von regenerativen Energien an ihrem Gesamtenergieverbrauch auf durchschnittlich 2 % erhöhen (2016: 1,6 %).

Die kontinuierliche Steigerung des Anteils von erneuerbaren Energien sowohl in unserer Produktion als auch im Lieferantennetzwerk sehen wir als Bestätigung für die Effektivität unserer Maßnahmen.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

→ 3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

ERNEUERBARE ENERGIEN
IM DETAILAnteil erneuerbarer Energien an den
Standorten der BMW Group ausbauen

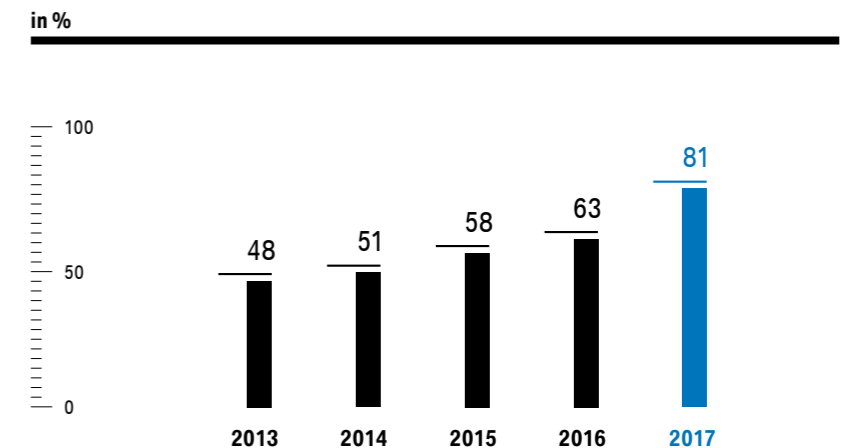
Wir arbeiten an allen Standorten daran, den Anteil des Stroms aus regenerativen Quellen fortlaufend zu erhöhen. Dafür bewerten wir in länderspezifischen Analysen regelmäßig die politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen. Für die USA haben wir diese Analyse 2017 abgeschlossen, sodass wir uns, wie bereits in Deutschland, Österreich und Großbritannien, auf die Umsetzung der definierten Maßnahmen konzentrieren können. Diese schließen sowohl Eigenstromerzeugung vor Ort als auch den Zukauf von regenerativem Strom ein. Zudem erarbeiten wir kontinuierlich das notwendige regulatorische Know-how für weitere Energiemärkte, in denen wir als BMW Group mit Werken präsent sind. So führen wir diese Analysen derzeit beispielsweise in Brasilien und Mexiko durch.

In mehreren unserer Werke konnten wir den Planungs- und Ausschreibungsprozess für neue Fotovoltaikanlagen beginnen. So wurde in unserem neuen Werk in Mexiko eine Freiflächenanlage mit einer Spitzenleistung von 5 MWp ausgeschrieben. Sie wird dazu beitragen, die komplette Grundlast des Werks mit erneuerbarem Strom abzudecken. In China haben wir mit dem Bau von mehreren Carport- und Aufdachanlagen in unseren Werken mit einer Gesamtleistung von 7,3 MWp begonnen. Diese beiden Projekte werden nach Fertigstellung die leistungsstärksten Fotovoltaikanlagen im BMW Produktionsnetzwerk sein. Nach der Errichtung von Windkraftanlagen mit einer Gesamtleistung von 10 MW in Leipzig/DE führen wir den Ausbau erneuerbarer Energien damit im großen Maßstab fort.

Erneuerbare Energien kommen nicht nur in unseren Produktionswerken, sondern auch in weiteren Gebäuden der BMW Group zum Einsatz. So werden auch sämtliche Lager, Niederlassungen sowie die Konzernzentrale und das Forschungs- und Innovationszentrum in München/DE vollständig mit Grünstrom versorgt.

Anteil Strom fremd aus erneuerbaren Energien¹

→ T3.09



¹ Bestimmt aus den eingekauften Grünstrommengen (unter anderem über Herkunftsnachweise) sowie für den restlichen Fremdstrombezug konservativ berechneten länderspezifischen Stromanteilen aus erneuerbaren Energien. Zahlen ab 2015 nicht direkt mit den Zahlen für 2013–2014 vergleichbar. Zahlen ab 2015 schließen alle BMW Group Produktionsstandorte inkl. Joint Venture BBA BMW Brilliance Automotive Ltd. sowie Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE ein.

→ Siehe
Tabelle 3.09

Der kontinuierliche Anstieg des Anteils regenerativer Energien für unsere Stromversorgung bestätigt die Effektivität unserer Maßnahmen. Unsere Strategie zum Ausbau erneuerbarer Energien hat sich als sinnvolle Grundlage für die Planung konkreter Maßnahmen erwiesen, die sich in den unterschiedlichsten Länderkontexten anwenden lässt. Dies konnten wir in diesem Jahr im Rahmen der länderspezifischen Analyse zum Ausbau der erneuerbaren Energien für unsere Stromversorgung in den USA bestätigen.

Einem noch schnelleren Ausbau stehen an vielen Standorten die wechselnden regulatorischen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen entgegen. Beson-

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

→ 3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

ders Änderungen in den relevanten Regularien stellen uns häufig vor große Herausforderungen, da sie eine langfristige Planung erschweren. So führten beispielsweise Änderungen im Erneuerbare-Energien-Gesetz in Deutschland zu deutlichen Veränderungen in der wirtschaftlichen Bewertung von Anlagen, was den Planungsprozess maßgeblich beeinflusst. Ein weiterer Fall betrifft unser Vorhaben, das Werk in San Luis Potosí/MX von Beginn an vollständig mit regenerativ erzeugtem Strom zu versorgen. Der mexikanische Strommarkt wird durch die dortige Regierung derzeit dereguliert. Auch dieser Prozess bringt unklare Planungsprämisse mit sich und konfrontiert uns mit einer komplexeren Ausgangslage, um unser Ziel der vollständigen Grünstromversorgung zu erreichen. Daher sind wir kontinuierlich bestrebt, Änderungen rechtzeitig zu erkennen, um sowohl technisch und wirtschaftlich als auch politisch tragfähige Lösungen zu finden.



Möglichkeiten nutzen: Eine Biogasanlage in Südafrika versorgt das Werk Rosslyn mit umweltfreundlichem Strom.

Erneuerbare Energien in der Lieferkette fördern

Auf die Lieferkette entfällt derzeit über ein Fünftel unserer Gesamtemissionen (Scope 1, 2 und 3). Das umfasst ein Vielfaches der Emissionen an unseren eigenen Werksstandorten. In Anbetracht des Wandels zur Elektromobilität gehen wir davon aus, dass die Emissionen unserer Lieferkette bald auch die Emissionen aus der Nutzungsphase unserer Fahrzeuge übersteigen werden. Um die Gesamtemissionen weiter zu reduzieren, ist es uns besonders wichtig, die Anwendung erneuerbarer Energien auch in der Lieferkette zu fördern.

Unser Engagement beginnt dabei auf strategischer Ebene: Auf der Grundlage von Informationen, die wir im Rahmen des → **Supply Chain Programms des Carbon Disclosure Projects (CDP)** von unseren Lieferanten einfordern, treffen wir mit ihnen Vereinbarungen zur Erhöhung des Anteils regenerativer Energien. Derzeit entwickeln wir ein neues Konzept, um mit den Lieferanten zu bilateralen Zielvereinbarungen zu kommen. Auf diese Weise wollen wir den durchschnittlichen Anteil regenerativer Energien in der Lieferkette kontinuierlich erhöhen.

→ Siehe Kapitel 3.3

Lieferanten, die eine gute Bewertung im CDP-Ranking erreicht haben, fordern wir auf, ihre Emissionsziele auf Konformität mit dem 2-Grad-Ziel zu prüfen und wissenschaftsbasierte Ziele zu formulieren. Bei dem 2-Grad-Ziel handelt es sich um das Ziel der internationalen Klimapolitik, die globale Erwärmung auf unter 2 Grad Celsius zu beschränken. Im Jahr 2017 haben wir 98 Lieferanten gebeten, entsprechende Ziele zu formulieren. 27 unserer am CDP beteiligten Lieferanten berichteten daraufhin mindestens ein 2-Grad-konformes Ziel, 44 weitere Lieferanten planen die Definition eines solchen Ziels innerhalb der nächsten zwei Jahre. Die Umsetzung des 2-Grad-Ziels bedarf klarer Strategien seitens der Lieferanten zur Nutzung erneuerbarer Energien. Daher bewerten wir die entsprechende Zieldefinition als wichtigen Indikator für einen Strategiewechsel seitens der Lieferanten.

→ Siehe Kapitel 3.3

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

→ 3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Mit dieser Vorgehensweise geben wir unseren Lieferanten Zeit, die Mechanismen zu verstehen und nötige Strukturen aufzubauen. In Zukunft beabsichtigen wir, sektorweite CDP-Kennzahlen in den Vergabeprozess zu integrieren. Hierdurch erwarten wir einen wesentlichen Einfluss auf die Reduktion der CO₂-Emissionen.

Ausblick

Mit dem Ziel, ab dem Jahr 2020 weltweit ausschließlich elektrischen Strom aus erneuerbaren Quellen zu beziehen, wollen wir im kommenden Jahr die Stromversorgung durch erneuerbare Energien vor allem in unseren außereuropäischen Werken weiter ausbauen. Damit wollen wir die spezifischen CO₂-Emissionen des Produktionsnetzwerkes weiter reduzieren. Zum Beispiel prüfen wir, für 2018 bereits eine vollständige Versorgung mit erneuerbarem Strom auch in einzelnen Ländern außerhalb Europas zu erreichen.

Die Erfahrungen, die wir an unseren eigenen Standorten sammeln, bilden die Basis, um entsprechende Maßnahmen auch von unseren Lieferanten zu fordern. Im Jahr 2018 wollen wir unsere bilateralen Vereinbarungen mit Lieferanten zur Steigerung des Anteils regenerativer Energie weiter ausbauen.



→ NACHHALTIGE, RESSOURCENEFFIZIENTE LIEFERKETTE

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

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**

3.1 Ressourcenverbrauch
3.2 Erneuerbare Energien

**→ 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

3.3 NACHHALTIGE, RESSOURCENEFFIZIENTE LIEFERKETTE

Zielsetzung:

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

Unser Lieferantennetzwerk leistet mit rund 80 % einen Großteil unserer Wertschöpfung. Die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist daher ein wesentlicher Teil unseres Nachhaltigkeitsverständnisses sowie eine wichtige Forderung unserer Stakeholder. Eine große Herausforderung dabei sind immer komplexer werdende Lieferketten. Gleichzeitig ändert sich der Bedarf an Rohstoffen durch den Ausbau der Elektromobilität. Um die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards sicherzustellen und die Transparenz und Ressourceneffizienz in allen Lieferketten zu steigern, arbeiten wir eng mit unseren direkten Lieferanten zusammen. Zusätzlich unterstützen wir Initiativen zur Durchsetzung der Nachhaltigkeitsanforderungen bei der Gewinnung und Verarbeitung ausgewählter kritischer Rohstoffe und Materialien entlang der gesamten Lieferkette. Nur indem wir gemeinsam mit unseren Lieferanten unserer sozialen und ökologischen Verantwortung gerecht werden, können wir die Zukunftsfähigkeit unseres Geschäftsmodells sichern.

Zentrale Maßnahmen:

durch systematisches Management die Nachhaltigkeit in der Lieferkette weiterentwickeln

Die wichtigste Maßnahme zur Durchsetzung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen ist die Anwendung des Due-Diligence-Prozesses. Er ist integraler Bestandteil unseres Beschaffungsprozesses und für alle nominierten und potenziellen Lieferantenstandorte anzuwenden.

Für ausgewählte kritische Rohstoffe und Materialien analysieren wir zusätzlich die Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft entlang der gesamten Lieferkette und führen Pilotprojekte zur Steigerung der Nachhaltigkeitsperformance durch. Dadurch lernen wir auch die Wirkungsmechanismen und Einflussfaktoren für die Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung kennen. Diese Erfahrungen bringen wir in die Steuerung unserer Lieferketten und in produkt- oder materialspezifische sowie branchenspezifische und sektorübergreifende Standardisierungsinitiativen ein.

Als Teilnehmer am Supply Chain Programm des Carbon Disclosure Projects (CDP) unterstützen wir unsere Lieferanten bei der Umsetzung der CDP-Anforderungen. Die jährliche Berichterstattung für das Programm steigert die Transparenz zur Ressourceneffizienz in der Lieferkette und dient als Basis, um gemeinsam mit unseren Lieferanten Ansätze für einen immer effizienteren Umgang mit Ressourcen zu erarbeiten. Bis 2020 streben wir an, dass 60 % unserer am CDP Supply Chain Programm teilnehmenden Lieferanten eine Bewertung von mindestens B des „CDP Scorings“ erreichen (wobei A die höchste und D die geringste Bewertung bezüglich der Umsetzung der Kriterien des CDP ist).

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

→ 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Due-Diligence-Prozesse: Transparenz steigern und Risiken minimieren

Grundlage für die Steigerung von Transparenz und Ressourceneffizienz in unserer Lieferkette ist der BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk, der die Einhaltung sozialer und ökologischer Kriterien (zum Beispiel Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards) von unseren direkten Lieferanten sowie von deren Zulieferern fordert. Dieser Nachhaltigkeitsstandard ist fester Bestandteil der Anfrageunterlagen für Lieferanten.

Mithilfe des Due-Diligence-Prozesses stellen wir die Einhaltung unseres Nachhaltigkeitsstandards sicher. Der Prozess beginnt mit der Identifizierung, Analyse und Priorisierung der Risiken von Lieferantenstandorten. Jeder Fertigungs- und Auslieferstandort wird zur Nominierung auf Basis eines branchenspezifischen Nachhaltigkeitsfragebogens bezüglich Umwelt-, Sozial- und Governance-Kriterien bewertet. Bei Bedarf werden Verbesserungsmaßnahmen definiert, deren Umsetzung für eine Nominierung zwingend erforderlich ist. Ausgewählte Lieferantenstandorte, bei denen ein erhöhtes Risiko für Nachhaltigkeitsverstöße festgestellt wurde, überprüfen und qualifizieren wir zusätzlich mittels unabhängiger Nachhaltigkeits-Audits oder Nachhaltigkeits-Assessments der BMW Group.

Durch die Verankerung der Nachhaltigkeitsanforderungen und Due-Diligence-Maßnahmen im Beschaffungsprozess erhöhen wir deren Wirksamkeit, reduzieren mögliche Risiken, schaffen Transparenz entlang der Lieferkette, sensibilisieren das Topmanagement der Lieferanten für das Thema und stoßen Entwicklungs- und Verbesserungsprozesse bei den Lieferanten an.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: weitere Lieferantenstandorte bewertet und Transparenz erhöht

Im Berichtsjahr haben wir 4.886 (2016: 4.112) nominierte und potenzielle Lieferantenstandorte auf Basis des branchenspezifischen Nachhaltigkeitsfragebogens bewertet.

→ Siehe Leistungsindikatoren

Die Lieferanten, die im Jahr 2017 über das CDP Supply Chain Programm ihre Ressourceneffizienz an uns berichtet haben, deckten rund 77 % des Einkaufsvolumens der BMW Group ab (2016: 69 %). Damit konnten wir die Transparenz in unserer Lieferkette weiter steigern. Nun konzentrieren wir uns verstärkt auf die Steigerung der Ressourceneffizienz bei den teilnehmenden Lieferanten. Im Jahr 2017 erreichten 25 % eine Bewertung von mindestens B. Die teilnehmenden Lieferanten konnten ihre CO₂-Emissionen im Jahr 2017 um 34 Mio. t reduzieren (2016: rund 36 Mio. t.).

 Einführung

1

 Fundamente

2

 Produkte
und Dienstleistungen

3

 Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

 → 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

 Mitarbeiter
und Gesellschaft

 Weiterführende
Kennzahlen

 Anhang

NACHHALTIGE, RESSOURCENEFFIZIENTE LIEFERKETTE IM DETAIL

Wir legen Wert darauf, dass unsere Partner dieselben ökologischen und sozialen Standards erfüllen, an denen wir uns selbst messen lassen. Der → **BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk** schreibt die Einhaltung international anerkannter Menschenrechte sowie verbindlicher Umwelt-, Arbeits- und Sozialstandards für alle Lieferanten der BMW Group vor. Jeder Lieferant, der uns seine Leistungen anbietet, muss die im Nachhaltigkeitsstandard definierten Anforderungen der BMW Group erfüllen und diese auch an seine Sublieferanten weiterleiten.

Alle Lieferantenverträge der BMW Group für produktionsbezogenes Material sowie die Verträge der BMW AG für nicht produktionsbezogenes Material enthalten Klauseln, die sich auf die Prinzipien des → **UN Global Compact** und der → **Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)** beziehen. Diese Vereinbarungen beinhalten unter anderem eine vertragliche Verpflichtung zur Einhaltung von Menschenrechten, Arbeits- und Sozialstandards sowie zur Umsetzung von Umweltmanagementsystemen und konkreten Umweltschutzmaßnahmen. → **BMW Group Website zum Lieferantennetzwerk** Mit der Unterzeichnung des Vertrags verpflichten sich unsere Lieferanten, die Einhaltung dieser Vereinbarungen auch von ihren Auftragnehmern einzufordern. Unsere Lieferanten sind entsprechend dazu angehalten, die Umsetzung von Nachhaltigkeitskriterien auch in der vorgelagerten Lieferkette sicherzustellen.

Um unsere Lieferanten und unsere Einkäufer für das Thema Nachhaltigkeit in der Lieferkette zu sensibilisieren, führen wir spezifische Schulungen durch. Wir erklären Wirkungszusammenhänge und machen unsere Erwartungen deutlich. Auf diese Weise befähigen wir die Teilnehmer, zu mehr Nachhaltigkeit entlang der Lieferkette beizutragen.



Thomas Thym, Leiter Strategie Einkauf und Lieferantennetzwerk, (links) im Gespräch mit Stakeholdern zu Menschenrechtsfragen in der Lieferkette

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

→ 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Transparenz steigern und Risiken minimieren

Mithilfe des Due-Diligence-Prozesses stellen wir die Einhaltung unseres Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette sicher. Er beinhaltet die folgenden Stufen:

→ Siehe Grafik 3.01

Due-Diligence-Prozess der BMW Group

→ G3.01

1. RISIKEN IDENTIFIZIEREN, ANALYSIEREN UND PRIORISIEREN

Identifikation und Analyse von Standorten potenzieller Risikolieferanten mithilfe eines Risikofilters, einer Medienbeobachtung sowie eines branchenweiten Fragebogens.

2. MASSNAHMEN ZUR VERMEIDUNG ODER BEHEBUNG DURCHFÜHREN

Durchführung von Audits und Assessments auf Basis der Ergebnisse des branchenweiten Fragebogens sowie Vereinbarung korrekativer Maßnahmen.

3. ÜBERPRÜFEN, ÜBERWACHEN UND VALIDIEREN DES FORTSCHRITTS

Überprüfung und Qualifizierung ausgewählter Lieferantenstandorte mithilfe des branchenweiten Nachhaltigkeitsfragebogens, unabhängiger Nachhaltigkeits-Audits oder Nachhaltigkeits-Assessments der BMW Group sowie Lieferantenschulungen.

1. Risiken identifizieren, analysieren und priorisieren

Zur Identifikation von Risiken wenden wir einen BMW Group-spezifischen Nachhaltigkeits-Risikofilter an. Dieser Filter berücksichtigt sowohl länder- als auch produktspezifische Risiken. Dazu gehören unter anderem soziale Risiken wie Kinder- oder Zwangsarbeit, Gesundheitsrisiken durch gefährliche Prozessmaterialien und Inhaltsstoffe sowie ökologische Risiken wie schädliche Emissionen und Eingriffe in die Natur. Mithilfe eines automatisierten Media Screenings und durch den regelmäßigen und direkten Einbezug unserer Stakeholder auf Dialogveranstaltungen analysieren und priorisieren wir die identifizierten Risiken kontinuierlich. Durch den branchenweiten Nachhaltigkeitsfragebogen erkennen wir zusätzlich spezifische Risiken am Lieferantenstandort, zum Beispiel aufgrund fehlender Zuständigkeiten, Prozesse, Qualifizierungsmaßnahmen, Managementsysteme oder Zertifizierungen zur Umsetzung von Umwelt-, Sozial- und Governance-Standards.

2. Maßnahmen zur Vermeidung oder Behebung durchführen

Wir bewerten die Fertigungs- und Auslieferstandorte von nominierten und potenziellen Lieferanten auf der Basis des branchenweiten Nachhaltigkeitsfragebogens. Durch diesen branchenweiten Ansatz fördern wir die Umsetzung einheitlicher und standardisierter Anforderungen für Lieferanten im Automobilsektor. Im Rahmen unserer BMW Group-spezifischen Bewertung des Fragebogens haben wir Mindestanforderungen für unsere Lieferanten definiert, die über die branchenweiten Mindestanforderungen und auch über die gesetzlichen Anforderungen, wie beispielsweise das deutsche CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, hinausgehen. So erwarten wir zum Beispiel, dass weltweit alle Lieferanten mit über 500 Mitarbeitern auf Konzernebene über ihre wesentlichen nichtfinanziellen Leistungen berichten, auch wenn es sich beispielsweise nicht um ein börsennotiertes Unternehmen handelt. Diese Anforderungen berücksichtigen wir unter anderem bei der Vergabeentscheidung.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

→ 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Wenn durch den Fragebogen beim Lieferanten Defizite bei den geforderten Umwelt- und Sozialstandards ermittelt werden, kommunizieren wir branchenweite Empfehlungen an den Lieferanten. Um die Nominierungsfähigkeit eines solchen Lieferanten für den Vergabeprozess sicherzustellen, fordert der Einkäufer der BMW AG die Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen bis spätestens zum Produktionsstart ein. Dieser korrektive Maßnahmenplan wird mit den Lieferanten schriftlich, als Bestandteil des Liefervertrags, vereinbart. Dadurch möchten wir sicherstellen, dass bis zum Beginn der Leistungserbringung alle Nachhaltigkeitsanforderungen erfüllt sind.

Ausgewählte Lieferantenstandorte, bei denen mithilfe unseres Nachhaltigkeits-Risikofilters, des Media Screenings oder des branchenweiten Nachhaltigkeitsfragebogens ein erhöhtes Risiko für Nachhaltigkeitsverstöße festgestellt wurde, werden mittels unabhängiger Nachhaltigkeits-Audits oder Nachhaltigkeits-Assessments der BMW Group überprüft und qualifiziert. Im Jahr 2017 wurden 17 Audits (2016: 15) und 15 Assessments (2016: 28) durchgeführt. → GRI 308-1, GRI 414-1 Wesentliche, durch Audits und Assessments identifizierte Handlungsfelder bestanden dabei insbesondere in den Bereichen Gefahrstoffmanagement, Abfallmanagement und Arbeitsbedingungen beziehungsweise Arbeitssicherheit. → GRI 308-2, GRI 414-2

Zeigt ein Audit oder Assessment Verstöße oder Verbesserungspotenziale auf, entwickeln wir in Zusammenarbeit mit dem Lieferanten einen korrektiven Maßnahmenplan und unterstützen ihn, soweit möglich, bei dessen Umsetzung. Diese muss bis spätestens zum Produktionsstart erfolgt sein.

3. Überprüfen, Überwachen und Validieren des Fortschritts

Mithilfe des Fragebogens und von Folge-Audits oder -Assessments überprüfen, überwachen und validieren wir den Fortschritt der Lieferanten. Sofern ein Lieferant nicht kooperiert oder gegen eine wesentliche Nachhaltigkeitsbestimmung der BMW Group verstößt, wird unser firmenweiter Eskalationsprozess angestoßen. Dies kann zur Nichtbeauftragung oder Beendigung der Geschäftsbeziehung führen. → GRI 308-2, GRI 414-2 Unser Ziel ist jedoch, den Großteil der Risiken durch die ersten beiden Schritte zu ermitteln und Lieferanten gezielt bei der Steigerung ihrer Nachhaltigkeitsleistung zu unterstützen. Durch die laufende Überwachung der Maßnahmenimplementierung stoßen wir einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess bei unseren Lieferanten an.

weiteren Verbesserungsprozess bei unseren Lieferanten an.

Weitere Lieferantenstandorte bewertet und Verstöße nachverfolgt

Wir haben im Berichtsjahr bei 4.886 nominierten und potenziellen Standorten von Lieferanten und Unterteilern den Prozess zur Identifizierung und Bewertung von Nachhaltigkeitsrisiken eingeleitet (2016: 4.112). Unser Fokus liegt auf Lieferanten mit einem großen Vergabevolumen. Daher umfasste die Bewertung 94% (2016: 89%) der neuen Lieferanten für produktionsbezogenes Material mit einem Vergabevolumen über 2 Mio. € der BMW AG sowie 77% (2016: 96%) der neuen Lieferanten für nicht produktionsbezogenes Material mit einem Vergabevolumen über 10 Mio. € der BMW AG. → GRI 308-1, GRI 412-1, GRI 414-1

Bei 2.885 potenziellen und bestehenden Lieferantenstandorten wurden Nachhaltigkeitsdefizite identifiziert, für 1.747 haben wir bereits korrektive Maßnahmen zur Behebung der Nachhaltigkeitsdefizite festgelegt. Die wichtigsten korrektiven Maßnahmen aus Sicht der Kriterien des → **UN Global Compact** bezogen sich auf die Umsetzung der folgenden Aspekte:

- Umweltmanagementsystem
- Unternehmenspolitik, die die Grundsätze in Bezug auf Kollektivverhandlungen, Vereinigungsfreiheit und/oder Bestechung verdeutlicht
- Umweltpolitik, die den Umgang mit eingeschränkt nutzbaren Substanzen und Chemikalien abdeckt

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

→ 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Voraussetzung für die Beauftragung eines Lieferanten ist die Bestätigung, dass die vereinbarten korrektiven Maßnahmen umgesetzt wurden. 234 Lieferantenstandorte erhielten keine Beauftragung, da sie unter anderem die Nachhaltigkeitsanforderungen der BMW Group nicht erfüllt haben. Wir haben 2017 jedoch keine bereits bestehende Zusammenarbeit beendet. Dies werten wir als Bestätigung für unseren Ansatz, Nachhaltigkeitsanforderungen frühzeitig im Beschaffungsprozess zu adressieren und einzufordern. → GRI 308-2, GRI 414-2

Hinweise auf mögliche Verstöße gegen unsere Grundsätze zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette bearbeitet das „Supply Chain Response Team“, das fallspezifisch aus je einem Vertreter des operativen und strategischen Einkaufs, der Konzernstrategie (Fachexperte Nachhaltigkeit), der Konzernkommunikation sowie des Betriebsrats besteht. Im Berichtsjahr haben wir zusätzlich als zentrale Anlaufstelle per Telefon → **+49 89 382-71230** und → **E-Mail** einen „Human Rights Contact Supply Chain“ eingeführt. Im Dezember 2017 wurde dem „Supply Chain Response Team“ ein Hinweis auf einen Umweltverstoß eines Unterpelieferanten der BMW Group gemeldet. Der Firma wurde vorgeworfen Abwasser illegal zu entsorgen. In der Folge wurden durch lokale Umweltbehörden sowie den direkten Lieferanten vor Ort Besuche sowie Abwasseruntersuchungen durchgeführt. Diese haben ergeben, dass es im Rahmen von Baumaßnahmen zu einem vorübergehenden Austritt gekommen ist. In der Folge wurden korrektive Maßnahmen in Abstimmung mit den Umweltbehörden eingeleitet, um dies umgehend und nachhaltig zu unterbinden. Im Berichtsjahr 2017 wurden keine weiteren Hinweise auf mögliche Verstöße erteilt. Die Bearbeitung von zwei Fällen aus dem Jahr 2016 konnte abgeschlossen werden. Der dritte Fall aus dem Jahr 2016 zum Thema Kinderarbeit konnte 2017 noch nicht abgeschlossen werden. Dieser steht in Zusammenhang mit dem Rohstoff Kobalt, zu dem im laufenden Geschäftsjahr umfassende Aktivitäten gestartet wurden.

→ Siehe Rohstoffe nachhaltig gewinnen und einkaufen

Ressourceneffizienz verbessern

Neben unserem Nachhaltigkeits-Risikomanagement durch den Due-Diligence-Prozess nutzen wir das → **Supply Chain Programm des CDP**, um Ressourceneffizienz und Transparenz in der Lieferkette zu steigern.

Im Jahr 2017 nahmen 189 unserer Lieferanten (2016: 163) am CDP Supply Chain Programm teil. Diese Lieferanten stehen für 77 % des Einkaufsvolumens der BMW Group (2016: 69 %). Im jährlichen Bericht geben die Lieferanten Auskunft zu einer Vielzahl von qualitativen und quantitativen Fragen: von eigenen Zielen und Initiativen über das Risikomanagement bis zur Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie, von CO₂-Emissionen bis zum Anteil regenerativer Energien. Inhalt und Vollständigkeit der Antworten spiegeln sich in einer Gesamtbewertung wider. Das „CDP Scoring“ sieht vier Stufen vor, von der niedrigsten Bewertung D- bis zur Leadership mit A-Scoring. Das Durchschnitts-Scoring unserer teilnehmenden Lieferanten inklusive der 26 Unternehmen, die 2017 neu ins Programm eingestiegen sind, liegt wie im Vorjahr bei C.

Die Einzelergebnisse des Scorings fließen in die Einkaufsstrategien unserer Fachstellen ein und werden den wichtigsten Lieferanten im Rahmen der jährlichen Lieferantentwicklungsgespräche als Wettbewerbsvergleich zurückgespiegelt. Im Rahmen dieser Gespräche diskutieren wir Handlungsbedarfe mit dem Topmanagement unserer Lieferanten und vereinbaren konkrete Verbesserungsmaßnahmen. Im Berichtsjahr gehörten dazu die weitere Transparenzsteigerung, besonders im Bereich indirekter Emissionen. Maßnahmen zur Verbesserung des Nachhaltigkeitsmanagements für fortgeschrittene Lieferanten konzentrierten sich auf die Emissionsreduzierung, zum Beispiel durch eine Erhöhung des Anteils regenerativer Energien. Für 2017 wurden Reduzierungen von rund 34 Mio. t CO₂-Äquivalenten aus dem Lieferantennetzwerk an uns berichtet (2016: rund 36 Mio. t). Diese waren hauptsächlich einer Erhöhung der Energieeffizienz in Fertigungsprozessen und Transportoptimierungen zu verdanken.

→ Siehe Grafik 3.02

→ Siehe Kapitel 3.2

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

→ 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

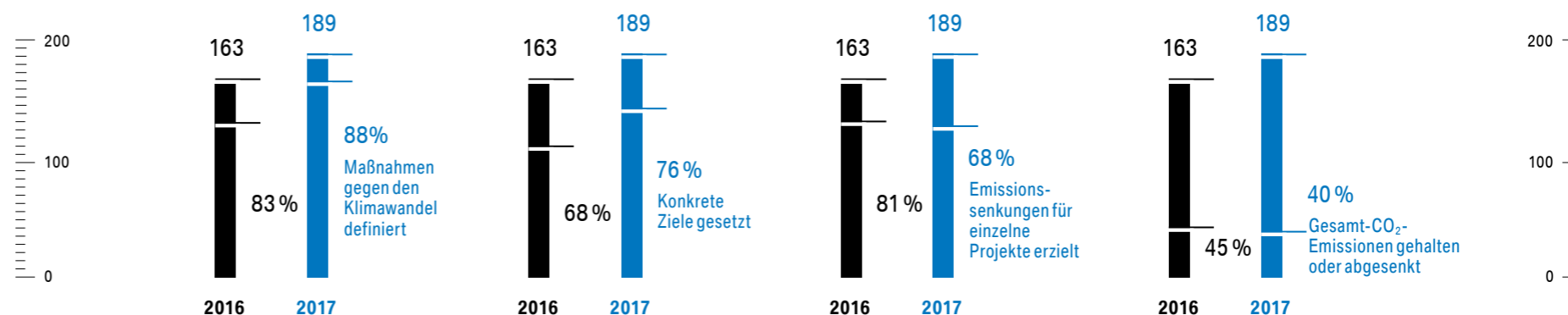
Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

Maßnahmen der am CDP Supply Chain Programm teilnehmenden Lieferanten

→ G3.02

in %



Anmerkung: Über die letzten Jahre ist die Anzahl der am CDP Supply Chain Programm teilnehmenden Lieferanten deutlich gestiegen. Neu teilnehmende Lieferanten verfügen gewöhnlich über weniger CDP-relevante Maßnahmen als die langjährigen Teilnehmer. Daher ist ein Jahresvergleich der getroffenen Maßnahmen nur bedingt möglich.

Die zunehmende Zahl von Lieferanten im CDP und die positiven Ergebnisse, die bisher erreicht werden konnten, werten wir als Hinweis darauf, dass unsere Bemühungen zur Steigerung der Transparenz und Ressourceneffizienz in der Lieferkette wirksam sind.

Detailanalysen zeigen, dass bei den Lieferanten, die mindestens seit drei Jahren berichten, die Durchschnittsperformance signifikant besser ist als bei Lieferanten, die erst seit ein oder zwei Jahren teilnehmen. Die Verankerung des Programms ist bei den langfristigen Teilnehmern somit gut vorangeschritten und stellt eine solide Basis für die weitere Entwicklung dar. Angesichts der Konsolidierung des Teilnehmerkreises und einer kontinuierlichen Entwicklung bei den Lieferanten erwarten wir in den kommenden Jahren eine weitere Verbesserung der Ergebnisse.

Rohstoffe nachhaltig gewinnen und einkaufen

Die BMW Group hat den Anspruch, ihre Nachhaltigkeitsstandards bereits beim Einkauf von Rohstoffen durchzusetzen. Dabei stellen neben dem Rohstoffhandel an der Börse zwischengeschaltete Handels- und Verarbeitungsstufen sowohl uns als auch unsere Lieferanten vor große Herausforderungen. Gleichzeitig ändert sich durch den Ausbau der Elektromobilität unser Bedarf an Rohstoffen, in deren Lieferketten teilweise besondere Umwelt- und Sozialrisiken bestehen.

Mit dem BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk verpflichten wir alle unsere Lieferanten dazu, die Einhaltung der Nachhaltigkeitsanforderungen auch bei ihren eigenen Zulieferern sicherzustellen. In Anbetracht der Vielzahl von globalen Zulieferern ist unsere Einflussmöglichkeit bei den Sublieferanten jedoch begrenzt. Daher haben wir in unserer Materialstrategie besonders kritische Rohstoffe identifiziert. Für diese führen wir Analysen und Pilotprojekte durch, um den jeweiligen Handlungsbedarf zu definieren und gezielte Maßnahmen mit unserem Lieferantennetzwerk umzusetzen. Im Jahr 2017 haben wir uns insbesondere mit den Lieferketten von Konfliktmineralien, Kobalt, Aluminium und Stahl ausein-

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

→ 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

andergesetzt und konnten dabei wesentliche Fortschritte erzielen. Mittelfristig wollen wir unsere Erkenntnisse auf weitere Produkte und Rohstoffe anwenden und in branchenweiten Initiativen weitergeben, um mittels Standardisierung eine gesteigerte Wirkung zu erreichen.

Transparenz bei kritischen Rohstoffen verbessern

Um die Verwendung von Mineralien auszuschließen, die zur Finanzierung von Konflikten oder zu Menschenrechtsverletzungen beitragen, haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2022 die vollständige Transparenz von Lieferketten herzustellen, die Zinn, Wolfram, Tantal und Gold beinhalten. Im Berichtsjahr haben wir daher für diese Lieferketten einen Prozess zur Wahrnehmung der unternehmerischen Sorgfaltspflicht eingeführt, der auf den OECD Guidelines basiert. Dieser Prozess ist über unseren Nachhaltigkeitsfragebogen in den Beschaffungsprozess integriert, wodurch kontinuierlich die Transparenz und Performance der relevanten Lieferanten hinsichtlich des Einsatzes von Konfliktmineralien bewertet wird.

Ein „Konfliktmineralien-Team“ ist für die Überwachung relevanter Kennzahlen zuständig und berichtet regelmäßig an die obere Führungsebene. Des Weiteren sind wir der → **Responsible Minerals Initiative** beigetreten, um einen nachhaltigen Umgang mit Konfliktmineralien voranzutreiben. Durch die Unterstützung des „Responsible Minerals Assurance Process“ tragen wir darüber hinaus dazu bei, den Anteil an zertifizierten Schmelzen weltweit kontinuierlich zu erhöhen.

Ein weiterer relevanter Rohstoff ist Kobalt. Kobalt ist eine Schlüsselkomponente für die Produktion elektrifizierter Fahrzeuge und ist in größeren Mengen in Hochvolt-Speichern von Elektrofahrzeugen und Plug-in-Hybriden enthalten. Da es sich hierbei um einen Rohstoff mit hohen Risiken im Bereich der Menschenrechte handelt, arbeiten wir daran, größtmögliche Transparenz in der Lieferkette zu erreichen. Wir sind in kontinuierlichem Kontakt mit unseren Lieferanten und fordern seit einigen Jahren, dass sie die Herkunft dieses Rohstoffes offenlegen. Zum Jahresende 2017 haben wir daher Informationen zu Schmelzen und Herkunftsländern von Kobalt → **öffentlich zugänglich** gemacht.

Von einzelnen Unternehmen allein können die Menschenrechtsrisiken des Kobaltabbaus nicht verringert werden. Daher haben wir einen kontinuierlichen Austausch mit Lieferanten, anderen Unternehmen sowie Vertretern der Zivilgesellschaft initiiert und beteiligen uns aktiv an der Responsible Cobalt Initiative (RCI), bei der wir als Gründungsmitglied im Vorstand vertreten sind. Ziel dieser Initiative ist die Erhöhung von Transparenz sowie die Umsetzung von Maßnahmen bei der Bewältigung von Sozial- und Umweltrisiken in der Kobaltlieferkette. Darüber hinaus haben wir gemeinsam mit anderen Unternehmen eine wissenschaftliche Studie in Auftrag gegeben, in deren Rahmen die Haushalte, Minenarbeiter sowie andere beteiligte Akteure in der Demokratischen Republik Kongo befragt wurden. Gemeinsam mit einem unabhängigen Partner prüfen wir im Rahmen einer Machbarkeitsstudie, inwiefern die soziale und ökologische Situation in Modellminen im artisanalen Bergbau in der Demokratischen Republik Kongo nachhaltig verbessert werden kann.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

→ 3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang



Symposium zur Gewinnung von Naturkautschuk: Die BMW Group bleibt im Austausch mit ihren Lieferanten.

Pilotprojekte durchführen und Initiativen unterstützen

Stahl und Aluminium gehören zu den Hauptrohstoffen in der Produktion der BMW Group. Aufgrund dieser besonderen Relevanz haben wir uns das Ziel gesetzt, die Transparenz in den jeweiligen Lieferketten schrittweise zu erhöhen. Dazu ist die BMW Group in den relevanten internationalen Initiativen aktiv, um die Definition von Standards und die Etablierung von Zertifizierungsprogrammen zu unterstützen. In der → **Aluminium Stewardship Initiative (ASI)** sind wir als Gründungsmitglied sowohl im Vorstand als auch im Normenausschuss vertreten. Im Berichtsjahr haben wir am weiteren Aufbau der Initiative mitgewirkt. Unter anderem wurde eine Pilotphase durchgeführt, um die Anwendbarkeit des Performance-Standards und der Chain-of-Custody-Zertifizierung zu prüfen. Auch im Rahmen der Responsible Steel Initiative (RSI) haben wir uns 2017 an mehreren Stakeholdergesprächen beteiligt und unterstützten die Initiative in ihrer Entstehungsphase. Ziel der Initiative ist es, eine Zertifizierung für Stahlprodukte zu erarbeiten.

In nationalen und internationalen Initiativen und Verbänden unterstützen wir mit unserer Erfahrung die Standardisierung von Inhalten, Prozessen und Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeit in Lieferketten. Wir sind Lead Partner der 2017 gegründeten Initiative „Drive Sustainability“, deren Schwerpunkt die Rohstoffnachhaltig-

keit und Prozessintegration in der Automobilindustrie ist. Des Weiteren haben wir den Vorsitz im Arbeitskreis Nachhaltigkeit in der Lieferkette des Verbands der Automobilindustrie (VDA). In diesem Rahmen hat die BMW Group die Standardisierung des branchenweiten Nachhaltigkeitsfragebogens maßgeblich initiiert und vorangetrieben. Branchenübergreifend sind wir zum Beispiel im Unternehmensnetzwerk → **econsense** aktiv, das an der Standardisierung von Inhalten und Instrumenten, wie zum Beispiel einem Praxisleitfaden für nachhaltiges Lieferkettenmanagement, arbeitet.

Ausblick

Im Rahmen unserer Materialstrategie werden wir die **Transparenz unserer Lieferketten weiter steigern. In diesem Zusammenhang planen wir zum Beispiel Aktivitäten bezüglich der Rohstoffe Naturkautschuk und Kupfer und erarbeiten hierfür geeignete Maßnahmen für die Absicherung der Nachhaltigkeit.**

Im Hinblick auf das Supply Chain Programm des CDP liegt unser Fokus in den kommenden Jahren auf der **Verbesserung des durchschnittlichen CDP Scorings unserer Lieferanten. Dies soll durch die Vereinbarung bilateraler Maßnahmen geschehen, die auf eine Erhöhung der Ressourceneffizienz bei den teilnehmenden Lieferanten abzielen.**

Zudem werden wir über den Erfahrungsaustausch im Rahmen von **Brancheninitiativen, wie zum Beispiel Drive Sustainability, die branchenweite Erhöhung von Nachhaltigkeitsstandards zur Ressourceneffizienz in den Lieferketten unterstützen.**

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

→ Mitarbeiter
und Gesellschaft

4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches
Engagement

Weiterführende
Kennzahlen

Anhang

MITARBEITER UND GESELLSCHAFT

4

Tief greifende Veränderungen der Arbeitswelt aufgrund von Digitalisierung und Automatisierung sowie eine zunehmende Vielfalt der Lebensstile erfordern Weitsicht und Flexibilität. Als Unternehmen, das in mehr als 150 Ländern aktiv ist, stellt sich die BMW Group auf diese Entwicklungen weltweit ein. Mit sicheren und attraktiven Arbeitsplätzen und einer gezielten Förderung von Diversität bieten wir unseren Mitarbeitern langfristige Perspektiven. Wir fördern ihre Talente und Potenziale individuell und schaffen damit heute die Voraussetzungen für unseren Erfolg von morgen. Wir sind davon überzeugt, dass unser Ansatz einen Beitrag zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen leistet und zur interkulturellen Verständigung beiträgt.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

→ Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches
EngagementWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

LEISTUNGSINDIKATOREN

Mitarbeiter der BMW Group am
Jahresende Anzahl

129.932 124.729

↗ 2017 2016

Fluktuationsquote der BMW AG
in % vom Personalstand*

2,6 2,7

↘ 2017 2016

* Die Fluktuationsrate wird nicht auf BMW Group Ebene konsolidiert

Mitarbeiterzufriedenheit
in %

87 88

↘ 2017 2015

Durchschnittliche Weiterbildungstage
pro Mitarbeiter

3,4 3,8

↘ 2017 2016

Frauenanteil in der Gesamtbelegschaft
in %

19,3 18,7

↗ 2017 2016

Frauenanteil in Führungspositionen
in %

16,0 15,3

↗ 2017 2016

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

→ Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches
EngagementWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

LEISTUNGSINDIKATOREN

Unfallhäufigkeitsrate in Anzahl Unfällen mit
mind. 1 Ausfalltag pro 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden

3,6 ↘ 2017

4,0 2016

Krankenquote der BMW AG
in%*

4,6 → 2017

4,6 2016

* Die Krankenquote wird nicht auf BMW Group Ebene konsolidiert.

Spendenausgaben der BMW Group
in Tsd. €

16.205 ↘ 2017

70.356 2016

Höhe der Ausgaben für gesellschaftliches
Engagement in Tsd. €

33.436 ↘ 2017

87.837 2016



→ GESUNDHEIT UND LEISTUNGSFÄHIGKEIT

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

Gesundheitliche Vorsorge: Für die Mitarbeiter in der Produktion stellt die BMW Group zahlreiche Hilfsmittel für eine schonende Haltung am Arbeitsplatz zur Verfügung.

4.1

GESUNDHEIT UND LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Zielsetzung:

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

Die Mitarbeiter sind unser wichtigster Erfolgsfaktor. Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Beschäftigten sind uns daher besonders wichtig. In den Produktionsbetrieben arbeiten unsere Mitarbeiter teils unter hohen Anforderungen, doch auch sich verändernde Lebensstile, mentale Belastungen und eine alternde Gesellschaft stellen Herausforderungen in der heutigen Arbeitswelt dar. Die BMW Group trägt eine große Verantwortung für die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeiter am Arbeitsplatz. Daher umfasst unser Arbeits- und Gesundheitsschutz ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement, die Steuerung von Arbeitssicherheit und Ergonomie, altersgerechte Arbeitssysteme und ein breites Angebot gesunder Ernährung in der Betriebsgastronomie.

Zentrale Maßnahmen:

Gesundheit fördern, Arbeitssicherheit managen und dauerhafte Beschäftigung ermöglichen

Im Rahmen der „Initiative Gesundheit“ bietet die BMW Group seit 2011 zahlreiche Vorsorge- und Bildungsprogramme an, um das Gesundheitsbewusstsein der Mitarbeiter an allen Standorten zu stärken. Das Spektrum reicht von Gesundheitsuntersuchungen über themenspezifische Angebote wie Ergonomie, Ernährungsberatung und Entspannungsübungen bis hin zu Dialogveranstaltungen und Führungskräftequalifizierungen.

Ein zentraler Bestandteil der „Initiative Gesundheit“ ist das Programm „Gesundheitsmanagement 2020“ (GM 2020), das seit 2014 durchgeführt wird. Das Programm sieht vor, dass Mitarbeiter und ganze Abteilungen einen medizinischen Befundbericht erhalten und auf Wunsch ärztliche Beratung zu individuellen Präventionsmaßnahmen in Anspruch nehmen können.

In unseren Werken evaluieren und verbessern wir kontinuierlich die Arbeitssicherheit anhand von Standort-Zertifizierungen, durch Arbeitsschutzausschüsse und mithilfe der Sicherheits- und Ergonomie-Risikoanalyse (SERA). Diese wurde 2016 eingeführt und 2017 von fünf auf insgesamt elf Standorte der BMW Group ausgeweitet.

Innerhalb des Programms „Heute für Morgen“ entwickeln wir ein altersgerechtes Arbeitsumfeld, um uns rechtzeitig auf die Herausforderungen des demografischen Wandels einzustellen. Zudem fördern wir die dauerhafte Beschäftigung von gesundheitlich eingeschränkten oder leistungsgewandelten Mitarbeitern.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

- 4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit
- 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung
- 4.3 Vielfalt
- 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Due-Diligence-Prozesse: Risiken evaluieren sowie die Umsetzung der daraus resultierenden Maßnahmen auf Werksebene sicherstellen

Der Bereich „Arbeitsumfeld und Gesundheit“ ist Teil unseres Vorstandsressorts Personal- und Sozialwesen. Alle Themen im Unternehmen, die Gesundheit und Arbeitsschutz betreffen, sind hier unter einem Dach zusammengefasst. Dazu zählen neben dem Gesundheitsmanagement die Gastronomie, die Arbeitssicherheit und Ergonomie sowie das Programm „Heute für Morgen“. International wird das Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagement je Region durch regionale Hubs geführt.

In den Werken sind die Führungskräfte vor Ort für alle betrieblichen Prozesse verantwortlich. Das Gesundheitsmanagement und die Arbeitssicherheit (Werksärzte, arbeitsmedizinisches Personal, Sicherheitsfachkräfte und -beauftragte) unterstützen und beraten die jeweiligen Fachstellen bei der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes.

Aktuell verfügen 28 unserer 31 Produktionsstandorte über zertifizierte Arbeitsschutz-Managementsysteme nach OHRIS (Occupational Health- and Risk-Managementsystem) oder OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Assessment Series), deren Ziel es ist, das Risiko von Verletzungen, Unfällen und arbeitsbedingten Erkrankungen zu reduzieren. Zudem arbeiten an fast allen Standorten der BMW Group aktive Arbeitsschutzausschüsse mit Vertretungen von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite an der stetigen Verbesserung der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz.

Im Rahmen des „Gesundheitsmanagements 2020“ erheben wir die Effektivität bedarfsorientierter gesundheitsfördernder Maßnahmen anhand einer „Plan-Do-Check-Act-Logik“. Gefährdungs- und Belastungsbeurteilungen führen wir anhand des Risikomanagement-Systems SERA, der Büroarbeitsplatzanalyse BAPA und des zentralen Erfassungssystems umweltrelevanter Stoffe ZEUS durch.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: Krankenstand und Unfallquote weiter reduziert

Der Erfolg unserer Maßnahmen zeigt sich bei der durch Krankheit verursachten Abwesenheitsquote, die mit 4,6 % (nur BMW AG) im vergangenen Jahr wieder unter dem Branchendurchschnitt lag. Die Unfallhäufigkeitsrate konnte mit 3,6 Unfällen je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden weiter reduziert werden. → **Wesentliche Kennzahlen** Unser 2011 gesetztes Ziel, diese Rate bis 2020 weltweit unter 4,5 zu senken, konnten wir schon 2015 erfüllen. Die Ausfalltagequote (Anzahl der Ausfalltage je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden) konnte 2017 um 23 % zum Vorjahreswert verbessert werden.* → GRI 403-2

→ Siehe Leistungsindikatoren

* Dieser Wert bezieht sich nur auf die BMW AG, da erst ab dem nächsten Jahr vergleichende Daten für die BMW Group vorhanden sein werden.

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

- 4.1 **Gesundheit
und Leistungsfähigkeit**
- 4.2 **Langfristige
Mitarbeiterentwicklung**
- 4.3 **Vielfalt**
- 4.4 **Gesellschaftliches
Engagement**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

GESUNDHEIT UND LEISTUNGSFÄHIGKEIT IM DETAIL

Die „Initiative Gesundheit“ bündelt die Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter in den drei Bereichen Gesundheitsmanagement, Arbeitssicherheit und Ergonomie sowie Betriebsgastronomie.

→ Siehe
Grafik 4.01

Die „Initiative Gesundheit“ der BMW Group

→ G4.01

→ Siehe
Grafik 4.02

Im Rahmen der Initiative bieten wir ein umfangreiches Vorsorge- und Rehabilitationsprogramm an. Dazu gehören Fitnesskurse ebenso wie Seminare zu Ernährung, Arbeitsschutz und Ergonomie oder Stressmanagement, bei Bedarf auch Gripeschutzimpfungen. Die aktuellen internationalen Kampagnen „Gesund trinken“, „Sicheres Gehen“ und „Mentale Widerstandsfähigkeit“ machen die Mitarbeiter auf kleine Veränderungsmöglichkeiten im Alltag aufmerksam. Darüber hinaus informieren Aktionstage regelmäßig über wichtige Themen wie Resilienz, Krebsvorsorge oder Suchtgefahren. Sie sollen Mitarbeiter und Führungskräfte dazu motivieren, selbst aktiv zu werden.

Die „Initiative Gesundheit“ bildet den kommunikativen Rahmen, um das Gesundheitsbewusstsein von BMW Mitarbeitern an allen Standorten zu stärken. Daher verwenden wir weltweit ein einheitliches visuelles Konzept, um das Thema wiedererkennbar zu vermitteln.



Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

- 4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit
- 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung
- 4.3 Vielfalt
- 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende
Kennzahlen

Anhang

Übersicht über die Kampagnen der „Initiative Gesundheit“ im Zeitverlauf

→ G4.02

	2013	2014	2015	2016	2017
KAMPAGNEN					
Bluthochdruck	●	●			
Handhygiene und Gripeschutz		●	●		
Mentale Widerstandsfähigkeit			●	●	
Ernährung (Getränke)			●	●	●
Sicheres Gehen				●	●
Pflege von Angehörigen (D)				●	●
Muskelskelett/Schwerpunkt Rücken					●

Betriebsgastronomie

In den Betriebsrestaurants werden täglich vielfältige Speisen vor Ort frisch zubereitet. Die Verwendung qualitativ hochwertiger, saisonaler und regionaler Zutaten hat in den Betriebsrestaurants einen ganz besonderen Stellenwert, ebenso wie der hohe Frischeanspruch an die angebotenen Produkte. Die Ampelkennzeichnung der Speisen und Getränke (grün: gesund genießen, orange: bewusst genießen, rot: in Maßen genießen) erlaubt eine Einschätzung zu deren Gesundheitswert.

Darüber hinaus will die BMW Group Gastronomie in Automatenstationen und Shops mit AKTIV & VITAL-Produkten ein Angebot für gesunde Zwischenmahlzeiten schaffen.

„NAHtürlich“

Nach erfolgreichem Abschluss des Pilotprojektes wurde Anfang des Jahres 2017 das neue nachhaltige Speisenangebot „NAHtürlich“ im Restaurant des Forschungs- und Innovationszentrums in München/DE als Standard eingeführt. Das Angebot „NAHtürlich“ folgt den Kriterien Regionalität, Saisonalität und Nachhaltigkeit. Auch die Themen „artgerechte Tierhaltung“ und „bestandserhaltende Fischerei“ spielen dabei eine große Rolle. Bei der Zubereitung der Speisen liegt der Fokus auf qualitativer Einfachheit, das heißt: wenige Zutaten, frisch, natürlich zubereitet mit einem ursprünglichen Geschmack. Das kommt gut an. Das Angebot von „NAHtürlich“ wird von den Gästen – trotz eines höheren Preises – sehr gut angenommen.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

- 4.1 **Gesundheit und Leistungsfähigkeit**
- 4.2 **Langfristige Mitarbeiterentwicklung**
- 4.3 **Vielfalt**
- 4.4 **Gesellschaftliches Engagement**

Weiterführende Kennzahlen

Anhang



Nachhaltigkeit in der Kantine: Manfred Schoch, Vorsitzender EURO- und Gesamtbetriebsrat, (vorn) probiert das Angebot „NAHtürlich“.

Gesundheit und Leistungsfähigkeit ganzheitlich fördern

Das Programm „Gesundheitsmanagement 2020“ bildet das Kernstück unserer betrieblichen Gesundheitsförderung und -vorsorge, die von einer zentralen Steuerungsstelle in Zusammenarbeit mit den Werksärzten durchgeführt wird. Das Programm verfolgt einen ganzheitlichen, international ausgerichteten Ansatz. Sein Ziel ist die langfristige Förderung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter. Es soll dazu beitragen, die Eigenverantwortung des Einzelnen zu stärken und darüber hinaus das Arbeitsumfeld so zu gestalten, dass es den jeweiligen Anforderungen an Gesundheit und Leistungsfähigkeit gerecht wird.

Seit Beginn des Programms im Jahr 2014 konnten über 55.000 Mitarbeiter der BMW Group eingebunden werden.

Das Programm „Gesundheitsmanagement 2020“ folgt einem Zyklus aus vier Teilschritten:

1. Aufbau von Wissen über Gesundheit
2. Feststellung des Gesundheitszustands mittels Fragebogen und medizinischer Untersuchung
3. Ableitung und Entwicklung von bedarfsorientierten Maßnahmen
4. Evaluation der Veränderungen im Gesundheitszustand durch eine erneute Untersuchung

Alle Teilnehmer erhalten einen persönlichen Befundbericht und damit eine leicht verständliche Darstellung ihrer medizinischen und arbeitsbezogenen Parameter. Im Anschluss an die Untersuchung können unsere Mitarbeiter ein freiwilliges ärztliches Beratungsgespräch in Anspruch nehmen, in dem bedarfsorientierte Präventionsmaßnahmen individuell abgeleitet werden.

Auf Abteilungsebene wurden seit Programmbeginn bislang über 500 aggregierte Berichte erstellt, in denen Stärken und Herausforderungen zu relevanten Aspekten des Gesundheits- und Arbeitsumfelds identifiziert wurden. Daraus abgeleitete Maßnahmen reichen von der individuellen Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben bis hin zu ergonomischen Verbesserungen.

Im Jahr 2017 haben die ersten Mitarbeiter und Abteilungen das Programm vollständig durchlaufen und an der Evaluation teilgenommen. Die Ergebnisse waren erfreulich, da positive Effekte in Bezug auf drei untersuchte Faktoren nachgewiesen werden konnten:

- Arbeitsfähigkeit
- Risiko kardiovaskulärer Erkrankungen
- Blutzuckerwerte

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

- 4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit
- 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung
- 4.3 Vielfalt
- 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Die Ergebnisse belegen, dass aufgrund von natürlicher Alterung zu erwartende Effekte nicht nur abgefedert werden konnten, zum Teil haben sich die Werte unserer Mitarbeiter im Laufe des Programms sogar verbessert.

Checkpoint Gesundheit

Der „Checkpoint Gesundheit“ ist eine mobile Station, die Mitarbeitern an verschiedenen Standorten die Möglichkeit bietet, einen Gesundheitscheck durchzuführen. Die Station ermittelt schnell und niedrigschwellig die wichtigsten Parameter für ein Herz-Kreislauf-Risiko. Die nur vierminütige Messung ist kostenlos und kann beliebig oft wiederholt werden. Die Ergebnisse sind anonym, werden sofort auf dem Display des Geräts angezeigt, und der Benutzer kann sie sich über das Gerät per E-Mail zuschicken lassen.

So trägt der „Checkpoint Gesundheit“ dazu bei, Mitarbeiter für Herz-Kreislauf-Erkrankungen zu sensibilisieren und ihre Aufmerksamkeit für die eigene Gesundheit zu erhöhen.



An vielen Standorten gibt es ein Fitnessprogramm für Mitarbeiter: Hier testet Leipzigs Oberbürgermeister Burkhard Jung (2. v. r.) die Geräte im Werk Leipzig.

Arbeitssicherheit integriert managen

Aktuell verfügen 28 unserer 31 Produktionsstandorte über zertifizierte Gesundheits- und Arbeitsschutz-Managementsysteme nach OHRIS (Occupational Health- and Risk- Managementsystem) oder OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Assessment Series). Es ist geplant, bis 2020 auch das gerade entstehende Werk in Mexiko nach dem neuen Standard ISO 45001 zu zertifizieren.

Zudem arbeiten an fast allen Standorten der BMW Group aktive Arbeitsschutzausschüsse mit Vertretungen der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite, insbesondere Betriebsräten, an der stetigen Verbesserung der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz. → GRI 403-4 Der Anteil an Arbeitnehmern, die in den Arbeitsschutzausschüssen durch Gewerkschaftsvertreter (Betriebsräte) repräsentiert sind, beträgt 88,4%. Dieser Wert berücksichtigt auch Zeitarbeitskräfte, Praktikanten, Diplomanden und Doktoranden. → GRI 403-1

Seit nunmehr zwölf Jahren hat es in der BMW Group keinen tödlichen Betriebsunfall gegeben. → GRI 403-2 Auch in diesem Jahr konnten wir die Unfallhäufigkeit mit 3,6 Unfällen je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden weiter senken. Das entspricht einer Senkung von 10% im Vergleich zum Vorjahr. Entscheidende Faktoren für diesen Erfolg sind vor Ort bestehende Arbeitsschutzmanagementsysteme, die kontinuierliche Verbesserung sicherheitstechnischer Bedingungen an den Arbeitsplätzen sowie gezielte Sicherheitsschulungen.

→ Siehe
Tabelle 4.01

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

- 4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit
- 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung
- 4.3 Vielfalt
- 4.4 Gesellschaftliches Engagement

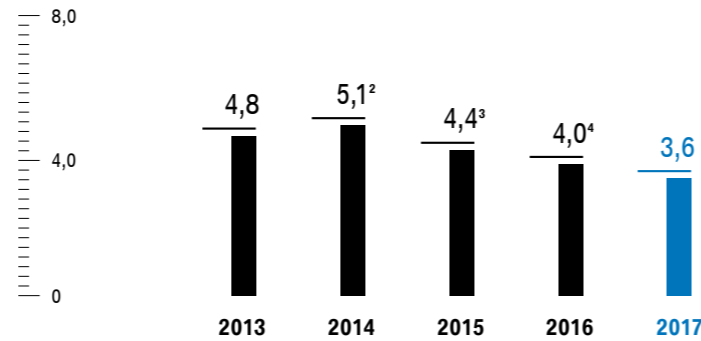
Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Unfallhäufigkeitsrate der BMW Group¹

→ T4.01

in %



¹ Zahl der Betriebsunfälle mit mind. 1 Ausfalltag je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden
² Zahl mit den Vorjahren nicht direkt vergleichbar aufgrund Scope-Erweiterung um die deutschen Niederlassungen. Ca. 88 % der BMW Group Mitarbeiter erfasst
³ Zahl nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar aufgrund Scope-Erweiterung um die Werke in Brasilien, Thailand und Indien. Ca. 90 % der BMW Group Mitarbeiter erfasst
⁴ Scope-Erweiterung des Abdeckungsgrades auf 100 % der BMW Group Mitarbeiter

→ GRI 403-2

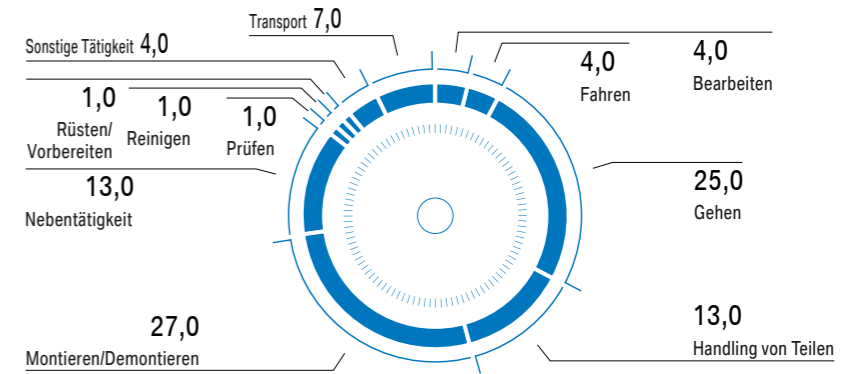
Die Darstellung T4.02 zeigt die Unfallschwerpunkte der BMW Group auf. Demnach geschehen die meisten Unfälle beim Gehen und während Montagetätigkeiten. Die daraus resultierenden Verletzungen beinhalten bei Gehunfällen zum Beispiel Gehirnerschütterungen, Frakturen, Distorsionen und Prellungen. Bei Montage- und Demontageunfällen handelt es sich vor allem um Schnittverletzungen und Quetschungen.

→ Siehe Tabelle 4.02

Unfallschwerpunkte der BMW Group

→ T4.02

in %



→ GRI 403-2

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

- 4.1 **Gesundheit
und Leistungsfähigkeit**
- 4.2 **Langfristige
Mitarbeiterentwicklung**
- 4.3 **Vielfalt**
- 4.4 **Gesellschaftliches
Engagement**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

**SERA – Sicherheits- und Ergonomie-
Risikoanalyse**

Als globales Unternehmen muss sich die BMW Group auf viele mögliche Gefährdungen am Arbeitsplatz einstellen. Um diese rechtzeitig zu erkennen und angemessen zu beurteilen, haben wir 2016 das Risikomanagement-System SERA (Safety and Ergonomics Risk Assessment) eingeführt. SERA vereinfacht die Vorgehensweise bei der Gefährdungs- und Belastungsbeurteilung in der Produktion, in produktionsnahen Bereichen, in der Entwicklung sowie in den Werkstätten der BMW Group und stellt damit eine übergreifende Lösung dar. Auf einer für das Tablet optimierten Oberfläche werden nach Auswahl des jeweiligen Arbeitsplatzes alle Arbeitsschritte einer Tätigkeit untersucht. Neben der Dauer der einzelnen Arbeitsschritte erfasst und bewertet das System dabei zum Beispiel auch Kräfte und Körperhaltungen. Nach der Bewertung der Arbeitsplätze durch SERA berät die Fachstelle für Arbeitssicherheit und Ergonomie, wie Belastungen minimiert werden können, sei es durch eine Änderung der technischen Voraussetzungen, eine Veränderung des Arbeitsschrittes selbst oder durch Mitarbeiterrotation.

Nachdem SERA 2016 an fünf deutschen Standorten implementiert wurde, hat die BMW Group das System 2017 international an elf weiteren Standorten eingeführt. Ab Anfang 2018 soll SERA auch in den BMW Niederlassungen eingesetzt werden. Dabei besteht eine besondere Herausforderung darin, das System an die Gegebenheiten von Kraftfahrzeugwerkstätten anzupassen.

In Bezug auf die Arbeitsplatzgestaltung in der Produktion werden seit 2015 Ergonomieziele in neuen Fahrzeugprojekten vereinbart. Die Ermittlung der Ziele erfolgt dabei anhand spezifischer Messgrößen aus dem Bewertungssystem SERA (z. B. Stress and Hazard Index, kurz SHI). Seitdem konnten für 14 Fahrzeugprojekte der BMW Group Ergonomieziele vereinbart und entsprechende Maßnahmen zur Umsetzung definiert werden.

**Alternsgerechtes Arbeiten ermöglichen und
Menschen mit Leistungseinschränkung
unterstützen**

Der demografische Wandel ist für die BMW Group eine Herausforderung, die wir aktiv angehen. Unser langjähriges Programm „Heute für Morgen“ zielt darauf ab, flächendeckend ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem junge Mitarbeiter gesund altern und ältere Mitarbeiter ihre Stärken gezielt einbringen können. Die BMW Group spricht deshalb nicht von altersgerechten, sondern von alternsgerechten Arbeitsbedingungen.

Das Programm setzt Standards für die nachhaltige Gestaltung des Arbeitsumfelds und für den richtigen Umgang mit seinen Anforderungen, um die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter über das gesamte Erwerbsleben hinweg zu erhalten. Im Laufe der Jahre wurde „Heute für Morgen“ kontinuierlich weiterentwickelt. Ab 2018 wird „Heute für Morgen > NEXT“ mit zielgerichteten Maßnahmen in vier Handlungsfeldern umgesetzt.

→ Siehe
Grafik 4.03



Arbeitsschritte vereinfachen: innovativer Arbeitshandschuh mit integriertem Barcode-Scanner

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

- 4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit
- 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung
- 4.3 Vielfalt
- 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Handlungsfelder des Programms „Heute für Morgen > NEXT“ ab 2018

→ G4.03



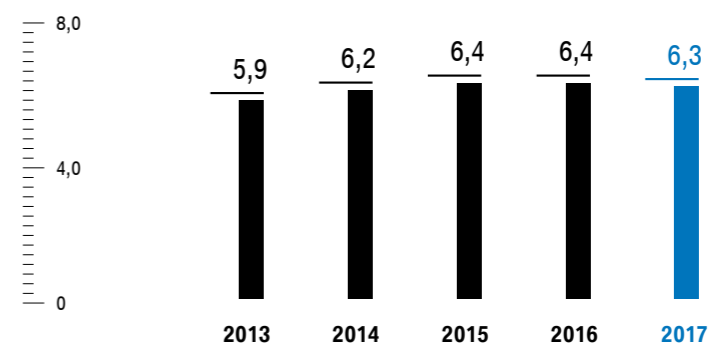
Wir unternehmen in unseren Werken große Anstrengungen, um eine dauerhafte Beschäftigung von leistungsgewandelten Mitarbeitern zu ermöglichen, die infolge einer Erkrankung oder eines Unfalls dauerhaft eingeschränkt sind. Die Schwerbehindertenquote der BMWAG betrug 2017 6,3 %.

→ Siehe Tabelle 4.03

Schwerbehindertenquote der BMW AG¹

→ T4.03

in%



¹ Die Quote der beschäftigten schwerbehinderten Mitarbeiter bezieht sich auf die gesetzlichen Anforderungen gemäß dem deutschen Sozialgesetzbuch (SGB IX). Darüber hinaus vergab die BMW Group in Deutschland 2017 Aufträge an Schwerbehindertenwerkstätten in Höhe von ca. 32,5 Mio €. Davon sind ca. 8,3 Mio. € nach dem Gesetz zur Ausgleichsabgabe anrechenbar. Damit war das Auftragsvolumen auch 2017 auf einem konstant hohen Niveau.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

- 4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit
- 4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung
- 4.3 Vielfalt
- 4.4 Gesellschaftliches
Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Im vergangenen Jahr haben wir unsere „Integrations-Strategie“ weiterentwickelt. Sie zielt zunächst darauf ab, Leistungseinschränkungen durch ein eigenverantwortliches Gesundheitsverhalten der Mitarbeiter vorzubeugen. Es ist unser Ziel, Mitarbeiter weitgehend ihren Fähigkeiten entsprechend einzusetzen. Der neue Prozess stellt sicher, dass alle Mitarbeiter in Deutschland gemäß einer einheitlichen Vorgehensweise und nach den gleichen Regeln behandelt werden. Der Prozess wurde umfangreich in den drei Pilotbereichen Mechanische Fertigung, Karosseriemontage und Endmontage an drei Standorten getestet. Eine entsprechende Betriebsvereinbarung dazu wurde 2017 verabschiedet.

Ergonomics in Motion

Im Jahr 2015 haben wir das Kooperationsprojekt „Ergonomics in Motion“ mit der Universität Leipzig in der Montage des Werkes Leipzig/DE gestartet. Seitdem haben rund 500 Mitarbeiter am Band und knapp 50 Vorarbeiter daran teilgenommen. Ziel des Projektes ist es, ergonomisches Arbeitsverhalten im Fachbereich vor Ort zu verankern und nachzuhalten.

In einem ersten Schritt wird die reale ergonomische Belastung des Mitarbeiters visualisiert. Dadurch können verhaltensergonomische Verbesserungen identifiziert und entsprechend trainiert werden. Eine arbeitsplatzspezifische medizinische Trainingstherapie unterstützt die Teams mit entsprechenden Ausgleichsübungen und verhaltensergonomischen Entlastungsstrategien für den Arbeitsplatz.

Nach Abschluss des Projektes ist nun eine Integration in das Programm „Heute für Morgen“ als fester Baustein „Verhaltensergonomie“ vorgesehen.

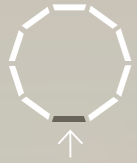
Ausblick

Das Programm „Gesundheitsmanagement 2020“, die Einführung des Programms „Heute für Morgen > NEXT“ und die Umsetzung unserer neuen Strategie zur Integration leistungsgewandelter Mitarbeiter werden die wesentlichen Fokusfelder im Jahr 2018 sein. Nach den positiven Evaluationsergebnissen haben wir entschieden, das Programm „Gesundheitsmanagement 2020“ fortzuführen und zu erweitern. Perspektivisch soll es in den nächsten Jahren für eine große Zahl an Mitarbeitern geöffnet werden.

Außerdem werden wir 2018 mit einer Gefährdungsbeurteilung hinsichtlich psychischer Belastungen auf der Basis einer neuen Betriebsvereinbarung beginnen. Darüber hinaus werden die neuen Kampagnen „Keep moving“ und „Burn what you eat“ im Jahr 2018 international durchgeführt. Sie sollen unsere Mitarbeiter zu einem gesunden Lebensstil anregen.



Gesundheitsversorgung für Mitarbeiter: Das Werk Rosslyn in Südafrika hat eine eigene Apotheke.



→ LANGFRISTIGE MITARBEITERENTWICKLUNG

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



4.2

LANGFRISTIGE
MITARBEITERENTWICKLUNGZielsetzung:

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

Der Erfolg der BMW Group beruht auf dem Engagement und der fachlichen Qualifikation ihrer Mitarbeiter. Wir wollen die besten Mitarbeiter gewinnen und im Unternehmen halten. Deshalb bieten wir ihnen gerade in Zeiten von Digitalisierung und technologischem Wandel attraktive und sichere Arbeitsplätze, vielfältige Möglichkeiten zur Vereinbarung von Beruf und Privatleben, umfassende Qualifizierungs- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie langfristige Perspektiven. Aufgrund des zunehmenden Wettbewerbs mit führenden Technologieunternehmen und eines globalen Fachkräftemangels bei technischen Qualifikationen und vor dem Hintergrund einer alternden Gesellschaft ist es für unsere Attraktivität als Arbeitgeber umso wichtiger, dass die BMW Group in ihre Mitarbeiter investiert, ihnen Chancen bietet und kontinuierliches Lernen fördert. Diesem Anspruch kommen wir mit unserem Ansatz zu langfristiger Mitarbeiterentwicklung nach.

Zentrale Maßnahmen:
attraktives Arbeitsumfeld schaffen und Weiterbildungsmöglichkeiten anbieten

Die Beschäftigungssicherheit hat für die BMW Group einen hohen Stellenwert. Wir vergüten überdurchschnittlich und geben unseren Mitarbeitern Gestaltungsspielräume, um Beruf und Privatleben gut miteinander zu vereinbaren – zum Beispiel durch flexible Arbeitszeiten, „Sabbaticals“ oder mobiles Arbeiten.

Zudem gewinnt die kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeiter bei der BMW Group künftig noch an Bedeutung. Sie ist eine wesentliche Voraussetzung dafür, mit der Transformation in der Automobilindustrie Schritt zu halten. Die BMW Group verfolgt daher konsequent das Prinzip des lebenslangen Lernens. Die Bandbreite unserer Maßnahmen erstreckt sich dabei von der Berufsausbildung über Nachwuchsprogramme für studentische Zielgruppen und fachspezifische Trainings bis hin zu Führungskräfteprogrammen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem digitalen Wandel und der Transformation hin zu agilen Arbeits- und Führungsmethoden.

Wir wollen, dass unsere Mitarbeiter sich mit dem Unternehmen identifizieren und mit großer Leidenschaft Tag für Tag Höchstleistungen bringen. Daher führen wir alle zwei Jahre eine Mitarbeiterbefragung durch, um Potenziale für Verbesserungen zu identifizieren.

Due-Diligence-Prozesse:
durch systematische Planungsprozesse Handlungsbedarf identifizieren und Entwicklungen steuern

Um neue Kompetenzanforderungen im Unternehmen rechtzeitig zu erkennen und zu beherrschen, haben wir in den letzten Jahren einen Prozess zur strategischen Personalplanung etabliert. Im Berichtsjahr wurden qualitative und quantitative Veränderungen aus der Unternehmensstrategie abgeleitet. Die Planungsergebnisse dienen als Grundlage zur systematischen Ausrichtung relevanter Personalinstrumente wie Personalmarketing, Recruiting,

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

→ 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Gesonderter nichtfinanzieller Bericht

Nachwuchsprogramme sowie von Aus- und Weiterbildung. Zur Überwachung der Entwicklung dient uns die Messgröße „Recruiting von Fachkräften mit kritischen Kompetenzen“.

Dieser Prozess findet jährlich statt und wird durch den Bereich „Konzernpersonalwesen, Strategie und Ziele“ gesteuert.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: Arbeitgeberattraktivität bestätigt, Weiterbildungsangebot ausgebaut

In Studien der Beratungsunternehmen trendence und Universum zur Arbeitgeberattraktivität nahm die BMW Group auch 2017 wieder Spitzenplätze ein. Diese Ergebnisse belegen, dass wir nach wie vor einer der weltweit attraktivsten Arbeitgeber sind. Dies bestätigte auch unsere letzte Mitarbeiterumfrage, in der 87 % der Befragten ihre Zufriedenheit mit der BMW Group zum Ausdruck brachten, sowie unsere niedrige Fluktuationsquote von 2,6%.

In den Bereichen Aus- und Weiterbildung konnten wir 2017 unser Angebot ausbauen und zeitgemäße Kompetenzen dort vermitteln, wo Bedarf bestand. Zum Stichtag waren in der Berufsausbildung und den Nachwuchsförderprogrammen der BMW Group 4.750 junge Menschen beschäftigt (2016: 4.613) Die Aus- und Fortbildungstage pro Mitarbeiter beliefen sich auf 3,4 Tage. → GRI 404-1 Alle Mitarbeiter der BMW Group erhalten mindestens einmal im Jahr eine konsistente und umfassende individuelle Leistungsbeurteilung. → GRI 404-3

→ Siehe Leistungsindikatoren

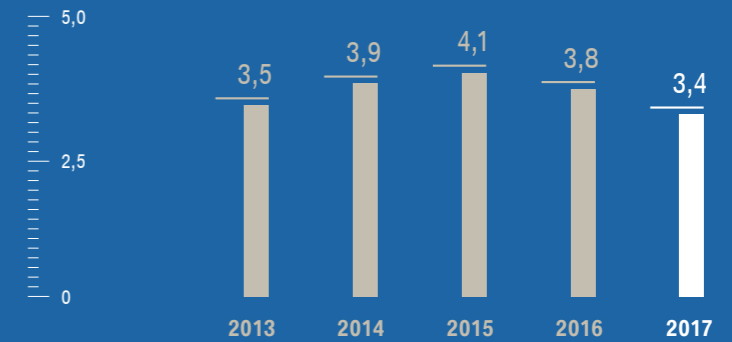
→ Siehe Tabelle 4.04

→ Siehe Leistungsindikatoren

Durchschnittliche Weiterbildungstage pro Mitarbeiter in der BMW Group¹

→ T4.04

Anzahl Tage



¹ Datenerhebung über Direkterfassung der Teilnehmer sowie zu einem kleinen Teil über qualifizierte Hochrechnung

→ GRI 404-1

2017 lagen die Aufwendungen der BMW Group für Aus- und Weiterbildung mit 349 Mio. € weiterhin auf hohem Niveau (2016: 352 Mio. €). Unser Engagement im Personalwesen ist eine Investition in die Zukunft. So kommen wir unserem Anspruch als attraktiver Arbeitgeber nach und stellen sicher, dass wir unser Ziel einer langfristigen Mitarbeiterentwicklung erreichen.

Einführung

1**Fundamente**

2**Produkte
und Dienstleistungen**

3**Produktion
und Wertschöpfung**

4**Mitarbeiter
und Gesellschaft****4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit****→ 4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung****4.3 Vielfalt****4.4 Gesellschaftliches
Engagement**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

LANGFRISTIGE MITARBEITERENTWICKLUNG IM DETAIL

Faire Vergütung und attraktive Sozialleistungen bieten

Für alle Gesellschaften der BMW Group gelten dieselben Grundsätze hinsichtlich Vergütung und Zusatzleistungen, unabhängig von Geschlecht, Konfession, Herkunft, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung oder länderspezifischen Charakteristika. Dabei folgen wir der einheitlichen Vorgabe, dass das Gesamtvergütungspaket über dem Durchschnitt des relevanten Arbeitsmarktes liegt. Die BMW Group führt jedes Jahr weltweit Vergütungsstudien durch, um die aktuelle Marktpositionierung zu bestimmen und die Gesamtvergütung weiterhin marktadäquat auszurichten. Damit stellen wir sicher, dass jeder Mitarbeiter in dem für ihn relevanten Arbeitsmarkt eine marktgerechte Vergütung erhält.

Das Gesamtvergütungspaket setzt sich aus einem monatlichen Entgelt, einer erfolgsabhängigen Vergütungskomponente und einer Vielzahl von Zusatzleistungen, wie zum Beispiel einer betrieblichen Altersvorsorge, zusammen. Dies ermöglicht eine faire Honorierung der persönlichen Leistung und steigert die Motivation der Mitarbeiter. Unsere Vergütungspolitik ist damit fester Bestandteil eines durchgängigen und transparenten Prozesses der Mitarbeiterförderung. → GRI 401-2

Um diese Transparenz nicht nur markt-, sondern auch geschlechtsspezifisch zu gewährleisten, hat die BMW Group einen mehrdimensionalen Monitoring-Prozess etabliert, der jeweils die Entgelte des Vorjahres analysiert. Dabei vergleichen wir das monatliche Entgelt von Männern und

Frauen anhand der Dimensionen Voll- und Teilzeit, Entgeltgruppe und Alter. Für das Jahr 2016 wurde bei der Analyse im Jahr 2017 keine signifikante Abweichung des Gesamtvergütungspakets zwischen Frauen und Männern festgestellt. → GRI 405-2

Unterstützt wird unsere Attraktivität für Talente durch die Schaffung neuer Arbeitsumgebungen in Kernstandorten der Entwicklung und der BMW Group IT für agile Softwareentwicklung. Hinzu kam der im Berichtsjahr eröffnete Campus am Standort Unterschleißheim/DE zur Entwicklung des autonomen Fahrens.

Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben unterstützen

Die Arbeitszeitwünsche unserer Mitarbeiter unterscheiden sich je nach Lebensphase, individuellem Lebensentwurf und Arbeitssituation. Aus diesem Grund bietet die BMW Group eine Vielzahl flexibler Bausteine zur individuellen Gestaltung von Arbeitszeit und -ort an, um eine bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu unterstützen.

Flexible Arbeitszeiten anbieten

Grundsätzlich können alle Mitarbeiter im Rahmen des Zeitkontos Einfluss auf ihre Arbeitszeit nehmen, sei es durch gleitende Arbeitszeiten im Angestelltenbereich oder zusätzliche freie Tage durch Schichttausch oder Zeitabbau im Produktionsbereich. Über die in einigen Ländern gesetzlich geregelten Arbeitszeitinstrumente wie Teilzeit, Elternzeit oder Pflegezeit hinaus bietet die BMW Group ihren Mitarbeitern mit den Instrumenten „Sabbatical“ oder „Vollzeit Select“ weitere attraktive Möglichkeiten für die individuelle Gestaltung ihrer Arbeitszeiten an. Ein „Sabbatical“ kann weltweit vereinbart werden, und mit dem Arbeitszeitinstrument „Vollzeit Select“ können Mitarbeiter in Deutschland und Österreich unbürokratisch bis zu 20 zusätzliche freie

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

→ 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Tage im Jahr bei entsprechender Kürzung des Entgelts in Anspruch nehmen. Im Jahr 2017 ist die Nachfrage nach diesen Instrumenten weiter gestiegen. Unser Angebot flexibler Arbeitszeitinstrumente deckt also einen realen Bedarf ab.

→ Siehe
Tabelle 4.05

Mobiles Arbeiten ermöglichen

Im Jahr 2017 haben mit über 31.700 Mitarbeitern rund 63 % unserer Belegschaft außerhalb der direkten Produktionsbereiche mindestens einmal anteilige und/oder ganztägige Mobilarbeit genutzt. Dies stellt eine erneute Steigerung im Vergleich zum Jahr 2016 dar. Indem sie die vorhandene Arbeitszeit flexibel aufteilen, können unsere Mitarbeiter beispielsweise die Kinderbetreuung oder die Pflege von Angehörigen besser in ihren Arbeitsalltag

→ Siehe
Tabelle 4.05

integrieren. Außerhalb von abgestimmten Zeiten der Erreichbarkeit haben Mitarbeiter das Recht, nicht erreichbar zu sein. Mobilarbeit steht in der BMW Group für Vertrauenskultur und konstruktiven Dialog.

Mitarbeiter durch Familienservice entlasten

Die BMW Group bietet ihren Mitarbeitern seit vielen Jahren familienunterstützende Dienstleistungen an. Experten des Familienservice stehen Mitarbeitern in Deutschland bei der Organisation der Kinderbetreuung und der Pflege von Angehörigen sowie bei der Vermittlung haushaltsnaher Dienste zur Seite. Im Jahr 2017 wurden 830 Anfragen von Mitarbeitern bearbeitet, davon 160 zum Thema Pflege.

Alternative Arbeitsformen in der BMW AG¹

→ T4.05

Anzahl Mitarbeiter	2013	2014	2015	2016	2017
Teilzeitkräfte	3.966	3.739	3.943	4.294	4.572
in% der Mitarbeiter	5,7	5,1	5,1	5,0	5,2
Mitarbeiter mit Mobilarbeit ²	18.094	22.297 ²	25.072	28.088	31.754
in% der Mitarbeiter	25,9	49,9	53,0	59,4	63,3
Anzahl Mitarbeiter, die Vollzeit Select nutzen	2.506	2.668	3.592	3.998	4.690
in% der Mitarbeiter ³	3,6	3,6	4,7	5,1	5,3
Sabbaticals	511	516	462	598	567
in% der Mitarbeiter	0,7	0,7	0,6	0,7	0,6
Elternzeit	1.968	2.271	2.535	3.028	3.389
in% der Mitarbeiter	2,8	3,1	3,3	3,5	3,9

¹ Werte beziehen sich auf befristete und unbefristete Arbeitsverhältnisse.

² Mitarbeiter im Verwaltungsbereich. Mit Einführung der Mobilarbeit 2014 Anpassung Berichtslogik: Während bis 2013 auf die technische Möglichkeit des mobilen Arbeitens abgestellt wurde, wird seit 2014 die Anzahl der Mitarbeiter ausgewertet, die die Möglichkeit des mobilen Arbeitens tatsächlich genutzt haben.

³ Grundgesamtheit ohne Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Doktoranden

→ GRI 102-8, GRI 401-3

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

→ 4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Des Weiteren bieten wir an vielen unserer deutschen Standorte eine Kinderbetreuung an. Auf diese Weise konnten wir mit der Unterstützung von Elterninitiativen im Jahr 2017 über 460 Betreuungsplätze für Kinder von null bis sechs Jahren bereitstellen.

Talente fördern und Mitarbeiter qualifizieren

In der dynamischen, von schnellen Veränderungen geprägten Arbeitswelt von heute nimmt die Bedeutung des lebenslangen Lernens stetig zu. Dies gilt einerseits angesichts einer zunehmend längeren Lebensarbeitszeit. Andererseits sind im Zuge der Digitalisierung und der zunehmenden Elektrifizierung neue Kompetenzen gefordert – zum Beispiel in den Bereichen Big Data Analytics, künstliche Intelligenz, agile Entwicklungsmethoden und Hochvoltsicherheit. Deshalb investiert die BMW Group konsequent in die berufliche Weiterentwicklung der Mitarbeiter und fördert ihre Talente. Damit stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter dauerhaft über zukunftsfähige Kompetenzen verfügen.

Kompetenzen für die Digitalisierung ausbauen

Digitalisierung prägt die Art und Weise, wie Produkte und Dienstleistungen entwickelt, hergestellt und bereitgestellt werden. Einerseits verändern sich die Prozesse der Produktion, andererseits entwickeln wir neue, vernetzte Automobile, die in absehbarer Zeit in der Lage sein werden, autonom zu fahren. Diese Veränderungen betreffen auch die Arbeitsweisen unserer Mitarbeiter und die Kompetenzen, die sie dafür benötigen. Deshalb unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, mit künftigen Entwicklungen Schritt zu halten, und rekrutieren gleichzeitig neue „digitale Talente“ für unser Unternehmen.

Bereits in der Berufsausbildung begegnen wir diesen Herausforderungen, beispielsweise richten wir in der BMWAG ab dem Ausbildungsjahr 2018 zusätzlich den Beruf des Fachinformatikers ein sowie unterschiedliche Verbundstudiengänge mit dem Schwerpunkt Informatik.

Bestehende Ausbildungsberufe wurden schon im Jahr 2017 um zukunftsfähige Kompetenzen erweitert.

An unseren Produktionsstandorten in China, den USA, Südafrika, Großbritannien sowie in Brasilien, Thailand und Mexiko setzen wir weiterhin auf die Ausbildung junger Menschen nach dem dualen System. An den Standorten China und Mexiko haben wir das Ausbildungsportfolio um den Beruf des Kfz-Mechatronikers erweitert. Zudem haben wir die Zahl der Auszubildenden in Großbritannien und Mexiko gesteigert.

Führungskompetenzen entwickeln

Die BMW Group bietet ihren Führungskräften über das konzernweite Corporate Leadership Programme vielfältige Qualifizierungsmöglichkeiten an. Das Programm dient der Weiterentwicklung von Führungskompetenzen, um die Transformation des Unternehmens im Sinne der Konzernstrategie NUMBER ONE > NEXT erfolgreich zu gestalten. Es ist unser Anspruch, Führungspersönlichkeiten zu entwickeln, die sich durch individuelles Handeln, gemeinsames Führen im Team und durch vernetzte Kollaboration auszeichnen. Sie wirken damit als Vorbilder und Treiber für die digitale und kulturelle Transformation.

Im Zentrum dieser Bestrebungen stand 2017 die Initiative „Next Experience“: Zwischen Januar und April 2017 erhielten fast 13.000 Führungskräfte in einer eintägigen Veranstaltung mit insgesamt vier Workshops eine Einführung in die neue Unternehmensstrategie NUMBER ONE > NEXT.

Um einen internationalen Führungskräftenachwuchs aufzubauen, hat die BMW Group das Global Leader Development Programme entwickelt. Feste Bestandteile dieses Programms sind Praxisphasen im In- und Ausland, gezielte Trainingsmaßnahmen sowie vielfältige Netzwerk- und Austauschmöglichkeiten. Einen besonderen Schwerpunkt legen wir hierbei auf die Vermittlung interkultureller Kompetenzen. → GRI404-2

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit→ 4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches
EngagementWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

Zufriedene Mitarbeiter halten

Alle zwei Jahre findet eine konzernweite Mitarbeiterbefragung statt, zuletzt in Form einer Befragung der gesamten Belegschaft im Sommer 2017. Danach zeigten sich 87 % der Befragten zufrieden mit der BMW Group.

Sehr positiv bewertet wurden unter anderem die Attraktivität als Arbeitgeber (88 %), die sozialen Zusatzleistungen (86 %) und die Beschäftigungssicherheit (87 %).

Gegenüber der Befragung 2015 sind die Werte leicht gesunken, sie liegen jedoch weiterhin auf einem sehr hohen Niveau. Wir werden im Zuge einer detaillierten Auswertung mögliche Einflussfaktoren analysieren und Maßnahmen ableiten.

→ Siehe
Tabelle 4.07

→ Siehe
Weiterführende
Kennzahlen

→ Siehe
Tabelle 4.23

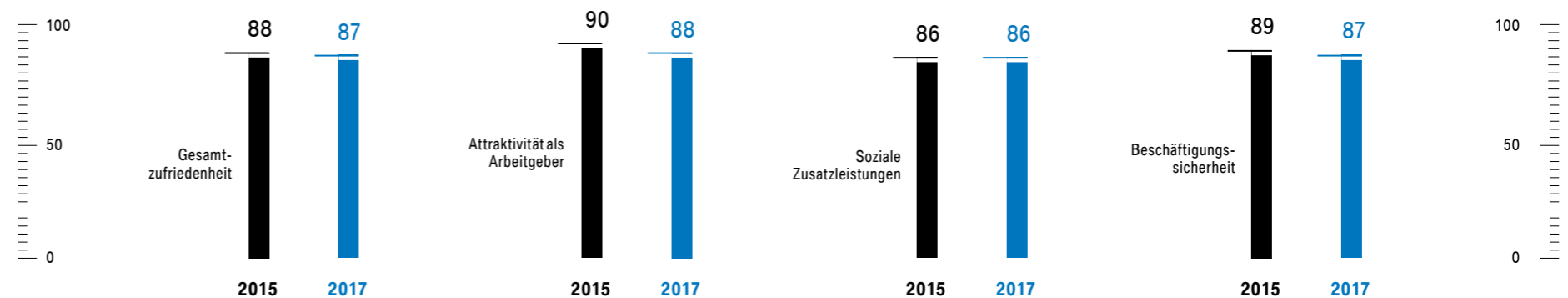
→ Siehe
Tabelle 4.06

Die Fluktuationsquote 2017 ist mit 2,6% im Vergleich zu 2016 leicht gesunken. Dies liegt unter anderem an einer im Vergleich zum Vorjahr erhöhten Anzahl von Altersaustritten. Die Fluktuationsquote ohne Austritte aufgrund von Rente, Altersteilzeit und Tod beträgt für das Jahr 2017 1,1%. In der Summe tragen unsere Programme und Maßnahmen dazu bei, dass die BMW Group sich weiterhin als attraktiver Arbeitgeber positioniert.

Konzernweite Mitarbeiterbefragung für die BMW Group im Jahr 2017

→ T4.06

in %



Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit→ 4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

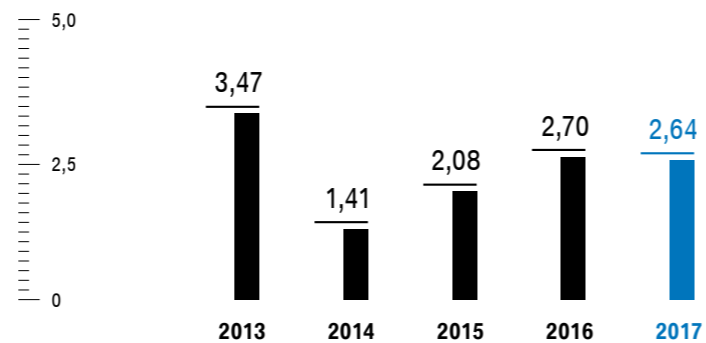
4.4 Gesellschaftliches
EngagementWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

Fluktuationsquote der BMW AG¹

→ T4.07

in %

¹ Austritte von Mitarbeitern mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen

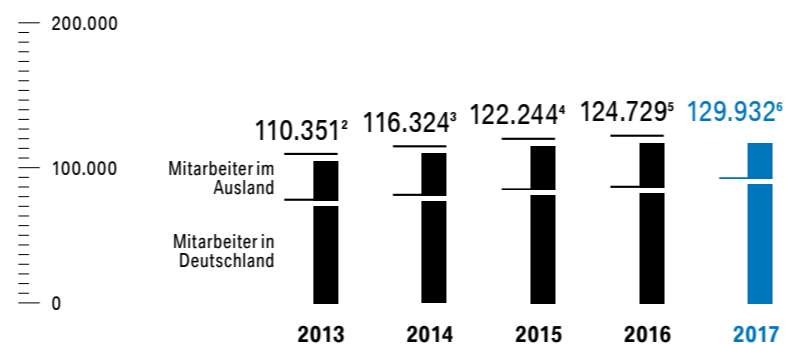
→ GRI 401-1

Aufgrund der hohen Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen ist die Anzahl unserer Mitarbeiter bis Ende 2017 weltweit um 4,2% auf insgesamt 129.932 Mitarbeiter gestiegen. → GRI 102-7, GRI 102-8

→ Siehe
Tabelle 4.08Mitarbeiter der BMW Group am Jahresende¹

→ T4.08

Anzahl Mitarbeiter

¹ Werte ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Freizeitphase der Altersteilzeit, ohne Geringverdiener² hiervon 35,1 % taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group³ hiervon 36,1 % taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group⁴ hiervon 36,3 % taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group⁵ hiervon 35,4 % taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group⁶ hiervon 35,7 % taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group

→ GRI 102-8

Durch Ideenmanagement Kosten sparen

Das Ideenmanagement der BMW Group ermöglicht es allen Mitarbeitern, mit ihren Ideen an Veränderungen im Unternehmen mitzuwirken. Die eingereichten Ideen führen zu Verbesserungen der Produkte und Prozesse ebenso wie zu Einsparungen. 2017 führten rund 2.800 umgesetzte Ideen dazu, dass 18,2 Mio. € eingespart werden konnten. Darüber hinaus verbessert das Ideenmanagement unsere Wettbewerbsfähigkeit, indem es zum einen die Verbundenheit mit dem Unternehmen stärkt und zum anderen die Motivation genauso wie unternehmerisches Denken und Handeln fördert.

Ausblick

Angesichts der Digitalisierung und des technologischen Wandels haben wir eine strategische Neuausrichtung der Berufsausbildung in der BMW Group gestartet, die neben einer Neuausrichtung des Ausbildungsportfolios auf MINT-Kompetenzen auch die Einführung neuer digitaler Lehr- und Lernformen umfasst. Gemeinsam mit dem nationalen und internationalen Ausbildungsnetzwerk wurden mit der Anpassung und Neueinführung von Berufsbildern erste Maßnahmen zum umfangreichsten Kompetenzumbau seit Bestehen der BMW Group Berufsausbildung bereits umgesetzt und der weitere Umbau für die Folgejahre ausgeplant.



→ VIELFALT

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

4.3 VIELFALT

Zielsetzung:

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

Die moderne Gesellschaft ist von einer Vielfalt unterschiedlicher Lebensentwürfe geprägt. Als global agierendes Unternehmen betrachtet die BMW Group diese Unterschiedlichkeit in Form einer interkulturellen Belegschaft, eines ausgewogenen Geschlechterverhältnisses und einer guten Altersmischung als ausgesprochenen Gewinn. Wir sind davon überzeugt, dass Vielfalt unsere Innovationskraft steigert. Außerdem stärkt sie die Wettbewerbsfähigkeit, indem wir beispielsweise Kundenbedürfnisse besser verstehen. Die BMW Group ist sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung als Arbeitgeber bewusst, in einer zunehmend diversen Gesellschaft durch eine vielfältige Belegschaft Chancengleichheit zu fördern.

Zentrale Maßnahmen:

mit unserem Diversity-Konzept Vielfalt und Chancengleichheit im Unternehmen fördern

Das 2010 vom Vorstand verabschiedete Diversity-Konzept für die Belegschaft der BMW Group definiert drei Bereiche, in denen Diversität unter Berücksichtigung lokaler Rahmenbedingungen unternehmensweit gestärkt werden soll: Geschlecht, kultureller Hintergrund sowie Alter und Erfahrung. Dabei setzt die BMW Group auf Veranstaltungs- und Dialogformate zur Sensibilisierung der Führungskräfte und Mitarbeiter. Zudem führen wir Maßnahmen in den Bereichen Recruiting und Personalentwicklung durch, um Vielfalt und Chancengleichheit im Unternehmen zu fördern. Darüber hinaus entwickeln wir gezielt ressort- und bereichsspezifische Formate für unterschiedliche Zielgruppen. So durchlaufen beispielsweise neu ins Unternehmen eingetretene weibliche Führungskräfte im Produktionsbereich ein spezielles Onboarding-Programm.

Auch für die Führungsgremien (Vorstand und Aufsichtsrat) bestehen Diversitätskonzepte. Über diese Konzepte und deren Umsetzung informieren wir umfassend in unserem → **Geschäftsbericht 2017**.

Due-Diligence-Prozesse:

durch die Umsetzung klarer Richtlinien und Beschwerdemechanismen Vielfalt und Chancengleichheit sicherstellen

Der BMW Group Verhaltenskodex schließt Diskriminierung konsequent aus. Alle Mitarbeiter können sich mit ihren Fragen an ihre Führungskräfte, an die zuständigen Fachstellen der BMW Group, die Personalabteilung oder den Betriebsrat wenden. Über die BMW Group SpeakUP Line, eine in über 30 Sprachen verfügbare telefonische Beratungsstelle, haben unsere Mitarbeiter außerdem weltweit die Möglichkeit, Hinweise auf eventuelle Verstöße gegen den Verhaltenskodex anonym und vertraulich abzugeben.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

→ 4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches Engagement

Kennzahlen

Anhang

Gesonderter nichtfinanzieller Bericht

Alle Maßnahmen, die unser Diversity-Konzept vorsieht, werden von der Abteilung Personalpolitik und -strategie in Zusammenarbeit mit dem operativen Personalwesen sowie den disziplinarischen Führungskräften verantwortet. Über die Verantwortung der Diversitätskonzepte von Vorstand und Aufsichtsrat und deren Überprüfung berichten wir in unserem → **Geschäftsbericht 2017**.

Ergebnisse und Leistungsindikatoren: Vielfalt im Unternehmen weiter gesteigert

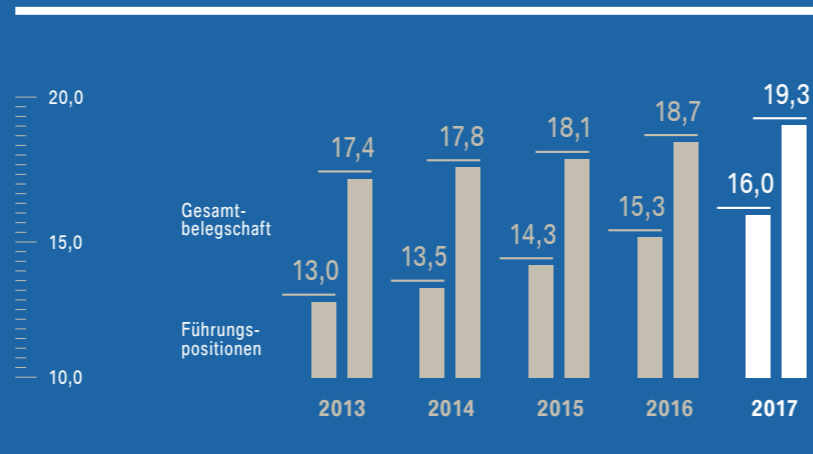
Im Bereich Geschlechtervielfalt konnten wir den Frauenanteil sowohl in der Gesamtbelegschaft (2017: 19,3 %, 2016: 18,7 %) als auch in Führungspositionen (2017: 16,0 %, 2016: 15,3 %) steigern. Mit einem Frauenanteil von 30 % im Aufsichtsrat entsprechen wir der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex. → GRI 405-1

→ Siehe Leistungsindikatoren
→ Siehe Tabelle 4.09

Frauenanteil in Führungspositionen und an der Gesamtbelegschaft der BMW Group¹

→ T 4.09

in%



¹ Der Frauenanteil bei der BMWAG beträgt 16,1 % in der Gesamtbelegschaft und 14,0 % in Führungspositionen. Der Frauenanteil im Aufsichtsrat beträgt 30,0 % und im Vorstand 12,5 %.

→ GRI 405-1

Im Bereich kulturelle Vielfalt profitieren wir weiterhin von der großen Diversität kultureller Hintergründe in unserer Belegschaft. Am Standort Deutschland arbeiten Mitarbeiter aus 118 Nationen erfolgreich zusammen, und an unserem Nachwuchsprogramm Global Leader Development Programme nahmen 2017 junge Talente aus acht Nationen teil.

Die Altersvielfalt haben wir auch 2017 weiterhin gefördert. In der BMW AG* stieg der Anteil an über 50-jährigen Arbeitnehmern von 27,3 % (2016) auf 28,3 % an, was nicht nur aus dem demografischen Wandel resultiert, sondern auch durch unsere Bestrebungen für alter(n)sgerechtes Arbeiten unterstützt wird. → GRI 405-1

Diese Kennzahlen bestätigen die Effektivität unserer Maßnahmen zur weiteren Stärkung der Vielfalt in der BMW Group.

Über die Zielerreichung der Diversitätskonzepte für Vorstand und Aufsichtsrat berichten wir umfassend in unserem → **Geschäftsbericht 2017**.

* Diese Zahl wird aktuell nicht auf BMW Group Ebene konsolidiert.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

→ 4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches
EngagementWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

VIelfalt IM DETAIL

Unsere Mitarbeiter erfahren in ihrer gesamten Vielfalt dieselbe Wertschätzung, den gleichen Respekt und dieselben Chancen. Erklärtes Ziel unseres weltweiten Diversity-Konzeptes ist die Förderung personeller Vielfalt im Unternehmen: Einzigartigkeit und Unterschiede unserer Mitarbeiter stellen für die BMW Group einen wichtigen Mehrwert dar.

Wie in den vergangenen Jahren, beteiligte sich die BMW Group auch im Berichtsjahr mit einer großen Zahl von Aktionen am → **Deutschen Diversity-Tag**, einer Initiative, mit der Unternehmen und Institutionen den Vielfaltsgedanken in den Fokus rücken. Zudem stand das Jahr 2017 im Zeichen des Dialogs: Beispielsweise haben wir eine regelmäßige Runde zum Austausch mit Mitarbeiternetzwerken ins Leben gerufen, um gemeinsam Diversity-Aktivitäten zu diskutieren und voranzutreiben.

Mitarbeiterinnen und weibliche Führungskräfte fördern

Das Diversity-Konzept der BMW Group strebt einen der Mitarbeiterstruktur entsprechenden Anteil von Frauen in Führungsfunktionen an. Im Jahr 2011 haben wir uns gemeinsam mit den DAX-30-Unternehmen verpflichtet, den Frauenanteil in Führungspositionen zu erhöhen. In der Gesamtbelegschaft konnten wir innerhalb des Berichtszeitraums den Frauenanteil in Führungsfunktionen und in Nachwuchsprogrammen weiter steigern. Mit 19,3% in der Gesamtbelegschaft der BMW Group (BMW AG: 16,1%) liegt der Wert über unserem selbst gesetzten Zielkorridor von 15–17%. In Führungspositionen stieg der Frauenanteil in der BMW Group auf 16% (BMW AG: 14%). → GRI 405-1 Unterstützt wird diese Entwicklung durch bewährte Veranstaltungen wie „Freude am Führen“ und neue Formate wie die Kaminabendreihe „In the Driver’s Seat“. Dort treffen an Führung interessierte Frauen mit weiblichen Führungskräften des Unternehmens zusammen und erhalten auf diese Weise eine Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch mit Vorbildern. In den Nachwuchsgruppen lag der Frauenanteil im Berichtsjahr bei rund 44% im Traineeprogramm und bei rund 31% in den studentischen Förderprogrammen.

→ Siehe
Tabelle 4.09



Gemeinsam stärker: Bei der BMW Group spielt das Geschlecht keine Rolle, sondern nur die Leistung.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

→ 4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Durch kulturelle Vielfalt Kunden besser verstehen

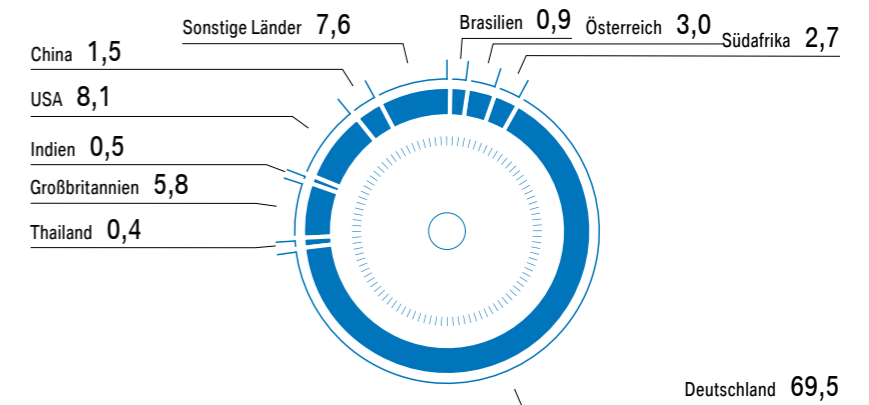
An den deutschen Standorten der BMW Group arbeiten Mitarbeiter aus 118 verschiedenen Nationen erfolgreich zusammen. → GRI 405-1 Diese kulturelle Vielfalt hilft uns als Unternehmen, das in mehr als 150 Ländern aktiv ist, die spezifischen Bedürfnisse unserer Kunden weltweit zu verstehen. Wir sind auch der Überzeugung, dass gemischte Teams kreativer und leistungsfähiger sind als sehr homogene Gruppen.

Zur weiteren Förderung von Internationalität und Interkulturalität bei neuen Mitarbeitern haben wir unsere Berufsausbildung sowie unser Nachwuchsprogramm Global Leader Development Programme bewusst auf internationale Teilnehmer ausgerichtet. Als Unternehmen mit einer interkulturellen Belegschaft setzen wir zudem verstärkt auf Führungskräfte mit internationaler Erfahrung. Darüber hinaus steigern wir langfristig auch den Anteil von Mitarbeitern nicht deutscher Herkunft. Unsere globale Ausrichtung findet sich auch in der internationalen Besetzung von Vorstand und Aufsichtsrat wieder.

Anteil Mitarbeiter je Land mit Produktionsstandort(en) 2017

→ T4.10

in %



Gut zwei Drittel der Mitarbeiter der BMW Group sind in Deutschland beschäftigt. Danach folgen die USA mit 8,1 % und Großbritannien mit 5,8 %.

→ GRI 102-8

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

→ 4.3 Vielfalt

4.4 Gesellschaftliches
EngagementWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

Altersvielfalt berücksichtigen

Wir berücksichtigen die Altersvielfalt unserer Belegschaft, um die Stärken unterschiedlicher Altersgruppen gezielt zu nutzen und Spitzen bei altersbedingten Austritten zu vermeiden. Bei der Gründung neuer Standorte oder Unternehmensbereiche achten wir deshalb unter anderem darauf, eine altersgemischte Belegschaft aufzubauen. Seit 2013 nimmt der Anteil der Mitarbeiter im Alter zwischen 30 und 50 Jahren immer mehr ab. Gleichzeitig wächst der Anteil der über 50-Jährigen.

→ Siehe
Tabelle 4.11Mitarbeiter der BMW AG nach Altersgruppen,
heruntergebrochen auf Funktionsbereich und
Geschlecht¹

→ T4.11

in %	< 30 Jahre	30–50 Jahre	> 50 Jahre
2015 gesamt	13,0	60,6	26,5
2016 gesamt	12,5	60,2	27,3
2017 gesamt	12,0	59,7	28,3
direkt ²	16,0	53,4	30,6
indirekt ³	9,5	63,6	26,9
männlich	10,7	59,4	29,9
weiblich	19,4	61,3	19,3

¹ Werte beziehen sich auf Mitarbeiter mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen.² taktgebundene bzw. Produktionsmitarbeiter³ alle Mitarbeiter ohne Taktbindung

→ GRI 405-1

Es ist unser Ziel, schon frühzeitig Maßnahmen für ein gutes Alter(n)smanagement aufzusetzen und darüber hinaus einen produktiven Austausch zwischen den Generationen zu schaffen. Neben der Sicherung von Wissen kommt es uns hier darauf an, eine gute Zusammenarbeit der unterschiedlichen Generationen herbeizuführen und jeden Mitarbeiter so zu fördern und zu fordern, dass er sein Potenzial optimal einsetzen kann.



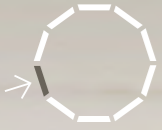
Altersvielfalt: Viele Programme der BMW Group fördern die Zusammenarbeit zwischen jüngeren und älteren Mitarbeitern.

Die Lebensarbeitszeit unserer Mitarbeiter nimmt zu. Dies ist bedingt durch einen früheren Eintritt ins Unternehmen und ein späteres Ausscheiden, beispielsweise durch das steigende Renteneintrittsalter. Angesichts einer älter werdenden Belegschaft haben wir das Programm „Heute für Morgen“ im Jahr 2017 überarbeitet, um die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter auch weiterhin zu erhalten. Ergänzend dazu werden Führungskräfte eigens für die Herausforderungen altersgemischter Teams sensibilisiert.

→ Siehe
Kapitel 4.1

Ausblick

Im Jahr 2018 wird ein besonderer Fokus auf das Thema Kommunikation und Veranstaltungen gelegt. In einem neuen Kommunikationskonzept soll ganzjährige Aufmerksamkeit für das Thema Vielfalt im Fokus stehen. Zusätzlich soll 2018 eine Beschwerdestelle für Diskriminierung am Standort München errichtet werden. Die Arbeitnehmer können aufgrund bereits bestehender betrieblicher Regelungen und Einrichtungen Beschwerden wegen Benachteiligungen aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität adressieren. Mit der Einrichtung einer paritätisch besetzten Beschwerdestelle für Diskriminierung steht den Arbeitnehmern ein nachgelagertes Verfahren zur Verfügung, um ihre Beschwerde weiterzuverfolgen.



→ GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

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



Einführung

1**Fundamente**

2**Produkte
und Dienstleistungen**

3**Produktion
und Wertschöpfung**

4**Mitarbeiter
und Gesellschaft****4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit****4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung****4.3 Vielfalt****→ 4.4 Gesellschaftliches
Engagement**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

4.4 GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Zielsetzung:

Die BMW Group ist führend auf dem Gebiet der interkulturellen Verständigung

Gesellschaftliches Engagement ist im unternehmerischen Selbstverständnis der BMW Group fest verankert. Als weltweit tätiges Unternehmen setzen wir uns mit aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen auseinander und konzentrieren uns auf Bereiche, in denen wir aufgrund unserer Kompetenz am meisten bewirken und konkrete, messbare Verbesserungen herbeiführen können.

Durch unser gesellschaftliches Engagement wollen wir unserer unternehmerischen Verantwortung in der Gesellschaft gerecht werden. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Aktivitäten einen Beitrag zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen leisten und gleichermaßen einen unternehmerischen Mehrwert erzielen. Dies geschieht zum Beispiel durch die Aufnahme neuer Ideen, die entstehen, wenn eine Vielzahl gesellschaftlicher Akteure zusammenarbeitet. Auf diese Weise gewonnene Erfahrungen können wir auch für unser Kerngeschäft nutzen, um unsere Innovationskraft zu steigern.

**Zentrale Maßnahmen:
interkulturelle Verständigung und soziale Inklusion
aktiv fördern**

Im Fokus unseres Engagements stehen langfristige Lösungsansätze, die international übertragbar sind und nach dem Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“ eine spürbare Langzeitwirkung entfalten. Wir konzentrieren uns dabei auf unsere Kernkompetenzen: interkulturelle Verständigung und soziale Inklusion.

Gemeinsam mit der → **United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC)** loben wir den → **Intercultural Innovation Award** für innovative Projekte aus, die Lösungen für interkulturelle Spannungen und Konflikte suchen. Die ausgezeichneten Akteure und Initiativen erhalten neben dem Preisgeld auch beratende Unterstützung.

An ihren internationalen Standorten fördert die BMW Group die Entwicklung von sozialer Inklusion mit Bildungsprojekten, die an die jeweiligen lokalen Bedürfnisse angepasst sind. So wollen wir Kindern und Jugendlichen aus einfacheren Verhältnissen den Einstieg in einen erfolgreichen Berufsalltag erleichtern und langfristig einen Beitrag zu mehr Chancengleichheit leisten.

Mit dem „Junior Campus“ in München begeistern wir die jüngste Generation für das Thema nachhaltige Mobilität, zum Beispiel durch Workshops und Fahrparcours.

Darüber hinaus fördern wir verantwortliche Führung durch die BMW Foundation Herbert Quandt. Diese Stiftung ermutigt Führungspersönlichkeiten, Venture Philanthropy und Impact Investing als effektive Instrumente des gesellschaftlichen Wandels zu nutzen. Die Stiftung wendet diese Prinzipien selbst an: Sie fördert aus ihrem eigenen Budget soziale Organisationen, die eine nachweisbare und nachhaltige Wirkung erzielen. Gleichzeitig bietet die Stiftung Führungspersönlichkeiten konkrete Möglichkeiten des Engagements. Mit dem Eberhard von Kuenheim Fonds investiert sie zudem Teile ihres Vermögens, um neben einer finanziellen Rendite auch positive gesellschaftliche Wirkung zu erreichen.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

→ 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Due-Diligence-Prozesse: Risiken durch Anwendung klarer Richtlinien vermeiden und nachhaltige Wirkungen durch systematische Evaluierung sicherstellen

Die BMW Group legt bei allen Aktivitäten im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements größten Wert auf Transparenz, die Einhaltung aller gesetzlichen Rahmenbedingungen und auf eine sorgfältige Dokumentation der Maßnahmen. Zu diesem Zweck wurde 2011 die BMW Group Richtlinie „Sponsoring, Spenden und Mitgliedschaften“ verfasst. Sie schreibt für alle internen Bereiche und Standorte der BMW Group verbindliche Verhaltensregeln vor.

Die BMW Group will sicherstellen, dass ihr gesellschaftliches Engagement konkrete Bedürfnisse abdeckt und langfristig wirkt. Die Fachabteilung für Corporate Citizenship nimmt dabei eine führende und koordinative Rolle ein und arbeitet mit den Standorten bei der Konzeption und Evaluierung des gesellschaftlichen Engagements zusammen. Für einen vollständigen Überblick über alle Aktivitäten führt die Abteilung jährlich eine weltweite Umfrage in allen relevanten Ressorts des Unternehmens durch.

Die Fachabteilung mit Sitz in München/DE überprüft auch die Wirkung des BMW Group Engagements. Seit 2010 erfolgt dies mithilfe der Input-Output-Outcome-Impact-Methode (iooi). Durch die Aufstellung eingesetzter Mittel (Inputs), erbrachter Leistungen (Outputs), erzielter Ergebnisse (Outcomes) und erreichter Wirkungen (Impacts) ermöglicht uns diese Methode, gesellschaftliches Engagement nach Aufwand und Nutzen zu differenzieren und seine Wirkung mess- und darstellbar zu machen. Somit erhalten wir eine Grundlage für die Auswertung und Weiterentwicklung unserer Projekte.

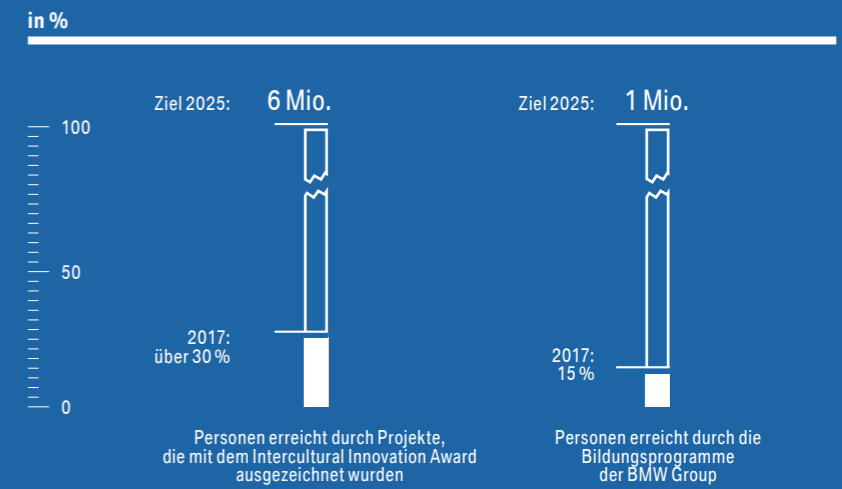
Ergebnisse und Leistungsindikatoren: Anzahl der erreichten Personen weiter gesteigert

Damit wir die Wirkung unserer Unterstützungsmaßnahmen messen können, formulieren wir regelmäßig klare Zielsetzungen. Das übergeordnete Ziel, 1 Mio. Menschen bis 2020 mit unserem Engagement zu erreichen, konnten wir schon 2015 erreichen. Aus diesem Grund haben wir uns im Jahr 2017 neue Ziele gesetzt: Zwischen 2011 und 2025 wollen wir 6 Mio. Menschen mit den verschiedenen Projekten, die durch den Intercultural Innovation Award ausgezeichnet werden, erreichen. Dabei sind wir auf gutem Weg. Bis Ende 2017 konnten über 2 Mio. Menschen durch die ausgezeichneten Projekte unterstützt werden, was eine Zielerreichung von über 30 % ausmacht.

Zudem wollen wir zwischen 2017 und 2025 1 Mio. Kindern und Jugendlichen eine solide Bildung – vor allem im technischen Bereich – ermöglichen. Bis Ende 2017 haben wir bereits 150.000 Kinder und Jugendliche an internationalen BMW Standorten mit unseren Bildungsprogrammen erreichen können. Dies stellt eine Zielerreichung von 15 % dar.

Durch das gesellschaftliche Engagement der BMW Group erreichte Personen

→ T4.12



Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

→ 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Gesonderter nichtfinanzieller Bericht

Diese Ergebnisse bestätigen unseren Beitrag zur Stärkung interkultureller Verständigung und sozialer Inklusion weltweit.

Im Jahr 2017 haben wir für unser gesellschaftliches Engagement insgesamt 33,4 Mio. € (2016: 87,8 Mio. €) eingesetzt. Die Verteilung dieser Summe auf unsere unterschiedlichen Schwerpunkte wird in den Tabellen 4.13 und 4.14 veranschaulicht. Der Rückgang ist zurückzuführen auf eine einmalige Spende zur Kapitalerhöhung der BMW Stiftung von 50 Mio. auf 100 Mio. € im BMW Jubiläumsjahr 2016.

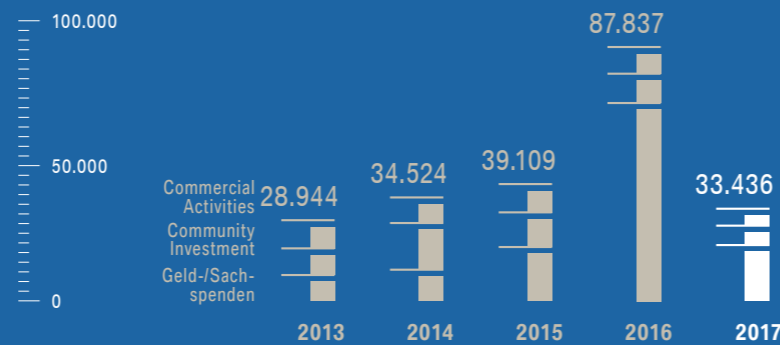
→ Siehe Tabelle 4.13 und Tabelle 4.14

→ Siehe Leistungsindikatoren

Höhe der gesamten Ausgaben für gesellschaftliches Engagement nach Engagementtypen¹

→ T 4.13

in Tsd. €



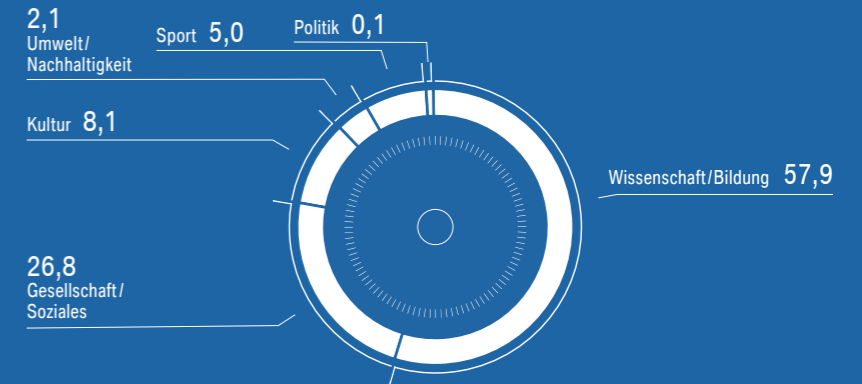
¹Das gesellschaftliche Engagement der BMW Group gliedert sich in drei Hauptbereiche: erstens Spenden in Form von Geld- bzw. Sachzuwendungen, zweitens Community Investment. Dabei handelt es sich um Aufwendungen für eigene Projektinitiativen, Kooperationen und Partnerschaften sowie Corporate Volunteering (Einsätze von Mitarbeitern der BMW Group). Und drittens Commercial Activities, also Sponsoring und sogenanntes Cause Related Marketing.

→ GRI 201-1

Spendenausgaben der BMW Group im Jahr 2017 weltweit

→ T 4.14

in %, Gesamtsumme 16.205.021 €¹



¹ Die hier genannte Summe der Spenden enthält kein Cause Related Marketing, kein Sponsoring und umfasst nicht die Projekte und Aktivitäten, die im Rahmen des gesellschaftlichen und kulturellen Engagements durchgeführt werden.

→ GRI 201-1

 Einführung

1

 Fundamente

2

 Produkte
und Dienstleistungen

3

 Produktion
und Wertschöpfung

4

 Mitarbeiter
und Gesellschaft

4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

→ 4.4 Gesellschaftliches
Engagement

 Weiterführende
Kennzahlen

 Anhang

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT IM DETAIL

Die Unterstützung der BMW Group soll nachhaltig wirken. Deshalb verstehen wir uns nicht primär als Geldgeber für soziale Projekte, sondern begleiten unsere Partner direkt an unseren Standorten und stellen dabei unser Wissen und unsere Netzwerke zur Verfügung. Dadurch entstehen langfristige Projekte, die zur realen Verbesserung der gesellschaftlichen Situation vor Ort beitragen.

Interkulturelle Verständigung fördern

Als globales Unternehmen mit einer multinationalen Belegschaft hat die BMW Group ein vitales Interesse an der guten Verständigung zwischen verschiedenen Nationen, Religionen und Ethnien. Deshalb verleihen wir einmal im Jahr zusammen mit der → **United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC)** den → **Intercultural Innovation Award**. Ausgezeichnet werden dabei innovative Projekte, die Lösungen für interkulturelle Spannungen und Konflikte suchen. Neben dem Preisgeld erhalten die ausgezeichneten Personen und Initiativen von der BMW Group und der UNAOC beratende Unterstützung und können sich in Workshops mit den Preisträgern der vergangenen Jahre austauschen. Dadurch entstand über die Jahre eine Plattform für „Intercultural Leaders“, auf der sich Praktiker der interkulturellen Verständigung gegenseitig inspirieren und voneinander lernen können. Bis Ende 2017 konnten diese von der BMW Group geförderten Projekte laut Untersuchungen der UNAOC weltweit über 2 Mio. Menschen erreichen.

Ehrenamtliches Engagement auszeichnen

Seit 2017 werden auch die Preisträger für soziales Engagement auf die Intercultural-Leader-Plattform aufgenommen, um den Austausch zu erweitern. Bereits seit 2011 würdigt die BMW Group den ehrenamtlichen Einsatz ihrer Mitarbeiter mit der „Auszeichnung für soziales Engagement“ unter der Schirmherrschaft von Vorstandsmitglied Milagros Caiña Carreiro-Andree. Die BMW Group prämiiert drei Projekte, die einen besonders großen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen. Der zusätzliche Sonderpreis der Doppelfeld-Stiftung richtet sich insbesondere an jüngere Mitarbeiter. In den vergangenen Jahren gingen knapp 600 Bewerbungen aus den unterschiedlichsten Ländern und Bereichen ein. Das Spektrum der Projekte reicht von der Unterstützung für Geflüchtete über die Hilfe zur Selbsthilfe in Entwicklungsländern bis hin zu Förderprojekten für benachteiligte oder behinderte Jugendliche mit Migrationshintergrund.

Soziale Inklusion durch Bildung verbessern

Zahlreiche Märkte sind geprägt von starker Ungleichheit. Wir kennen die Realitäten vor Ort. Die weltumspannende Präsenz der BMW Group möchten wir nutzen, um unseren Beitrag für mehr soziale Inklusion zu leisten.

Eine gute Bildung ist der Schlüssel zum Erfolg für Kinder und Jugendliche auf der ganzen Welt. Die BMW Group möchte daher Schülerinnen und Schüler auf ihrem Weg von der Grundausbildung über die höhere Schulbildung bis hin zum Start in eine Ausbildung oder in die Berufswelt begleiten. Dabei setzen wir Projekte an unseren Standorten um, die auf die jeweiligen Bedürfnisse vor Ort abgestimmt sind – im Jahr 2017 zum Beispiel in den USA, Thailand, Indien, Brasilien, Mexiko, China, Korea und Deutschland.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

→ 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

In Thailand hat die BMW Group gemeinsam mit der Deutsch-Thaiändischen Handelskammer ein Ausbildungsprogramm entwickelt, das seit 2012 erfolgreich läuft. Die Teilnehmer werden im Bereich Maschinenbau ausgebildet und bekommen nach einem erfolgreichen Abschluss die Chance, als Techniker bei der BMW Group einzusteigen. Auch in Spartanburg/US bietet das „BMW Scholars Program“ jungen Menschen die Möglichkeit, eine Ausbildung nach dem deutschen Vorbild der dualen Berufsbildung zu erhalten.

In Mexiko bauen wir parallel zu unserem neuen Standort auch ein umfangreiches Programm in den Bereichen Ausbildung und qualitative Förderung auf. So sollen im Rahmen des CONALEP-Programms (CONALEP, Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica) Schülerinnen und Schüler der Highschool bereits auf die Ausbildung in technischen Berufen vorbereitet werden. Darüber hinaus bietet das Internat „Colonia Juvenial“ einen Anlaufpunkt speziell für begabte Jugendliche aus ländlichen Regionen. Die BMW Group unterstützt die Begabtenklassen finanziell.

In Brasilien baute das BMW Group Werk in Araquari/BR ein Zentrum auf, in dem Kinder vom ersten Grundschuljahr bis zum dritten Jahr einer weiterführenden Schule begleitend zu ihrem Unterricht an staatlichen Schulen unterstützt werden. Kinder bis zum Alter von neun Jahren erhalten Nachhilfe in Lesen und Schreiben, Kinder ab neun Jahren eine Betreuung in Mathematik. Alle Kinder bekommen drei tägliche Mahlzeiten, und auch Sport, Kultur und Kunst kommen auf dem 1.220 Quadratmeter großen Areal nicht zu kurz. In China läuft seit 2008 das Projekt „JOY home“. Es bietet Kindern in ländlichen Regionen einen Ort, wo sie bei der Schularbeit unterstützt werden und zusätzliche Bildungsangebote wahrnehmen können. Im Jahr 2017 wurde das Angebot um Sportaktivitäten erweitert. Gefördert und finanziert wird das Projekt von BMW Händlern und Kunden vor Ort, von denen sich viele auch als freiwillige Helfer beteiligen.

In Indien unterstützen wir seit 2015 die Non-Profit-Organisation Magic Bus bei dem „Livelihood for Youth“-Programm, das benachteiligten Jugendlichen Zugang zu einer angemessenen Ausbildung verschafft, um ihnen eine höhere Bildung oder Ausbildung zu ermöglichen. In Korea bietet das Mentorenprogramm „Young Engineer Dream“ Unterstützung für benachteiligte Studenten an technischen Hochschulen. BMW Group Techniker aus Betrieben vor Ort unterstützen die Studierenden bei der Ausbildungs- und Karriereplanung.

Auch in Deutschland gibt es Jugendliche, die Schwierigkeiten haben, einen geeigneten Ausbildungsplatz zu finden. Gemeinsam mit der Organisation „JOBLINGE“ unterstützt die BMW Group sie bei ihrer Suche.



Nachhilfe und Sport für Kinder: Joy Home ist ein Projekt des Joint Ventures BMW Brilliance.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

→ 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

Care4Water – Community Engagement

→ **Care4Water** ist eine globale Initiative, die 2015 gemeinsam von BMW Group Financial Services und der Organisation Waves For Water ins Leben gerufen wurde. Ziel ist es, Menschen in Ländern, in denen die BMW Group vertreten ist, Zugang zu sauberem Trinkwasser zu ermöglichen. Mitarbeiter in Brasilien, Indien, Mexiko, Südafrika und Thailand verteilen gemeinsam mit den Experten von Waves for Water Wasserfilter in Gemeinden. Durch einen kontinuierlichen Evaluierungsprozess wird die nachhaltige Verwendung der Filter sichergestellt. Mit dem ehrenamtlichen Einsatz vor Ort und Spenden in Höhe von über 500.000 US-Dollar bis Ende 2017 leisten die BMW Group Mitarbeiter weltweit einen wichtigen Beitrag, um sauberes Trinkwasser für möglichst viele Menschen zugänglich zu machen.



Sauberes Wasser: Mit dem Projekt Care4Water hilft die BMW Group, den Menschen in vielen Ländern der Welt Trinkwasser zur Verfügung zu stellen.

Schüler für nachhaltige Mobilität begeistern

Die Konzeption und Produktion unserer Fahrzeuge wurde in den vergangenen Jahren verstärkt auf das Thema nachhaltige Mobilität ausgerichtet. Um diesen abstrakten Begriff auch den Jüngsten anschaulich zu vermitteln, haben wir den „Junior Campus“ in der BMW Welt in München/DE eröffnet. Dort können Kinder lernen, wie man die physikalischen Kräfte der Natur nutzen kann, um energiesparende und umweltfreundliche Autos zu bauen. Neben Workshops gibt es Fahrparcours, in denen Kinder mit den Verkehrsregeln vertraut gemacht werden. Damit tragen wir zur Sicherheit der jüngsten Verkehrsteilnehmer bei. Das Projekt war in Deutschland so erfolgreich, dass es mittlerweile auch nach Russland und Korea exportiert wurde.

Fahrzeuge und Hochvolt-Trainingsequipment für Forschung und Ausbildung

Die BMW Group engagiert sich seit Jahren in der Nachwuchsförderung durch kostenfreie Fahrzeugüberlassungen für Bildungseinrichtungen im In- und Ausland. Zudem wird seit diesem Jahr ein für die Hochvolt-ausbildung speziell entwickeltes Trainingsequipment angeboten, das in Zusammenarbeit mit der BMW Berufsausbildung an den Standorten München/DE und Dingolfing/DE aufgebaut wird. Damit trägt die BMW Group dazu bei, die Ausbildung und Forschung auf dem neuesten Stand der Technik zu halten sowie die Ausbildung im Bereich Elektromobilität zu fördern.

Weltweit sind über 1.600 Fahrzeuge „im Auftrag der Bildung“ im Einsatz.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

→ 4.4 Gesellschaftliches Engagement

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

BMW Foundation Herbert Quandt: Gesellschaft aktiv mitgestalten

Ein wichtiger Impulsgeber für unsere Aktivitäten ist das Stiftungsengagement der BMW Group. Anlässlich des 100-jährigen Unternehmensbestehens im Jahr 2016 hat die BMW AG dieses Engagement ausgebaut: Die → **BMW Stiftung Herbert Quandt** und die → **Eberhard von Kuenheim Stiftung** der BMW AG bündeln seitdem ihre Aktivitäten, um global noch mehr Wirkung zu entfalten. Die BMW Group hat das Vermögen der BMW Stiftung Herbert Quandt im Jahr 2016 von 50 auf 100 Mio. € verdoppelt und plant, die laufenden Aktivitäten mit jährlichen Spenden zu unterstützen. Um der zunehmend internationalen Ausrichtung der Stiftung Rechnung zu tragen, wurde sie 2017 in BMW Foundation Herbert Quandt umbenannt.

Die Stiftung inspiriert Führungspersonlichkeiten weltweit, ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen und sich als „Responsible Leaders“ für eine friedliche, gerechte und nachhaltige Zukunft einzusetzen. Mit ihren Aktivitäten will sie die Implementierung der Agenda 2030 der Vereinten Nationen unterstützen. Dabei verfolgt sie folgende Schwerpunkte:

- Sie inspiriert Führungspersonlichkeiten dazu, ihr gesellschaftliches und politisches Engagement weiterzuentwickeln
- Sie vernetzt Führungspersonlichkeiten durch ihr globales Responsible-Leaders-Netzwerk, das durch konkretes Handeln positiven Wandel vorantreibt
- Sie investiert in wirkungsorientierte Organisationen und ermutigt Führungspersonlichkeiten, „Venture Philanthropy“ und „Impact Investing“ als effektive Instrumente des gesellschaftlichen Wandels zu nutzen

Ausblick

Genau wie das Unternehmen selbst wird auch das interkulturelle und gesellschaftliche Engagement der BMW Group immer internationaler. Dabei ist es uns wichtig, dass unsere Projekte für die Bedürfnisse vor Ort maßgeschneidert sind. Gleichzeitig sollen die einzelnen Projekte nicht allein für sich stehen. Um die verschiedenen Engagements besser miteinander zu vernetzen, wollen wir 2018 den Austausch zwischen den Projektverantwortlichen in den Märkten durch eine Online-Plattform verstärken.

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

→ **Weiterführende
Kennzahlen**

Fundamente

**Produkte und
Dienstleistungen**

**Produktion
und Wertschöpfung**

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

Anhang

WEITERFÜHRENDE KENNZAHLEN

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

→ Fundamente

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

Mitarbeiter und Gesellschaft

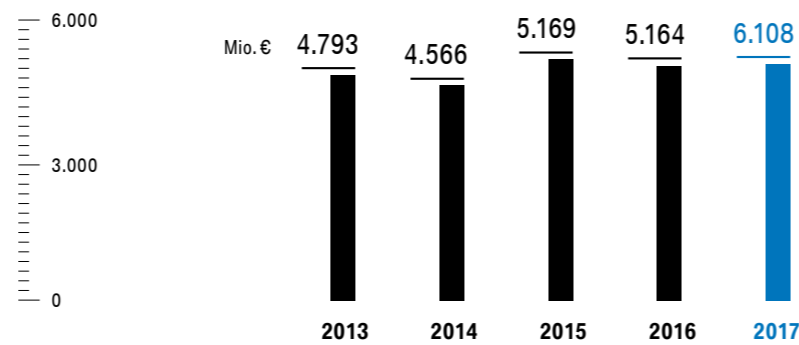
Anhang

Weiterführende Kennzahlen:
Fundamente

Forschungs- und Entwicklungsleistungen

→ T 1.03

in Mio. €

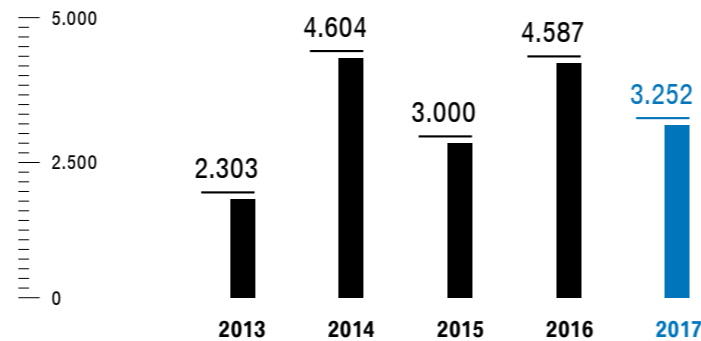


Im Berichtsjahr lagen die Forschungs- und Entwicklungsleistungen vor allem für Projekte zur Zukunftssicherung mit 6.108 Mio. € deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2016: 5.164 Mio. €). Auch die Forschungs- und Entwicklungsquote lag mit 6,2 (2016: 6,5) deutlich über dem Niveau des Vorjahres.

Rückstellungen für Pensionen

→ T 1.05

in Mio. €



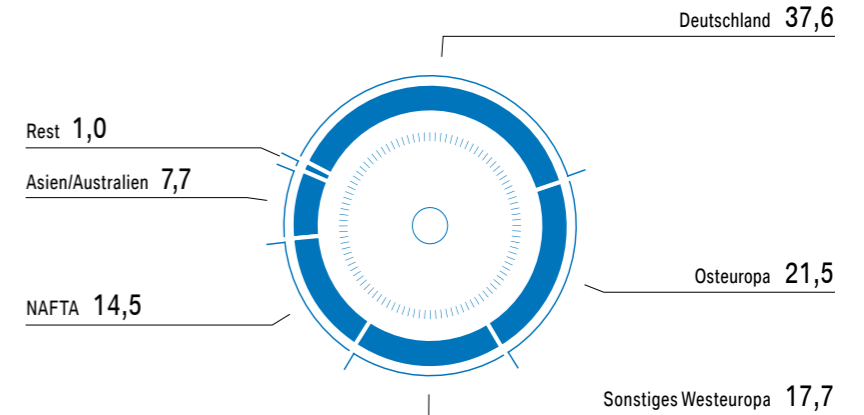
Die zugesagten Leistungen werden größtenteils durch fondsgedeckte Versorgungssysteme sowie durch Rückstellungen vollständig abgedeckt. 2017 ist das Fondsvermögen auf 19.477 Mio. € (2016: 18.315 Mio. €) gestiegen. Die Pensionsrückstellungen sind auf 3.252 Mio. € deutlich gesunken (2016: 4.587 Mio. €), im Wesentlichen aufgrund von Gewinnen aus Planvermögen. Das Fondsvermögen der BMW Group wird rechtlich getrennt vom Unternehmensvermögen in Treuhandlösungen verwaltet.

→ GRI 201-1, GRI 201-3

Regionale Verteilung des Einkaufsvolumens der BMW Group im Jahr 2017

→ T 1.04

in %, Basis: Produktionsmaterial



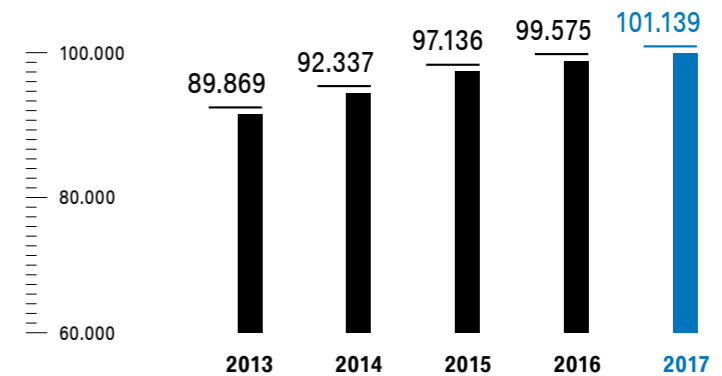
Die globale Verteilung des Einkaufsvolumens für Produktionsmaterial und Rohstoffe korreliert weiterhin eng mit den globalen Produktionsvolumina, wobei der Wachstumsschwerpunkt modellzyklusbedingt 2017 in Europa lag, während das Einkaufsvolumen in NAFTA aufgrund von Modellwechseln und Wechselkurseffekten leicht zurück ging.

→ GRI 102-9

Personalaufwand der BMW Group je Mitarbeiter¹

→ T 1.06

in €



¹ Werte ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Freizeitphase der Alterszeitzeit, ohne Geringverdiener, ohne Auszubildende und Studenten

Einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg leistet ein wettbewerbsfähiger Personalaufwand. Neben der Kostenorientierung wird dabei auch das Ziel einer erhöhten Effizienz im gesamten Unternehmen verfolgt. Die hohe Motivation der Mitarbeiter und die Mitarbeiterorientierung des Unternehmens werden unterstützt durch Gegenleistungen des Unternehmens, die individuell, leistungs- und erfolgsorientiert gestaltet sind.

→ GRI 201-1

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

→ Fundamente

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

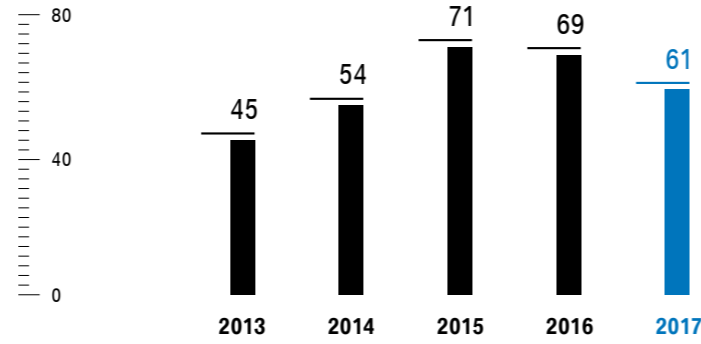
Mitarbeiter und Gesellschaft

Anhang

Zuwendungen der öffentlichen Hand: öffentliche Beihilfen in Form von geringeren Substanz- und Verbrauchsteuern

→ T 1.07

in Mio. €



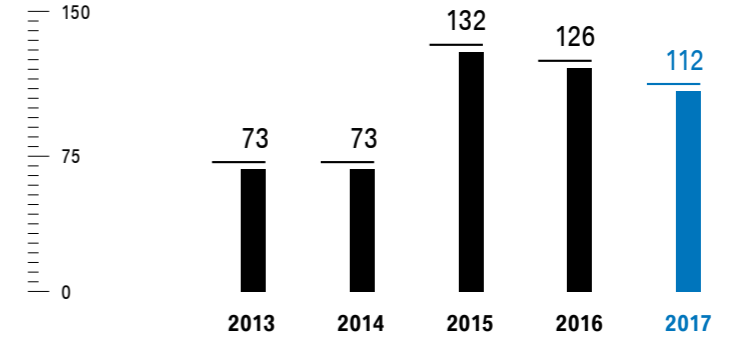
Die Zuwendungen der öffentlichen Hand setzten sich 2017 wie bereits in den letzten Jahren aus zwei Bestandteilen zusammen. Zum einen wurden die Herstellungskosten durch öffentliche Beihilfen in Form von geringeren Substanz- und Verbrauchsteuern in Höhe von 61 Mio. € (2016: 69 Mio. €) gemindert. Zum anderen beinhalten die sonstigen betrieblichen Erträge der BMW Group auch erfolgsbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand in Höhe von 112 Mio. € (2016: 126 Mio. €).

→ GRI 201-4

Zuwendungen der öffentlichen Hand: erfolgsbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand

→ T 1.08

in Mio. €



→ GRI 201-4

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

→ Fundamente

Produkte und
DienstleistungenProduktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Automobilproduktion der BMW Group nach Werken

→ T 1.09

	2016	2017	Veränderung in %	Anteil an Produktion in %
Dingolfing, DE	339.769	376.580	10,8	15,0
Spartanburg, US	411.171	371.316	-9,7	14,8
Regensburg, DE	346.291	338.259	-2,3	13,5
Leipzig, DE	246.550	246.043	-0,2	9,8
München, DE	216.769	196.455	-9,4	7,9
Tiexi ¹ , CN	161.901	269.309	66,3	10,8
Dadong ¹ , CN	143.825	127.440	-11,4	5,1
Oxford, UK	210.971	223.817	6,1	8,9
Rossllyn, ZA	63.117	53.105	-15,9	2,1
Rayong, TH	17.844	21.084	18,2	0,9
Araquari, BR	15.408	12.768	-17,1	0,5
Chennai, IN	8.568	8.952	4,5	0,4
Goodwood, UK	4.179	3.308	-20,8	0,1
Graz (Magna Steyr) ² , AT	53.528	50.272	-6,1	2,0
Born (VDL Nedcar bv) ² , NL	87.609	168.969	92,9	6,7
Partnerwerke (Jakarta, Kairo, Kaliningrad, Kulim)	32.256	38.064	18,0	1,5

¹ Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang/CN² Auftragsfertigung

→ GRI 102-7

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

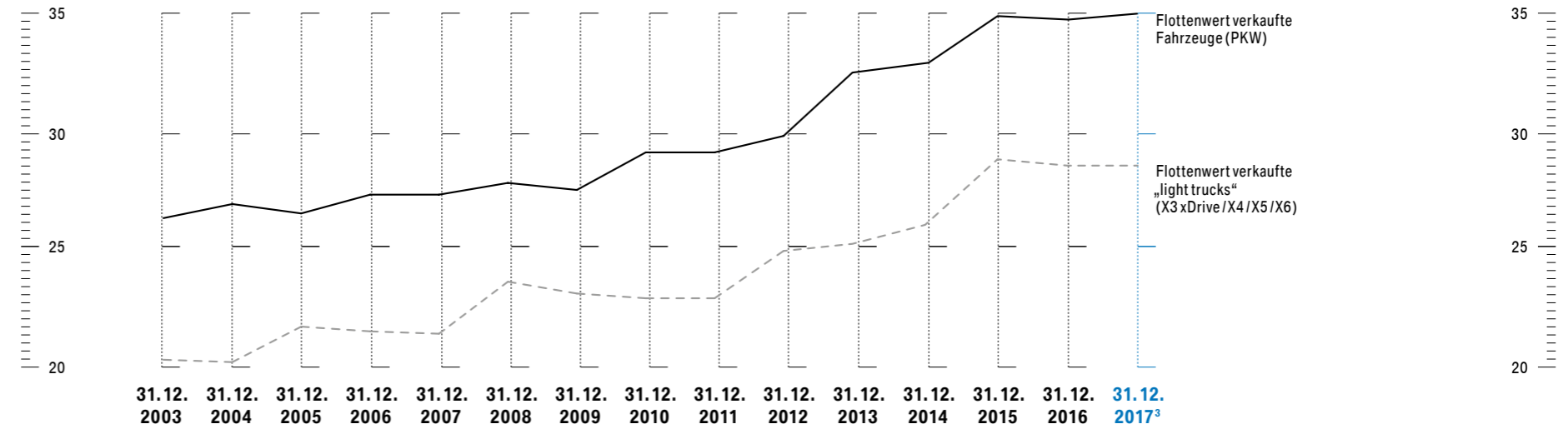
Fundamente

→ Produkte und
DienstleistungenProduktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Weiterführende Kennzahlen:
Produkte und DienstleistungenFlottenverbrauch der in den USA verkauften Fahrzeuge der BMW Group (CAFE-Werte¹)

→ T2.03

in mpg²¹ CAFE: Corporate Average Fuel Economy² mpg: miles per gallon³ BMW Group Forecast, noch nicht durch die National Highway Traffic Safety Administration NHTSA offiziell bestätigt

Die EfficientDynamics Strategie der BMW Group zielt darauf ab, Technologien zur Verbrauchsreduktion schnellstmöglich allen Kunden weltweit zugänglich zu machen. So sind die EfficientDynamics Maßnahmen Teil der Serienausstattung. Der leichte Rückgang begründet sich wesentlich mit den gesunkenen Kraftstoffpreisen und den damit zusammenhängenden Veränderungen in der Kundennachfrage hin zu größeren Modellen bzw. höheren Motorisierungen.

→ GRI 302-5

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Fundamente**Produkte und
Dienstleistungen**

→ **Produktion
und Wertschöpfung**

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

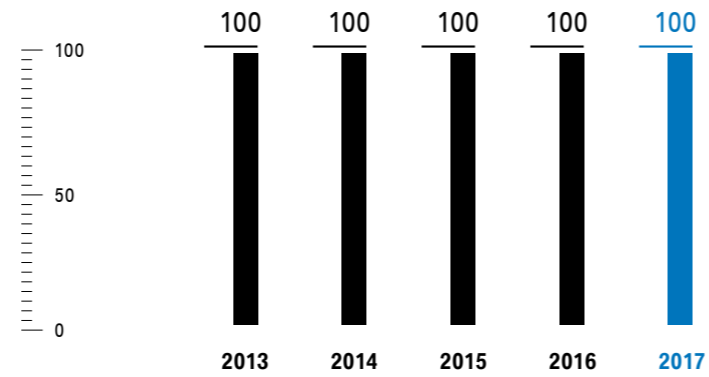
Anhang

**Weiterführende Kennzahlen:
Produktion und Wertschöpfung**

Abdeckungsgrad der Produktions- und Entwicklungsstandorte mit Qualitätsmanagementsystem

→ T3.10

in % der Belegschaft der Produktions- und Entwicklungsstandorte



Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Fundamente

Produkte und
Dienstleistungen→ Produktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Energieverbrauch im Detail

→ T3.11

in MWh	2013	2014	2015 ¹	2016 ¹	2017 ^{1,2}
ENERGIEVERBRAUCH GESAMT (OBERER HEIZWERT BEI FOSSILEN ENERGIETRÄGERN)					
Energieverbrauch gesamt	4.721.174	4.867.094	5.479.002	5.783.841	5.852.666
davon Fahrzeugproduktion	4.721.174	4.867.094	5.054.722	5.328.856	5.362.618
davon Motorradproduktion	—	—	80.535	85.559	95.493
davon Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE	—	—	343.745	369.426	394.555
ENERGIEVERBRAUCH IM DETAIL (OBERER HEIZWERT BEI FOSSILEN ENERGIETRÄGERN)					
Strom (fremd)	1.910.065	2.141.222	2.485.881	2.584.570	2.588.409
Fernwärme	316.532	281.216	366.593	381.340	408.735
Fernkälte in MWh	—	—	1.002	1.084	1.095
FOSSILE ENERGIETRÄGER					
Heizöl	14.023	7.459	4.829 ³	3.698 ³	4.450
Erdgas	2.165.362	2.198.202	2.393.723	2.575.089	2.624.557
davon KWK-Verluste	191.840	210.740	214.569	245.899	258.380
NICHT FOSSILE ENERGIETRÄGER					
Biogas (Deponiegas)	315.192	238.654	226.146	237.446	224.819
davon KWK-Verluste	94.486	73.638	98.670	108.536	84.166
Holzpellets	—	—	430	220	220
REGENERATIVE ENERGIETRÄGER					
Sonnenenergie (Fotovoltaik)	142	341	397 ³	394 ³	381

¹ Zur weiteren Steigerung der Transparenz wurden 2015 die Energieverbräuche der Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung in München/DE sowie des Motorradwerks in Berlin/DE aufgenommen.

² seit 2017 inkl. Motorradproduktion Manaus (Brasilien) und Rayong (Thailand) sowie Zentralbereiche in Tiexi (China)

³ Korrektur aufgrund geänderter Allokation

2017 konnten wir den Energieverbrauch unserer Fahrzeugproduktion mit 2,17 MWh je produziertes Fahrzeug gegenüber dem Vorjahr trotz teilweisem Parallelbetrieb von neuen hocheffizienten Werken und Produktionsanlagen um 1,8 % senken. Wesentliche Gründe hierfür waren das Abschalten von zwei älteren Produktionsanlagen bzw. die Inbetriebnahme neuer Produktionsanlagen und die schnelle Überführung in einen effizienten Regelbetrieb in Shenyang/CN. Darüber hinaus konnten wir auch den flächendeckenden Austausch der Beleuchtung durch LED in unserer Produktion größtenteils abschließen.

→ GRI 302-1

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Fundamente

Produkte und
Dienstleistungen→ Produktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Umweltzertifizierungen der BMW Group Produktionsstandorte

→ T3.12

Produktionsstandort	Umweltmanagementsystem	Datum der letzten ISO-14001-Zertifizierung
Werk Berlin, DE	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Werk Dingolfing, DE	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Werk Eisenach, DE	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Werk Goodwood, UK	ISO 14001	Januar 2018 ²
Werk Hams Hall, UK	ISO 14001	Januar 2018 ²
Werk Landshut, DE	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Werk Leipzig, DE	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Werk München, DE	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Werk Oxford, UK	ISO 14001	Januar 2018 ²
Werk Regensburg, DE	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Werk Rosslyn, ZA	ISO 14001	Januar 2018 ²
Werk Spartanburg, US	ISO 14001	Januar 2018 ²
Werk Steyr, AT	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Werk Swindon, UK	ISO 14001	Januar 2018 ²
Werk Wackersdorf, DE	ISO 14001/ EMAS	Januar 2018 ²
Fertigung Araquari, BR	ISO 14001	Januar 2018 ²
Fertigung Chennai, IN	ISO 14001	Januar 2018 ²
Fertigung Jakarta, ID (Fremdfertigung)	ISO 14001	Mai 2016
Fertigung Kairo, EG (Fremdfertigung)	ISO 14001	August 2017
Fertigung Kaliningrad, RU (Fremdfertigung)	ISO 14001	August 2017
Fertigung Kulim, MY (Fremdfertigung)	ISO 14001	November 2016
Fertigung Manaus, BRw	Nationaler Standard ¹	Umgesetzt
Fertigung Rayong, TH	ISO 14001	Januar 2018 ²
BMW Brilliance Automotive, Shenyang, CN (Joint Venture)	ISO 14001	Mai 2017
SGL Automotive Moses Lake, US (Joint Venture)	ISO 14001	März 2015
SGL Automotive Wackersdorf, DE (Joint Venture)	ISO 14001	März 2015
Magna Steyr Fahrzeugtechnik Graz, AT (Auftragsfertigung)	ISO 14001/ EMAS	Juli 2015
TVS Motor Company Hosur, IN (Auftragsfertigung)	ISO 14001 ¹	Januar 2017
VDL Nedcar, Born, NL (Auftragsfertigung)	ISO 14001	Oktober 2017

¹ Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben² Zertifizierung erfolgt in 2017

Umweltmanagementsysteme sind an sämtlichen Produktionsstandorten der BMW Group weltweit sowie in den zentralen Planungsabteilungen etabliert. Bis auf den Standort Manaus sind die Systeme nach der DIN ISO-Norm 14001:2015 zertifiziert, die deutschen und österreichischen Werke zusätzlich nach dem europäischen Umweltmanagementstandard EMAS von externen Prüfern validiert. Für Manaus ist eine Zertifizierung in 2019 geplant.

Die BMW Group Zertifizierung erfolgte in 2017 nach der DIN ISO 14001:2015. Der Anwendungsbereich des zertifizierten Umweltmanagementsystems wurde hierbei um das Entwicklungsressort erweitert.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Fundamente

Produkte und Dienstleistungen

→ Produktion und Wertschöpfung

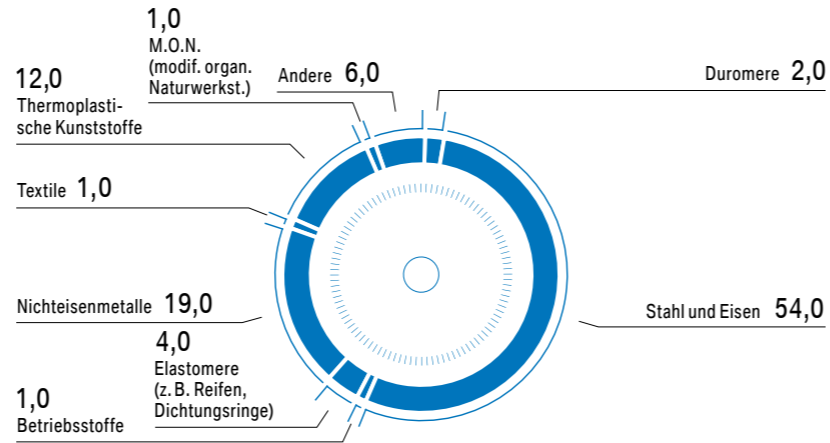
Mitarbeiter und Gesellschaft

Anhang

Durchschnittliche Verteilung der Materialien in Fahrzeugen der BMW Group¹

→ T3.13

in %



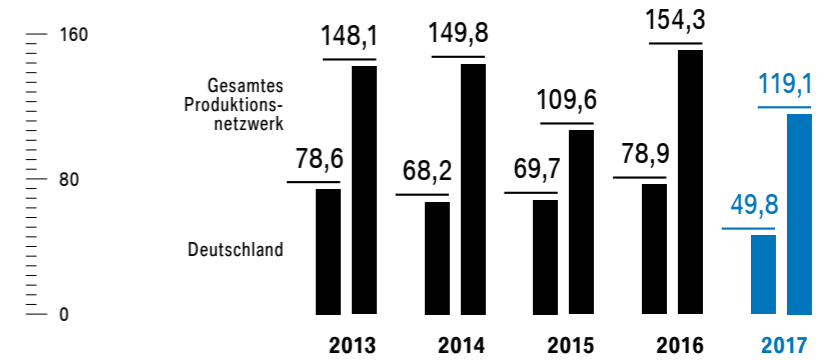
¹ Berechnung repräsentativer Fahrzeuge enthält: BMW 1er, BMW 3er, BMW 5er, BMW 7er, BMW X1, BMW X5, MINI Hatchback, MINI Countryman, RR, i3, i8.

→ GRI 301-1

Umweltschutzinvestitionen¹

→ T3.14

in Mio. €



¹ Berechnung der integrierten Umweltschutzinvestitionen der BMW Group Produktionsstandorte gemäß VDA-Schlüssel

Die Umweltschutzinvestitionen der BMW Group im Berichtsjahr sind mit insgesamt 119 Mio. € im Vergleich zu 2016 (2016: 154 Mio. €) gesunken. Hauptursache war, dass die umweltschutzrelevanten Investitionen in den Lackierereien im Berichtsjahr gegenüber den Vorjahren zurückging. Darüber hinaus war eine Folge unseres Umweltmanagements, dass es im Berichtsjahr im gesamten Produktionsnetzwerk keine signifikanten Umweltvorfälle gab. Insbesondere mussten keine Strafzahlungen geleistet werden.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Fundamente

Produkte und Dienstleistungen

→ Produktion und Wertschöpfung

Mitarbeiter und Gesellschaft

Anhang

Input-Output-Bilanz 2017 der BMW Group Automobilproduktion

→ T 3.15

INPUT

Wasser ¹	5.073.220 m ³
Energie ¹	5.362.618 MWh

OUTPUT

Abfall gesamt ¹	785.209 t
davon recyclingfähig	776.179 t
davon zur Beseitigung	9.031 t
Abwasser gesamt ¹	3.633.306 m ³
CO ₂ -Emissionen ^{1,3}	989.111 t
Flüchtige org. Lösungsmittel (VOC) ^{1,2}	2.358 t
NO _x ^{1,2}	642 t
CO ^{1,2}	448 t
SO ₂ ^{1,2}	10 t
Partikel, Staub ^{1,2}	71 t

¹ inkl. BMW Brilliance (China), exklusive Auftragsfertigung

² BMW Group Messungen/Erfassung sowie Berechnung aus den Energieverbräuchen (primär Heizöl und Gas) mithilfe der VDA-Emissionsfaktoren

³ berechnet mit aktualisierten Emissionsfaktoren

Die Anzahl produzierter Fahrzeuge stieg im Berichtsjahr um 6,2 % auf 2.505.741 Fahrzeuge an (inkl. BMW Brilliance). Bei einem durchschnittlichen Gewicht der Fahrzeuge der BMW Group von rund 1.600 kg folgt ein Gesamtgewicht an Input-Materialien von rund 4 Mio. t. Multipliziert man das Gesamtgewicht mit der durchschnittliche Verteilung der Materialien in Fahrzeugen der BMW Group (siehe T 3.13) ergeben sich die einzelnen Materialströme. Als wesentlicher Trend setzt sich im Vergleich zu 2016 aufgrund von Leichtbaumaßnahmen die Verschiebung von Stahl zu Aluminium fort. Der Anteil von Aluminium an der durchschnittlichen Verteilung der Materialien in den Fahrzeugen der BMW Group erhöht sich auf 19 % (2016: 18 %).

Unser Ziel ist die Erhöhung des Einsatzes von Sekundärrohstoffen in unseren Fahrzeugen. Generell enthalten unsere Fahrzeuge durchschnittlich industrietypische Sekundär-Rohstoffanteile. Für ausgewählte Materialien und Bauteile gestalten wir unsere Lieferketten und Materialkreisläufe durch „Life Cycle Engineering“ bereits in der Fahrzeugentwicklung. Es bestehen bis zu 20% der thermoplastischen Werkstoffe in unseren Fahrzeugen aus Rezyklaten. Die thermoplastischen Werkstoffe machen dabei durchschnittlich 12 % des Fahrzeuggewichts aus. In hochfesten Aluminiumussteilen setzen wir bis zu 50 % Sekundäraluminium ein.

Weiterhin konnten im Berichtsjahr die Effizienzkennzahlen Energie-/Wasserverbrauch, Prozessabwasser, Abfall zur Beseitigung, VOC- sowie CO₂-Emissionen pro Fahrzeug verglichen mit 2016 im Durchschnitt um 5,3 % verbessert werden.

→ GRI 301-1, GRI 302-1, GRI 305-1, GRI 305-7

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Fundamente

Produkte und
Dienstleistungen→ Produktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Wasserverbrauch¹

→ T3.16

	2013	2014	2015	2016	2017
Wasserverbrauch in m ³	4.105.937	4.434.595	4.819.684	5.017.816	5.073.220
davon Trinkwasser in %	86	87	86	87,1	88,0
davon Grundwasser in %	14	13	14	12,5	11,7
davon Oberflächenwasser in %	0	0	0	0,5	0,3
davon Regenwasser in %	0	0	0	0	0,0

¹ Die Kennzahlen beziehen sich auf die Produktionsstandorte der BMW Group inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang/CN.

Der absolute Wasserverbrauch ist 2017 im Vergleich zu 2016, verglichen mit dem Produktionsanstieg (2,7 %), unterproportional um 1,1 % angestiegen. Der Wasserverbrauch je produziertem Fahrzeug liegt mit 2,22m³ (2016: 2,25m³) knapp 2 % unter dem Vorjahresniveau. Im Berichtszeitraum gab es keine Entnahmen aus empfindlichen Gewässern (Wasser aus Naturschutzgebieten), was auch in der Zukunft nicht vorgesehen ist.

Abwasser¹

→ T3.17

	2013	2014	2015	2016	2017
Abwasser gesamt in m ³	2.825.825	2.965.615	3.108.587	3.312.562	3.633.306
davon Prozessabwasser in m ³	882.978	949.601	960.234	944.008	914.016
davon Sanitärabwasser in m ³	1.942.847	2.016.015	2.148.353	2.368.554	2.719.290
Summe Schwermetalle und Schwermetallverbindungen in kg	465	492	502	742	406
CSB ² in kg	1.770.577	2.081.473	2.152.073	2.085.398	2.273.678
AOX ³ in kg	79	74	87	131	101

¹ Die Kennzahl „Prozessabwasser“ wird nach der Abwasserbehandlung in den Werken der BMW Group gemessen (inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang/CN). Zusammen mit dem Abwasser aus dem Sanitärbereich der Werksstandorte ergibt sich der Wert Abwasser gesamt. Unter anderem durch Verdunstungen entspricht der Wasser-Input nicht dem Abwasser gesamt.

² CSB = chemischer Sauerstoffbedarf

³ AOX = adsorbierbare organische Halogenverbindungen im Wasser

Ins Abwasser sollen nur so viele Stoffe eingebracht werden, wie die natürlichen Abbaukräfte bewältigen können. Für sämtliche Produktionsstätten gelten BMW spezifische Abwassernormen, die zum Teil über die vor Ort gültigen Regularien hinausgehen.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Fundamente

Produkte und
Dienstleistungen→ Produktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Abfallzahlen¹

→ T3.18

in t	2013	2014	2015	2016	2017
Abfall gesamt	680.299	727.079	754.747	762.924	785.209
Gefährlicher Abfall zur Verwertung	21.884	28.503	31.099	30.855	36.379
Gefährlicher Abfall zur Beseitigung	7.668	7.439	5.483	4.219	4.992
Nicht gefährlicher Abfall zur Verwertung	647.725	688.237	714.887	723.632	739.799
Nicht gefährlicher Abfall zur Beseitigung	3.022	2.900	3.278	3.732	4.039
Abfall zur Verwertung	669.609	716.740	745.986	754.486	776.179
Metalle zum Recycling (Schrott)	500.589	525.812	569.959	569.841	571.685
Abfall zur Beseitigung	10.690	10.339	8.761	7.951	9.031

¹ Die Kennzahlen beziehen sich auf die Produktionsstandorte der BMW Group inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang/CN.

Der Abfall aus der Produktion, der nicht zu verwerten ist, ist im Jahr 2017 auf 3,85 kg je produziertes Fahrzeug gestiegen. Das entspricht einer Erhöhung von 0,34 kg/Fahrzeug im Vergleich zu 2016 (3,51 kg pro Fahrzeug).

Mitarbeiterverkehr der BMW AG¹

→ T3.19

	2014		2015		2016		2017 ²	
	in %	in t CO ₂	in %	in t CO ₂	in %	in t CO ₂	in %	in t CO ₂
PKW	51	60.009	52	65.922	53	70.953	51	69.311
Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV)	16	3.461	16	3.750	16	4.169	19	5.034
Werksbus	26	14.244	25	14.552	24	12.950	23	12.571
Fahrrad/zu Fuß	7	0	7	0	7	0	7	0
Summe	100	77.714	100	84.225	100	88.072	100	86.916

¹ Zentrale inklusive Forschungs- und Innovationszentrum München/DE, Werke München/DE, Dingolfing/DE, Regensburg/DE, Landshut/DE, Leipzig/DE und Berlin/DE

² Erfassung von 62 % der Mitarbeiter der BMW Group bzw. 92 % der Mitarbeiter in Deutschland

Der Gesamtausstoß an CO₂-Emissionen ist um 1,3 % gesunken und die CO₂-Emissionen im gesamten Durchschnitt pro Mitarbeiter und Arbeitstag liegen mit 4,49 kg/Mitarbeiter/Tag unter dem Vorjahresniveau (2016: 4,63). Begründet ist dies durch eine höhere Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel am größten Standort München.

→ GRI 305-3

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Fundamente

Produkte und
Dienstleistungen→ Produktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Logistik: Verkehrsträger und CO₂-Emissionen¹

→ T3.20

	2013	2014	2015	2016	2017					
INBOUND (MATERIALVERSORGUNG WERKE UND ERSATZTEILANLIEFERUNG)										
Transportleistung in Mio. tkm	11.560	12.682	13.822	15.202	14.338					
CO ₂ -Emissionen in t	580.616	630.215	467.023	506.604	513.940					
OUTBOUND (DISTRIBUTION FAHRZEUGE UND ERSATZTEILE)										
Transportleistung in Mio. tkm	22.226	24.537	25.584	25.006	25.881					
CO ₂ -Emissionen in t	803.158	888.089	935.059	920.795	959.147					
GESAMT (INBOUND UND OUTBOUND)										
Transportleistung in Mio. tkm	33.786	37.219	39.406	40.208	40.219					
CO ₂ -Emissionen in t	1.383.774	1.518.304	1.402.082	1.427.399	1.473.087					
PROZENTUALER ANTEIL VERKEHRSTRÄGER AN GESAMT (INBOUND UND OUTBOUND) BZGL. TRANSPORTLEISTUNG UND CO₂-EMISSIONEN										
	tkm	g CO₂	tkm	g CO₂	tkm	g CO₂	tkm	g CO₂	tkm	g CO₂
See	78,9	51,6	77,8	50,1	78,9	57,0	77,7	55,0	75,8	53,7
Straße	12,4	23,1	13,5	24,3	13,5	27,8	14,9	30,8	17,2	32,2
Bahn	7,5	3,8	7,3	2,7	7,0	3,2	6,9	3,1	6,4	2,5
Luft	1,2	21,5	1,4	22,9	0,6	12,0	0,5	11,1	0,6	11,6

¹ Zahlen beziehen sich auf BMW und MINI, ohne Rolls-Royce Automobile. Berechnung der CO₂-Emissionen gemäß DIN EN 16258. Betrachtungsumfang: Inbound-Umfänge (Materialversorgung Werke und Ersatzteillieferung) für BMW und MINI Fahrzeugwerke weltweit sowie für die Anlieferung von Ersatzteilen an die Zentrale Teileauslieferung. Outbound-Umfänge (Distribution Fahrzeuge und Ersatzteile) bis zu den Verteilungszentren in den Märkten weltweit und für bestimmte Märkte bis zum Handel.

Während die Anzahl der produzierten Fahrzeuge der Marken BMW und MINI gegenüber Vorjahr um über 6 % gestiegen ist, sind die CO₂-Emissionen unterproportional gestiegen (3,2 %). Bezogen auf die Anzahl der Fahrzeuge sanken die CO₂-Emissionen pro Einheit um ca. 2,9 %. Die Transportleistung konnte gegenüber dem Vorjahr auf konstantem Niveau gehalten werden. Dies kann hauptsächlich auf Maßnahmen zur Reduktion der Entfernungen bei der Materialversorgung der Werke, wie z. B. die Eröffnung eines Motorenwerkes in China in direkter Nähe der Fahrzeugwerke, zurückgeführt werden. Dadurch ergaben sich auch leichte Verschiebungen bei den Anteilen der Verkehrsträger an Transportleistung und CO₂-Emissionen.

→ GRI 305-3

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Fundamente

Produkte und
DienstleistungenProduktion
und Wertschöpfung→ Mitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Weiterführende Kennzahlen:
Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme der BMW Group Produktionsstandorte

→ T 4.15

Werke Zertifizierungen Arbeitssicherheit	Arbeitssicherheitsmanagementsystem	Datum der letzten Zertifizierung
Werk Berlin, DE	OHSAS 18001	Dezember 2017
Werk Dingolfing, DE	OHRIS	Mai 2015
Werk Eisenach, DE	OHSAS 18001	September 2015
Werk Goodwood, UK	OHSAS 18001	September 2015
Werk Hams Hall, UK	OHSAS 18001	Januar 2017
Werk Landshut, DE	OHRIS	Oktober 2015
Werk Leipzig, DE	OHRIS	März 2016
Werk München, DE	OHRIS	August 2015
Werk Oxford, UK	OHSAS 18001	Dezember 2015
Werk Regensburg, DE	OHRIS	Juli 2015
Werk Rosslyn, ZA	OHSAS 18001	Dezember 2017
Werk Spartanburg, US	OHSAS 18001	April 2016
Werk Steyr, AT	OHSAS 18001	Januar 2016
Werk Swindon, UK	OHSAS 18001	Dezember 2015
Werk Wackersdorf, DE	OHRIS	Juli 2015
Fertigung Araquari, BR	OHSAS 18001	Dezember 2016
Fertigung Chennai, IN	OHSAS 18001	Januar 2016
Fertigung Jakarta, ID (Fremdfertigung)	OHSAS 18001	Januar 2014
Fertigung Kairo, EG (Fremdfertigung)	OHSAS 18001	August 2017
Fertigung Kaliningrad, RU (Fremdfertigung)	Nationaler Standard ¹	Eingeführt
Fertigung Kulim, MY (Fremdfertigung)	OHSAS 18001	Dezember 2015
Fertigung Manaus, BR	Nationaler Standard ¹	Eingeführt
Fertigung Rayong, TH	OHSAS 18001	Januar 2016
BMW Brilliance Automotive, Shenyang, CN (Joint Venture)	OHSAS 18001	Dezember 2016
SGL Automotive Moses Lake, US (Joint Venture)	OHSAS 18001	Dezember 2015
SGL Automotive Wackersdorf, DE (Joint Venture)	OHSAS 18001	Dezember 2015
Magna Steyr Fahrzeugtechnik Graz, AT (Auftragsfertigung)	OHSAS 18001	Juli 2015
TVS Motor Company Hosur, IN (Auftragsfertigung)	OHSAS 18001	Januar 2017
VDL Nedcar, Born, NL (Auftragsfertigung)	Nationaler Standard ¹	Eingeführt

¹ Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben

Die BMW Group, einschließlich aller Auftrags- und Fremdfertiger, verfügt aktuell an 28 der 31 Produktionsstandorte über zertifizierte Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme nach OHRIS und OHSAS und an 3 weiteren Standorten über entsprechende Systeme nach nationalen Standards.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Fundamente

Produkte und
DienstleistungenProduktion
und Wertschöpfung→ Mitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Arbeitssicherheit in der BMW Group

→ T4.16

Rate/Anzahl Teilnehmer/Anzahl	2013	2014	2015	2016	2017
Unfallhäufigkeitsrate ¹ BMW Group	4,8	5,1 ³	4,4 ⁴	4,0 ⁵	3,6 ⁵
Sicherheitsschulungen Berufsgenossenschaft (nur BMW AG)	2.387	2.750	1.809	1.327	1.275
Web-Based Training im Bereich Arbeitssicherheit BMW Group ⁶	15.902	17.180	23.548	25.811	71.237
Weitere Schulungen im Bereich Arbeitssicherheit BMW Group	10.892	10.984	17.536	31.212	27.838
Mitarbeiter der BMW Group (Anzahl) ⁶	9.611	6.941	13.635	22.607	20.609
Mitarbeiter Fremdfirmen (Anzahl)	1.281	4.043	3.901	8.605	7.229
Gefährdungsbeurteilungen ² BMW Group	26.462	27.300	69.887	78.201	102.930

¹ Zahl der Betriebsunfälle mit mind. 1 Ausfalltag je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden² Anzahl der sicherheitstechnischen Beurteilungen von Arbeitsplätzen einschließlich möglicher ergonomischer und gesundheitlicher Belastungen. Zahlen sind kumuliert und beziehen sich auf die BMW Group. Zahlen ab 2015 nicht direkt mit den Vorjahren vergleichbar: Dargestellt ist die Summe aus den bisher erfassten sicherheitstechnischen Beurteilungen von Arbeitsplätzen im taktgebundenen Produktionsbereich (2017: 53.357) sowie aus den erstmals erfassten Gefährdungsbeurteilungen in nicht taktgebundenen Bereichen (2017: 49.573).³ Zahl mit den Vorjahren nicht direkt vergleichbar aufgrund von Scope-Erweiterung um die deutschen Niederlassungen. Ca. 88 der BMW Group Mitarbeiter erfasst⁴ Zahl nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar aufgrund von Scope-Erweiterung um die Werke in Brasilien, Thailand und Indien. Ca. 90 der BMW Group Mitarbeiter erfasst⁵ Zahl nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar aufgrund von Scope-Erweiterung auf 100 aller unter Berücksichtigung von Datenschutz erfassbaren Mitarbeiter der BMW Group⁶ inklusive Zeitarbeitnehmern

Die Unfallhäufigkeitsrate von BMW Group ist 2017 um 10 % relativ zu 2016 gesunken. Neben der ständigen Verbesserung der Arbeitssicherheitsmanagementsysteme sind gezielte Sicherheitsschulungen sowie eine kontinuierliche Verbesserung der sicherheitstechnischen Bedingungen an den Arbeitsplätzen ursächlich hierfür.

Neben den Berufsgenossenschaftsschulungen wird eine Vielzahl von internen Schulungen durchgeführt, die seit 2011 erfasst werden. Insgesamt nahmen im Geschäftsjahr 2017 27.838 Mitarbeiter der BMW Group sowie Mitarbeiter von Fremdfirmen an internen Sicherheitsschulungen teil. Daneben wurden bei der BMW Group 6.658 Ersthelfer geschult.

→ GRI 403-2

Mitarbeiter in der BMW Group

→ T4.17

	2013	2014	2015	2016	2017
Personalstand nach Segmenten					
Automobile	100.682	106.064	111.410	112.869	117.664
Motorräder	2.726	2.894	3.021	3.351	3.506
Finanzdienstleistungen	6.823	7.245	7.697	8.394	8.645
Sonstige	120	121	116	115	117
Anteil Mitarbeiter mit befristeten Verträgen ¹ in %	3,9	4,2	4,7	3,7	3,8

¹ ohne Auszubildende, Praktikanten und Diplomanden

→ GRI 102-8

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Fundamente

Produkte und
DienstleistungenProduktion
und Wertschöpfung→ Mitarbeiter
und Gesellschaft

Anhang

Unfallhäufigkeitsrate der BMW Group
nach Ländern¹

→ T4.18

je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden	Unfallhäufigkeit
Australien	0,7
Belgien	4,6
Brasilien	0,4
Bulgarien	0,0
China	0,0
Dänemark	0,0
Deutschland	4,3
Finnland	0,0
Frankreich	4,2
Griechenland	0,0
Großbritannien	1,5
Indien	0,0
Indonesien	0,0
Irland	0,0
Italien	7,2
Japan	0,6
Kanada	0,0
Malaysia	0,0
Mexiko	0,0
Neuseeland	0,0
Niederlande	0,0
Norwegen	0,0
Österreich	7,0
Polen	0,0
Portugal	0,0
Rumänien	0,0
Russland	0,0
Schweden	2,2
Schweiz	0,0
Singapur	0,0
Slowakei	0,0
Slowenien	0,0
Spanien	5,7
Südafrika	1,5
Südkorea	0,0
Thailand	0,0
Tschechien	0,0
Ungarn	0,0
USA	2,5
Vereinigte Arabische Emirate	0,0

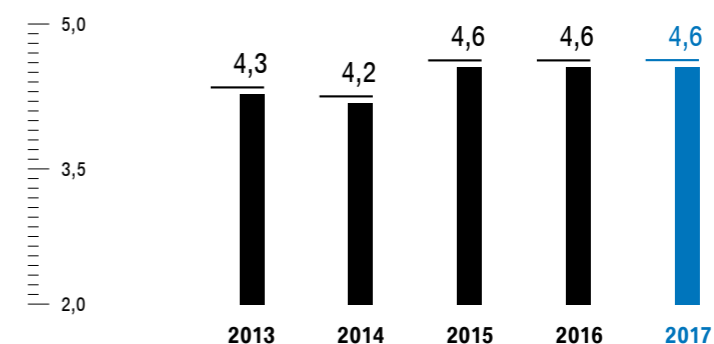
¹ Gemeldete Betriebsunfälle mit mindestens 1 Ausfalltag je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden

→ GRI 403-2

Krankenquote der BMW AG

→ T4.19

in %



→ GRI 403-2

Zielwert des Anteils leistungsbezogener Vergütung
am Gehalt nach Mitarbeiterkategorie der BMW AG¹

→ T4.20

in % je nach Gehaltsgruppe	2015	2016	2017
Oberes Management	52–71	52–72	51–69
Mittleres Management	37–41	37–40	37–40
Unteres Management	9	9	9

¹ Die leistungsbezogene Vergütung setzt sich aus einem persönlichen Bonus und einem Unternehmensbonus zusammen. Die Auszahlungshöhe des persönlichen Bonus ist abhängig von der erbrachten persönlichen Leistung sowie der individuellen Zielerreichung. Die Höhe des Unternehmensbonus ist abhängig vom Unternehmenserfolg. Mit steigender Unternehmensverantwortung steigt der variable Anteil der Vergütung.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Fundamente

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

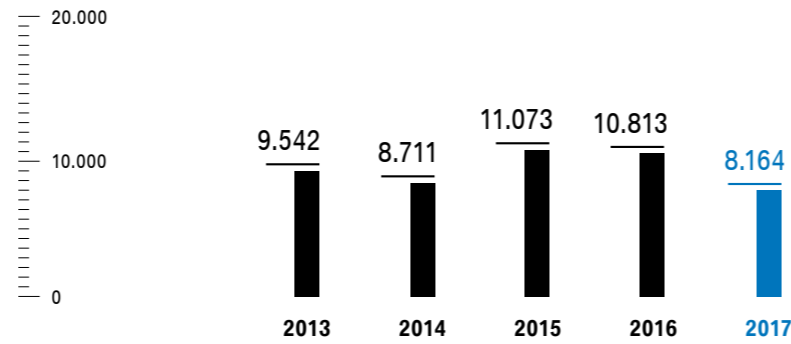
→ Mitarbeiter und Gesellschaft

Anhang

Ausfalltage aufgrund eines Betriebsunfalls der BMW AG¹

→ T 4.21

Anzahl



¹ Werte beziehen sich auf die BMW AG mit Niederlassungen. Ausfalltage aufgrund von Betriebs- bzw. Wegeunfällen mit mindestens 1 Ausfalltag

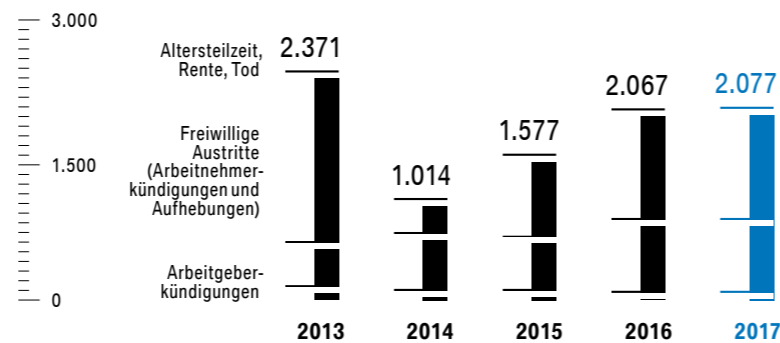
Die Anzahl der Betriebsunfälle mit Ausfalltagen sank im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr um 24,5 %. Darüber hinaus wurden für die BMW Group 68,7 Ausfalltage pro 1 Mio. Arbeitsstunden bei insgesamt 13.903 Ausfalltage gezählt. BMW Group weit wurden diese Zahlen im Berichtsjahr erstmals erhoben.

→ GRI 403-2

Austritte gesamt nach Austrittsarten der BMW AG¹

→ T 4.23

Anzahl



¹ Werte beziehen sich auf Mitarbeiter mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen.

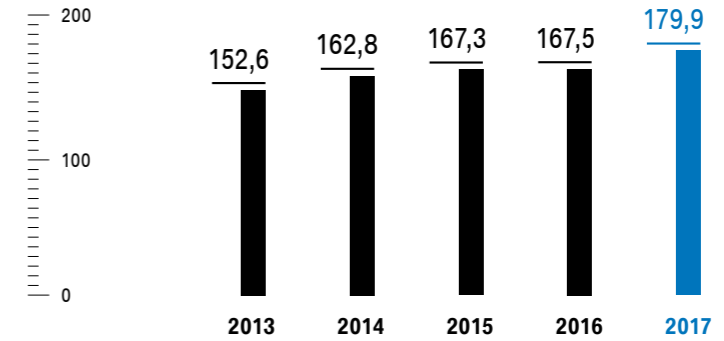
Die Anzahl der Austritte liegt auf dem Niveau des Vorjahres. Der Frauenanteil der insgesamt 2.077 Austritte betrug 2017 14 %. Der Anteil bei den unbefristeten Neueinstellungen hingegen betrug 22 %.

→ GRI 401-1

Erfolgsbeteiligung der BMW AG im Auszahlungsjahr¹

→ T 4.22

in % des Monatsentgelts/in % vom persönlichen Basiswert



¹ Die im Berichtsjahr ausbezahlte Erfolgsbeteiligung wird auf Basis des Ergebnisses des vorangegangenen Geschäftsjahres der BMW Group anhand der drei Größen Konzernergebnis nach Steuern, Konzernumsatzrendite nach Steuern und Dividende ermittelt. Neu ins Unternehmen eingetretene Mitarbeiter erhalten die volle Erfolgsbeteiligung nach vier Jahren Betriebszugehörigkeit.

Seit Geschäftsjahr 2010 (Auszahlung 2011) wird die Erfolgsbeteiligung für die BMW AG nach einer einheitlichen Systematik durchgehend über alle Hierarchieebenen berechnet. Diese Systematik wurde im Geschäftsjahr 2011 (Auszahlung 2012) auch für die Mitarbeiter weltweit als eine standardisierte Unternehmenserfolgskomponente in fast allen Gesellschaften der BMW Group eingeführt. Somit ist die Durchgängigkeit dieser Komponente sowohl hierarchisch (vom Produktionsmitarbeiter bis zum Vorstand) als auch geografisch (weltweit) gewährleistet. Dieser Teil der Erfolgsbeteiligung richtet sich nach dem Ergebnis der BMW Group und wird entsprechend dieser drei Größen berechnet: Konzernergebnis nach Steuern, Konzernumsatzrendite nach Steuern und Dividende. Vor allem die Berücksichtigung der Konzernumsatzrendite nach Steuern in der Erfolgsbeteiligung (auch des Vorstandes und der Oberen Führungskräfte) stellt eine Orientierung am profitablen und somit nachhaltigen Wachstum der BMW Group sicher.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Fundamente

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

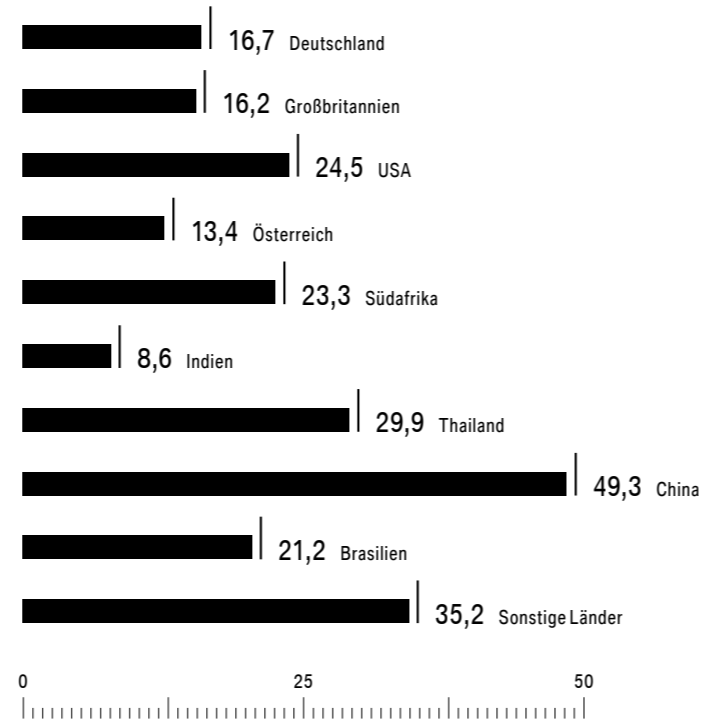
→ Mitarbeiter und Gesellschaft

Anhang

Frauenanteil Mitarbeiter je Land mit Produktionsstandort(en) 2017

→ T4.24

in %



Der Frauenanteil unterscheidet sich stark in den einzelnen Funktionsbereichen: In Deutschland liegt der Frauenanteil in produktionsnahen Tätigkeiten bei unter 10 %, während er in vertriebsnahen Tätigkeiten bei über 20 % liegt.

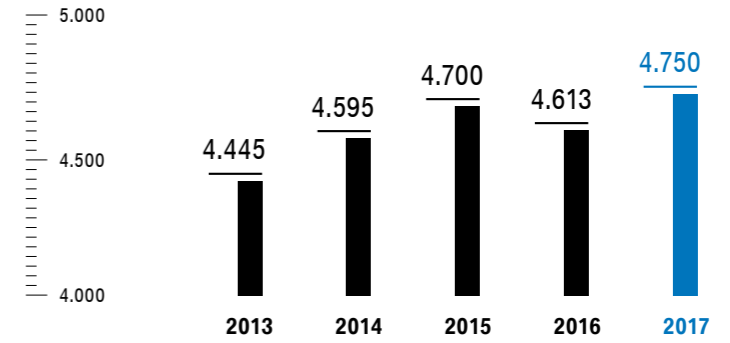
Auch international ist der Frauenanteil in Ländern mit hohem Produktionsanteil im Durchschnitt niedriger.

→ GRI 405-1

Auszubildende der BMW Group am 31. Dezember

→ T4.25

Anzahl



Angesichts der Digitalisierung und des technologischen Wandels haben wir eine strategische Neuausrichtung der Berufsausbildung in der BMW Group gestartet, die neben einer Neuausrichtung des Ausbildungsportfolios auf MINT-Kompetenzen auch die Einführung neuer digitaler Lehr- und Lernformen umfasst. Gemeinsam mit dem nationalen und internationalen Ausbildungsnetzwerk wurden mit der Anpassung und Neueinführung von Berufsbildern erste Maßnahmen zum umfangreichsten Kompetenzumbau seit Bestehen der BMW Group Berufsausbildung bereits umgesetzt und der weitere Umbau für die Folgejahre ausgeplant. Die Zahl der Berufseinsteiger an den deutschen Ausbildungsstandorten des Unternehmens blieb mit 1.200 konstant. Zum Stichtag waren in der Berufsausbildung und den Nachwuchsförderprogrammen der BMW Group 4.750 junge Menschen beschäftigt (2016: 4.613).

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Fundamente

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

→ Mitarbeiter und Gesellschaft

Anhang

Anteil lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen an wesentlichen Geschäftsstandorten¹

→ T4.26

in %	2013	2014	2015	2016	2017
Standort München, DE	98,8	98,9	99,0	99,1	99,2
Standort Dingolfing, DE	99,7	99,7	99,7	99,7	100,0
Standort Berlin, DE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Standort Landshut, DE	99,2	100,0	100,0	100,0	100,0
Standort Leipzig, DE	98,2	99,2	99,2	100,0	99,3
Standort Regensburg, DE	100,0	100,0	100,0	99,5	100,0
Großbritannien	89,3	85,2	85,2	87,5	86,3
USA	89,0	86,8	86,1	89,4	87,7
Österreich	84,7	86,2	75,1	84,8	82,8
Südafrika	89,0	89,9	85,4	85,4	83,0
China ² (inkl. Joint Venture)	63,0	50,6	65,2	65,8	76,5
Indien	59,5	61,8	71,1	66,7	70,0
Thailand	75,0	61,3	72,4	65,6	56,8

¹ „Lokal“ bezieht sich auf Führungskräfte mit lokalen Verträgen. Ausgenommen sind Personen, die an den Standort entsendet werden und keinen lokalen Vertrag erhalten. Diese spiegeln sich jeweils in der Differenz zu 100 wider.

² inklusive Mitarbeitern des Joint Ventures BMW Brilliance Automotive, das nicht in der BMW Group konsolidiert ist

→ GRI 405-1

Anteil der Mitarbeiter, die durch eine Gewerkschaft vertreten sind oder unter Kollektivvereinbarungen fallen

→ T4.27

in %	2013	2014	2015	2016	2017
Deutschland ²	100	100	100	100	100
Großbritannien ¹	86	86	86	85	86
China (Werk)	100	100	100	100	100
Österreich ²	100	100	100	100	100
Südafrika	61	60	59	58	53
USA (keine Kollektivvereinbarungen vorhanden)	0	0	0	0	0

¹ ab 2012 Berücksichtigung aller Mitarbeiter der Zentralfunktionen sowie der Mitarbeiter des Werks Goodwood/UK

² ohne leitende Angestellte

In der BMW Group wird die institutionalisierte betriebliche Mitbestimmung unternehmensweit nach den jeweils gültigen Bestimmungen des Landes umgesetzt. In allen Werken und Niederlassungen der BMW AG sowie in Österreich und in Großbritannien nehmen gewählte Betriebsräte die Mitbestimmung für die Mitarbeiter wahr. In China und Südafrika werden die Mitarbeiter durch lokale Arbeitnehmervertretungen repräsentiert, an den Standorten in den USA existieren im Allgemeinen keine Kollektivvereinbarungen.

Die BMW Group folgt den ILO-Konventionen 87 und 98, die Arbeitnehmern Vereinigungsfreiheit sowie das Recht zum Abschluss von Kollektivvereinbarungen zusichern. Darunter fällt neben dem Recht, unabhängige C93 Gewerkschaften oder andere Organisationen zur Interessenvertretung zu gründen und ihnen beizutreten, auch der Schutz vor Diskriminierung aufgrund der Zugehörigkeit zu einer Arbeitnehmervertretung. Die Vereinigungsfreiheit bildet damit einen der Schwerpunkte der → **Gemeinsamen Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group**. Die rechtzeitige und umfassende Einbeziehung der Arbeitnehmervertretungen wird in der BMW Group sowohl durch den paritätisch besetzten Aufsichtsrat der BMW AG als auch durch Betriebsräte und lokale Arbeitnehmervertreter sichergestellt.

→ GRI 102-41

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Fundamente

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

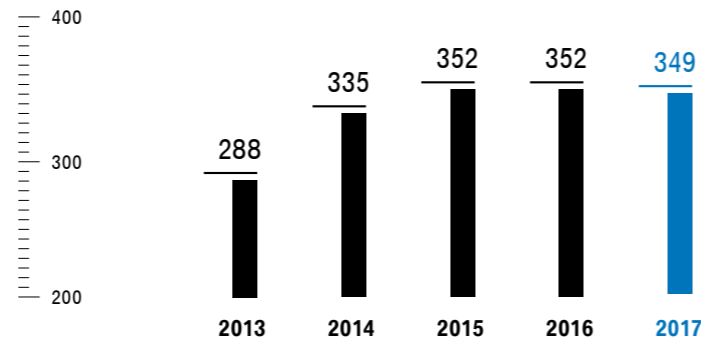
→ Mitarbeiter und Gesellschaft

Anhang

Investitionen in Aus- und Weiterbildung der BMW Group

→ T 4.28

in Mio. €

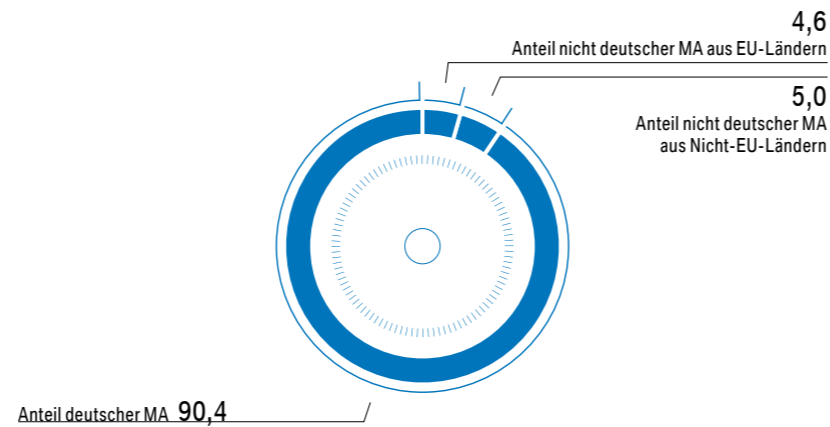


Die BMW Group begreift die gezielte Mitarbeiterqualifizierung als Investition in die Zukunft. Daher liegen die Investitionen in Aus- und Weiterbildung 2017 auf dem gleichen hohen Niveau wie in im Vorjahr. Kompetenzaufbau für zukünftige Anforderungen und Kompetenzerhalt in der Belegschaft sind dabei zentrale Themen der strategischen Unternehmensführung.

Anteil Mitarbeiter in der BMW AG aus dem europäischen Ausland sowie aus Nicht-EU-Ländern

→ T 4.30

in %



In der BMW AG arbeiteten zum 31.12.2017 Mitarbeiter aus 118 verschiedenen Nationen.

→ GRI 405-1

Durchschnittliche Schulungsstunden nach Mitarbeiterkategorie in der Bildungsakademie der BMW AG

→ T 4.29

Kategorie Mitarbeiter	2015	2016	2017
Außertarifliche Mitarbeiter	26,6	30,0	19,2
Meister	36,8	27,8	17,7
Tarif	18,2	17,3	12,8
Weberbildungstage Führungskräfte trainings der BMW Group			
Anzahl	18.775	16.985	16.883

Die BMW Group investiert kontinuierlich in die Qualifizierung ihrer Führungskräfte weltweit. Die Teilnehmertage an den klassischen Führungskräfte trainings entsprechend ziemlich genau den Vorjahreszahlen. Zusätzlich zu den aufgeführten Zahlen haben fast alle Führungskräfte zwischen Jan–April 2017 an der 1-tägigen Dialog-Veranstaltung Strategie NUMBER ONE > NEXT Next Experience teilgenommen (ca 14.000 Teilnehmer). Desweiteren wurden 595 Teilnehmertage an sogenannten FK-Dialogue-Veranstaltungen (z. B. Treffpunkt Führung Next) verzeichnet.

→ GRI 404-1

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

→ **Anhang**

GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

**Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers**

**Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte**

Impressum

ANHANG

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI CONTENT INDEX

Ermittelte wesentliche Themen und ihre Abgrenzung

	BMW Group Wertschöpfungskette		
	Lieferkette	Produktion	Vertrieb und Nutzung, Verwertung
Menschenrechte	++	+	+
Bekämpfung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten	++	++	++
Produktsicherheit			++
Kundenzufriedenheit			++
Kraftstoffeffizienz und CO ₂ -Emissionen der Fahrzeuge			++
Schadstoffemissionen der Fahrzeuge			++
Alternative Antriebstechnologien			++
Design for Recycling			++
Datenschutz	+	+	++
Vernetztes und autonomes Fahren			++
Mobilitätskonzepte und -dienstleistungen			++
Schadstoffemissionen der Wertschöpfung	++	+	+
Energieeffizienz und CO ₂ -Emissionen der Wertschöpfung	++	+	+
Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette	++		
Arbeits- und Gesundheitsschutz	++	++	++
Attraktiver Arbeitsplatz, Talentfindung und -bindung	+	++	+
Mitarbeiterentwicklung, Aus- und Weiterbildung	+	++	+
Vielfalt und Chancengleichheit	+	++	+
Sozioökonomische Auswirkungen auf die Gesellschaft	+	++	

++ große Auswirkungen + geringe Auswirkungen
 → GRI 102-47, GRI 103-1

 Einführung

 1

Fundamente

 2

 Produkte
 und Dienstleistungen

 3

 Produktion
 und Wertschöpfung

 4

 Mitarbeiter
 und Gesellschaft

 Weiterführende
 Kennzahlen

 Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

 GRI 101: Grundlagen gemäß GRI Standards 2016
 GRI 102: Allgemeine Angaben gemäß GRI Standards 2016

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
	Organisationsprofil	
102-1	Name des Unternehmens → Impressum, Seite 214	
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen → Einführung, Seiten 8, 10	
102-3	Ort des Hauptsitzes → Impressum, Seite 214	
102-4	Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt → BMW Group Geschäftsbericht 2017 BMW Group: Auslieferungen von Automobilen nach Regionen und Märkten → Geschäftsverlauf Automobilproduktion der BMW Group nach Werken → Geschäftsverlauf Standorte → Organisatorischer Aufbau und Geschäftsmodell	
102-5	Rechtsform und Eigentümerstruktur → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Organisatorischer Aufbau und Geschäftsmodell → Übernahmerelevante Angaben → Gesamtergebnisrechnung des Konzerns	
102-6	Wesentliche Märkte → BMW Group Geschäftsbericht 2017 BMW Group: Auslieferungen von Automobilen nach Regionen und Märkten → Geschäftsverlauf Automobilproduktion der BMW Group nach Werken → Geschäftsverlauf Standorte Vertrieb → Organisatorischer Aufbau und Geschäftsmodell	

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-7	Größe der Organisation → Einführung, Seite 8 → Kapitel 4.2, Seite 135 → Weiterführende Kennzahlen, Seite 153	
102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter → Kapitel 4.2, Seiten 132, 135, 140 → Weiterführende Kennzahlen, Seite 164	<p>Die Menge des weisungsgebundenen Personals ist gerade im Sommer, während der Haupturlaubszeit der Stammbeslegschaft, sehr starken und kurzfristigen Schwankungen unterworfen. Aussagen über die Menge des weisungsgebundenen Personals sowie dessen Zusammensetzung nach Geschlecht hätten deshalb nur eine sehr kurze Gültigkeit. Freiberuflich anerkanntes Personal ist für den wesentlichen Teil der Arbeit in der BMW Group nicht relevant.</p> <p>Die Information zur Aufteilung von Mitarbeitern mit befristeten Verträgen und Teilzeitarbeitenden nach Geschlecht und Region ist für die BMW Group insgesamt nicht vorhanden. Für die BMW AG werden diese Aufteilungen aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.</p> <p>Erläuterungen zur Datenzusammenstellung sind jeweils in den Fußzeilen der entsprechenden Tabellen angebracht.</p> <p>(UNGC 6)¹</p>
102-9	Lieferkette → Einführung, Seite 10 → Weiterführende Kennzahlen, Seite 151	
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette → Unser Berichtskonzept, Seite 209 → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Konsolidierungskreis → Grundsätze	

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-11	Umsetzung des Vorsorgeprinzips Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips durch umfassende und integrierte Strategie → Seiten 12-20 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips durch ein umfassendes Verständnis der Produktverantwortung → Seite 61 Betrieblicher Umweltschutz und Clean-Production- Ansatz → Seiten 86-88, 155, 157-158 Vorsorge durch Lieferantenauswahl und -management → Seiten 105-113 Mitarbeitervorsorge durch gesundes Arbeitsumfeld → Seiten 117- 127 Förderung der guten Verständigung zwischen verschie- denen Nationen, Religionen und Ethnien → Seite 143-149 → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Compliance in der BMW Group → Risiko- und Chancenbericht	(UNGC 7) ¹
102-12	Externe Initiativen → Kapitel 1.3, Seite 37	
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden	Mitgliedschaften in nationalen Verbänden: <ul style="list-style-type: none"> — Verband der Automobilindustrie (VDA) und indirekt über den VDA im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), Mitglied im Förderkreis des BDI — Bayerische Metall- und Elektro-Arbeitgeberverbände (bayme vbm) — Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) Internationale Branchenvertretungen: <ul style="list-style-type: none"> — European Automobile Manufacturers' Association (ACEA) — Alliance of Automobile Manufacturers (Auto Alliance)

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

- GRI Content Index
 Unser Berichtskonzept
 Vermerk des unabhängigen
 Wirtschaftsprüfers
 Verbrauchs- und
 CO₂-Emissionswerte
 Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
	Strategie	
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers → Einführung, Seiten 5-7	
102-15	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen Fundamente → Seiten 24, 32, 38, 41 Produkte und Dienstleistungen → Seite 43 Produktion und Wertschöpfung → Seite 83 Mitarbeiter und Gesellschaft → Seite 114	
	Ethik und Integrität	
102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen → Kapitel 1.3, Seite 37 → BMW Group Verhaltenskodex → BMW Group Werteorientierte Personalpolitik → BMW Group Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen → BMW Group Umweltleitlinie → BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk	(UNGC 10) ¹
102-17	Verfahren zur Beratung und Meldung von Bedenken bzgl. Ethik → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Compliance in der BMW Group	(UNGC 10) ¹

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
Unternehmensführung		
102-18	Führungsstruktur → Kapitel 1.1, Seite 12 → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMW AG und seiner Ausschüsse	Die Grundsätze der Unternehmensführung der BMW Group werden im → Corporate Governance Kodex dargelegt.
102-19	Delegation von Vollmachten → Kapitel 1.1, Seiten 12–13	Der Aufsichtsrat delegiert keine Vollmachten.
102-20	Verantwortung der Führungsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen → Kapitel 1.1, Seiten 12–13	
102-21	Einbindung der Stakeholder bei ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Hauptversammlung → Erklärung zur Unternehmensführung, Corporate Governance Arbeitnehmersvertretung und Mitarbeitervertreter im Aufsichtsrat → Mitglieder des Aufsichtsrats	

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans → BMW Group Unternehmensprofil Amtszeit Stakeholdervertretung → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Geschäftsführend: → Mitglieder des Vorstands → Mitglieder des Aufsichtsrats → Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMWAG und seiner Ausschüsse Unabhängigkeit: Besetzungsziele des Aufsichtsrats → Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMWAG und seiner Ausschüsse Mandate: → Mitglieder des Vorstands → Mitglieder des Aufsichtsrats Geschlecht: → Mitglieder des Vorstands → Mitglieder des Aufsichtsrats Gesellschaftliche Gruppen: Besetzungsziele des Aufsichtsrats → Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMWAG und seiner Ausschüsse Stakeholdervertretung: → Mitglieder des Aufsichtsrats Kompetenzen: Besetzungsziele des Aufsichtsrats → Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMWAG und seiner Ausschüsse	

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans → Kapitel 1.1, Seite 12 → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMWAG und seiner Ausschüsse	Der Vorsitzende des Aufsichtsrats hat keine geschäftsführende Funktion inne.
102-24	Nominierung und Wahl des höchsten Kontrollorgans → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Zusammensetzung und Arbeitsweise des Vorstands der BMWAG und seiner Ausschüsse → Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMWAG und seiner Ausschüsse	
102-25	Interessenkonflikte → BMW Group Verhaltenskodex → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Aktienbesitz von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats → Sonstige Angaben, Compliance in der BMW Group	<p>Es gibt bereits Obergrenzen für Mandate sowie ein gesetzliches Verbot bestimmter Verflechtungen in § 100 AktG. Mandate in Aufsichtsratsgremien und vergleichbaren Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen werden im Geschäftsbericht veröffentlicht.</p> <p>Vorstand und Aufsichtsrat haben sich verpflichtet, die Regelungen zu Interessenkonflikten in Ziffer 5.5 des Deutschen Corporate Governance Kodex zu beachten, also insbesondere Interessenkonflikte offenzulegen und über den Umgang damit zu berichten.</p> <p>Über Geschäfte mit nahestehenden Personen wird nach dem Standard des IAS 24 in den Finanzreports berichtet, dazu wird quartalsweise eine Erhebung bei den Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern durchgeführt.</p>
102-26	Rolle des höchsten Kontrollorgans bzgl. Nachhaltigkeitsstrategie und -zielen → Kapitel 1.1, Seite 12	
102-27	Kollektive Kenntnisse des höchsten Kontrollorgans → Kapitel 1.1, Seite 13	
102-28	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans → Kapitel 1.1, Seite 13	

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-29	Rolle des höchsten Kontrollorgans bzgl. Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Risikomanagementsystem → Risiko- und Chancenbericht	Der Aufsichtsrat wird im Rahmen des Prüfungsausschusses vom Vorstand über das Risikomanagement und die Risikosituation unterrichtet.
102-30	Effektivität des Risikomanagementprozesses → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Bericht des Aufsichtsrats Risikomanagementsystem → Risiko- und Chancenbericht	
102-31	Prüfung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen → Kapitel 1.1, Seite 12 → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Risikomanagementsystem → Risiko- und Chancenbericht	
102-32	Höchstes Komitee zur Freigabe des Nachhaltigkeitsberichts → Unser Berichtskonzept, Seite 210	
102-33	Kommunikation kritischer Bedenken → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Compliance in der BMW Group	<p>Alle relevanten Compliance Themen werden dem Vorstand regelmäßig durch das BMW Group Compliance Committee berichtet. In einem jährlichen Bericht werden der Vorstand und der Aufsichtsrat über die Fortschritte bei der Weiterentwicklung des BMW Group Compliance Management Systems, durchgeführte Untersuchungen, bekannt gewordene Verstöße und deren Sanktion sowie Korrektur- und Präventionsmaßnahmen informiert. Auf Basis fest definierter Kriterien ist zudem festgelegt, in welchen Fällen eine Sofort-Information des Vorstands bzw. einzelner Vorstandsmitglieder erfolgt.</p> <p>Mit aktuellen Nachhaltigkeitsthemen und entsprechenden Entwicklungen beschäftigt sich das Nachhaltigkeitsboard der BMW Group, dem der Gesamtvorstand angehört. Es überprüft unter anderem die wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Fortschritte des Unternehmens sowie den Integrationsstand von Nachhaltigkeit in den Ressorts. Zudem beschäftigt sich der Strategiekreis, bestehend aus Bereichsleitern der Ressorts, zweimal jährlich explizit mit Nachhaltigkeitsthemen und bereitet Entscheidungen des Nachhaltigkeitsboards vor.</p>

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-34	Art und Gesamtzahl kritischer Bedenken	Diese Information ist vertraulich und wird von der BMW Group nicht extern kommuniziert.
102-35	Vergütungspolitik → Kapitel 1.1, Seite 13 → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Vergütungsbericht	Die Systematik der betrieblichen Altersvorsorgen ist für alle Mitarbeiter-Ebenen durchgängig gestaltet. Die Höhe der Rentenleistung ist abhängig von der persönlichen Einstufung und im Verhältnis zwischen dem höchsten Kontrollorgan, den Führungskräften und anderen Beschäftigten analog der Jahresvergütung marktadäquat.
102-36	Verfahren zur Festsetzung der Vergütung → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Vergütungssystem und Vergütungselemente im Überblick, Vergütungsberater Bericht des Aufsichtsrats → Vergütungsbericht	
102-37	Meinungsäußerungen der Stakeholder zur o.g. Vergütung → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Mitarbeitervertreter im Aufsichtsrat → Mitglieder des Aufsichtsrats → Grundlegendes zur Unternehmensverfassung Vergütung des Aufsichtsrats, Zuständigkeit, Satzungsregelung → Vergütungsbericht	

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-38	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	<p>Für alle Gesellschaften der BMW Group gelten dieselben Grundsätze für Vergütung und Zusatzleistungen, unabhängig von Geschlecht, Konfession, Herkunft, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung oder länderspezifischen Charakteristika. Sie sind verbunden mit der einheitlichen Vorgabe, dass das Gesamtvergütungspaket über dem Durchschnitt des relevanten Arbeitsmarktes liegt. Jährlich werden weltweit Vergütungsstudien durchgeführt mit dem Ziel, die aktuelle Marktpositionierung zu bestimmen und die Gesamtvergütung weiterhin marktadäquat auszurichten. Somit ist sichergestellt, dass jeder Mitarbeiter in dem für ihn relevanten Arbeitsmarkt marktgerecht vergütet wird.</p> <p>Das Verhältnis der Jahresvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters zum mittleren Niveau aller Beschäftigten ist aufgrund des global geltenden Ansatzes ebenfalls marktadäquat, kann jedoch abhängig von der Marktspreizung zwischen den einzelnen Ländern stark variieren. Deshalb kann dazu keine konkrete Aussage getroffen werden. Die prozentuale Steigerung der Jahresvergütung wird unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren wie z. B. der Inflationsrate bestimmt und folgt im Grundsatz dem Markttrend.</p>
102-39	Verhältnis der prozentualen Erhöhung der Jahresgesamtvergütung	Vgl. GRI 102-38
Stakeholdereinbeziehung		
102-40	Liste der Stakeholdergruppen → Kapitel 1.2, Seite 25	
102-41	Anteil Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen → Weiterführende Kennzahlen, Seite 168	(UNGC 3) ¹
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder → Kapitel 1.2, Seite 24	

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung → Kapitel 1.2, Seite 25 → Stakeholder Engagement Policy	Kontinuierlich, weltweit an allen Standorten und Märkten mit einer Vielzahl verschiedener Stakeholdergruppen. Spezifische Stakeholderdialoge werden zur Definition der Berichtsinhalte geführt.
102-44	Schlüsselthemen und Anliegen → Kapitel 1.1, Seiten 17–18 → Kapitel 1.2, Seiten 26–29 → Kapitel 1.5, Seite 42	In Kapitel 1 ist die Materialitätsmatrix abgebildet. Die darin dargestellten Themen und deren Relevanz wurden unter anderem im Rahmen einer Stakeholderbefragung erhoben.
Vorgehensweise bei der Berichterstattung		
102-45	Liste der konsolidierten Unternehmen → Unser Berichtskonzept, Seite 209 → BMW Group Geschäftsbericht 2017 Konsolidierungskreis → Grundsätze	
102-46	Bestimmung des Berichtsinhalts und Themenabgrenzung → Kapitel 1.1, Seite 17	
102-47	Liste der wesentlichen Themen → Kapitel 1.1, Seite 17, GRI Index, Seite 171	
102-48	Neuformulierung der Informationen	Neuformulierungen werden, wenn erforderlich und möglich, als Fußnoten bei den jeweiligen Grafiken beschrieben.
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung → Unser Berichtskonzept, Seite 209	
102-50	Berichtszeitraum → Unser Berichtskonzept, Seite 209	
102-51	Datum des letzten Berichts → Unser Berichtskonzept, Seite 209	
102-52	Berichtszyklus → Unser Berichtskonzept, Seite 209	

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

-
- GRI Content Index
 - Unser Berichtskonzept
 - Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers
 - Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte
 - Impressum

Code	Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
102-53	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht → Impressum, Seite 214	
102-54	Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards → Unser Berichtskonzept, Seite 207	
102-55	GRI-Inhaltsindex → Seiten 171–206	
102-56	Externe Prüfung → Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers, Seiten 210–212	

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang
→ **GRI Content Index****Unser Berichtskonzept****Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers****Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte****Impressum**

Wesentliche Themen

GRI Standard**Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl****Auslassungen und Kommentare**

Menschenrechte

**GRI 103
2016****Managementansatz****103-1** Erklärung der wesentlichen Themen und ihre
Abgrenzungen→ **Kapitel 1.3, Seite 32**→ **GRI Content Index, Seite 171****103-2** Der Managementansatz und seine Komponenten→ **Kapitel 1.3, Seiten 32-37****103-3** Prüfung des Managementansatzes→ **Kapitel 1.3, Seiten 33, 34****GRI 412
2016****Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte****412-1** Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung
auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine
menschenrechtliche Folgenabschätzung
durchgeführt wurde→ **Kapitel 1.3, Seite 37**→ **Kapitel 3.3, Seite 109**(UNGC 1, 2, 3, 4, 5, 6)¹

Nach Veröffentlichung der UN-Leitprinzipien zu Wirtschaft und Menschenrechten haben wir in den Jahren 2012 und 2013 eine systematische Analyse der in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte genannten Rechte hinsichtlich deren Relevanz und Auswirkungen auf unterschiedliche Geschäftseinheiten der BMW Group durchgeführt. 2017 folgte ein Human Rights Compliance Assessment, in dessen Rahmen wir weltweit 71 von 75 rechtlichen Einheiten mit einer lokalen Compliance-Funktion abgefragt haben. Lediglich kleinere Einheiten, wie zum Beispiel Finanzdienstleistungsgesellschaften in Ländern, in denen wir bereits die weiteren dortigen Einheiten in die Untersuchung einbezogen hatten, wurden nicht zusätzlich erfasst.

Menschenrechte sind zudem integraler Bestandteil in unserem Bewertungsprozess für neue Standorte.

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
GRI 412 Fortsetzung	412-2 Schulungen für Angestellte zu Menschenrechts- politik und -verfahren → Kapitel 1.3, Seiten 34, 35	Nach Verabschiedung der UN-Leitprinzipien zu Wirtschaft und Menschenrechten haben wir unsere Mitarbeiter über die Hierarchiekaskade zur Position und zu den Anforderungen der BMW Group in Bezug auf Menschenrechte informiert. Insbesondere Mitarbeiter im Einkauf werden seitdem kontinuierlich im Rahmen von Schulungen trainiert. Menschenrechte sind zudem Teil von Schulungsmaßnahmen für Führungskräfte als Multiplikatoren, von Einführungsveranstaltungen für neue Mitarbeiter und unseres Web-Based Trainings zur Nachhaltigkeit. Im Rahmen von Compliance-Präsenztrainings wurde 2017 auch zum Thema Menschenrechte geschult, zum Beispiel auf unserer Global Compliance Conference im Juni 2017. Da Menschenrechte ein integraler Bestandteil dieser Schulungen sind, wird eine Erfassung nach Stunden derzeit nicht durchgeführt.
	412-3 Erhebliche Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft werden → Kapitel 1.3, Seiten 34, 36, 37	Wesentliche Investitionsumfänge sind Investitionen, die mindestens 95 % der gesamten im Geschäftsbericht 2017 ausgewiesenen Investitionen in Sachanlagen abdecken.
	Bekämpfung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten	
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 1.3, Seite 32 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 1.3, Seiten 32-37 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 1.3, Seiten 33, 34	(UNGC 10) ¹

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang
→ **GRI Content Index****Unser Berichtskonzept****Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers****Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte****Impressum****GRI Standard****Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl****Auslassungen und Kommentare****GRI 205
2016****Korruptionsbekämpfung****205-1** Geschäftsstandorte, die in Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft werden→ **Kapitel 1.3, Seiten 33, 35**→ **BMW Group Geschäftsbericht 2017**→ **Compliance in der BMW Group****205-2** Informationen und Schulungen zu Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung→ **Kapitel 1.3, Seiten 34-36**→ **BMW Group Geschäftsbericht 2017**→ **Compliance in der BMW Group****MITARBEITER**

Der BMW Group Verhaltenskodex steht in neun Sprachen zur Verfügung und wird allen Mitarbeitern der BMW Group über das BMW Group Intranet kommuniziert. Zusätzlich wird das Dokument in gedruckter Form angeboten.

GESCHÄFTSPARTNER

Unsere Lieferanten werden durch unsere internationalen Einkaufsbedingungen, die entsprechende Klauseln zu „Verantwortlichem und rechtmäßigem Handeln“ sowie zu Menschenrechtsanforderungen enthalten, über unsere Erwartungen informiert. Für Lieferanten von Produktionsmaterial gilt zusätzlich unser „Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk“. → **Siehe Kapitel 3.3 Dienstleistungslieferanten** erhalten unsere Broschüre „Compliance in Geschäftsbeziehungen“, in der wir unsere Erwartungen konkretisieren. An Importeure und Händler kommunizieren wir unsere Anforderungen mit dem „Dealer Information Package“.

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang
→ **GRI Content Index****Unser Berichtskonzept****Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers****Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte****Impressum****GRI Standard****Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl****Auslassungen und Kommentare****GRI 205
Fortsetzung****205-3** Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen→ **BMW Group Geschäftsbericht 2017**→ **Bericht des Aufsichtsrats**→ **Compliance in der BMW Group**

Wesentliche Verstöße gegen den BMW Group Verhaltenskodex oder gegen den BMW Group Grundsatz Korruptionsvermeidung (laut Antikorruptionsrichtlinie) werden im Geschäftsbericht der BMW AG im Abschnitt Rechtliche Risiken dargestellt, ebenso ihre juristische Aufarbeitung.

Im Berichtszeitraum gab es keine abgeschlossenen gerichtlichen Verfahren in Bezug auf Korruptionsverfahren.

Derzeit verfügt die BMW Group über keine konzernweit umfassenden Informationen zu arbeitsrechtlichen Sanktionen als Folge von Rechtsverstößen. Aus diesem Grund wird dieser Aspekt des Indikators nicht vollständig berichtet. Daten zur Erhebung der Gesamtzahl der Fälle, in denen Verträge mit Geschäftspartnern aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Korruption nicht verlängert wurden, liegen derzeit ebenfalls noch nicht umfassend vor. Wir planen, diese Daten in unser Datenerfassungssystem zu integrieren.

**GRI 206
2016****206-1** Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung→ **Kapitel 1.3, Seite 36**→ **BMW Group Geschäftsbericht 2017**→ **Bericht des Aufsichtsrats**→ **Compliance in der BMW Group**

Die Position der BMW Group zu den kartellrechtlichen Vorwürfen, die aktuell von der Europäischen Kommission geprüft werden, sind in Kapitel 1.3 dargestellt. Etwaige Risiken für die BMW Group verbunden mit der Nachprüfung der Europäischen Kommission werden im Geschäftsbericht der BMW Group im Abschnitt Rechtliche Risiken behandelt.

Bei den weiteren bekannten Compliance-Verstoß- und Verdachtsfällen handelt es sich um Einzelfälle ohne systemisch angelegten Ursachenhintergrund. Insgesamt besteht – speziell in Europa – in den Bereichen Vertrieb und Finanzdienstleistungen ein erhöhtes Risiko für mögliche Kartellrechtsverstöße, das sich in einigen Fällen in behördlichen Ermittlungsverfahren und Bußgeldern niedergeschlagen hat.

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

- **GRI Content Index**
Unser Berichtskonzept
**Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers**
**Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte**
Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
	Produktsicherheit	
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 1.4, Seite 38 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 1.4, Seiten 38-40 → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Bericht des Aufsichtsrats → Compliance in der BMW Group 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 1.4, Seiten 38-40	
GRI 416 2016	Kundengesundheit und Kundensicherheit 416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit → Kapitel 1.4, Seite 38 416-2 Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln bzgl. Gesundheit und Sicherheit der Produkte und Dienstleistungen → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Bericht des Aufsichtsrats → Compliance in der BMW Group	Generell gilt für alle Compliance-relevanten Sachverhalte: Die im Jahr 2017 eingegangenen Hinweise und festgestellten Verstöße in Einzelfällen ergaben keine Hinweise auf schwerwiegende oder systemisch bedingte Compliance-Verstöße.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
	Kundenzufriedenheit	
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 1.5, Seite 41 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 1.5, Seiten 41-42 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 1.5, Seite 41	<p>Das System zur Erfassung von Kundenrückmeldungen ist aktuell in der Umstellung (von Overall Satisfaction (OSAT) auf Net Promoter Score (NPS)).</p> <p>Erste Kundenbefragungen im Wettbewerbsumfeld auf Basis des NPS wurden in 2017 gestartet und werden in 2018 fortgeführt. Die Erhebung einer OSAT zur Bewertung der Kundenzufriedenheit wird damit in 2018 eingestellt.</p> <p>Eine erste Indikation bezüglich der „Best Customer Experience“ im Vergleich zu den Wettbewerbern kann in Form von Rang-Positionen in den nächsten Jahren gegeben werden.</p>
GRI 103 2016	Kraftstoffeffizienz und CO₂-Emissionen der Fahrzeuge Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 2.1, Seite 46 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 2.1, Seiten 46-57 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 2.1, Seite 47	(UNGC 7, 8, 9) ¹

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard

Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl

Auslassungen und Kommentare

GRI 305 2016

Emissionen

305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

→ Kapitel 3.1, Seite 92

→ Weiterführende Kennzahlen, Seite 159

305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)

→ Kapitel 3.1, Seite 92

305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

→ Kapitel 2.1, Seite 47

→ Kapitel 3.1, Seite 92

→ Weiterführende Kennzahlen, Seiten 161, 162

305-4 Intensität der THG-Emissionen

→ Kapitel 3.1, Seite 90

305-5 Senkung der THG-Emissionen

→ Kapitel 2.1, Seite 47

→ Kapitel 3.1, Seite 90

305-6 Emissionen ozonabbauender Substanzen (ODS)

Die Berechnungen für CO₂-Emissionen und Verbräuche unserer europäischen Neufahrzeugflotte basieren seit 2017 auf den Vorgaben und Annahmen der Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedures (WLTP) und vor deren Einführung auf den Vorgaben und Annahmen des Neuen Europäischen Fahrzyklus (NEFZ) bzw. der Selbstverpflichtung der ACEA (European Automobile Manufacturers Association), die Werte für die US-Neufahrzeugflotte auf CAFE (Corporate Average Fuel Economy).

1995 wurde als Bezugsjahr gewählt, da dies auch der von der Europäischen Kommission gewählte Referenzzeitpunkt ist und zu diesem Zeitpunkt der NEFZ eingeführt wurde.

Laut einem BMW Group internen Standard sind Stoffe mit ozonabbauendem Potenzial entsprechend den gesetzlichen Vorgaben nicht gestattet. Der BMW Standard „Verbotene und deklarationspflichtige Stoffe“ enthält ein Verbot von Fluorchlorkohlenwasserstoffen und damit von Stoffen, die ein starkes Ozonabbaupotenzial haben. Dadurch reguliert die BMW Group nicht nur die Emission dieser Stoffe, sondern verhindert schon im Vorfeld deren Einsatz.

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang
→ **GRI Content Index****Unser Berichtskonzept****Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers****Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte****Impressum**

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
GRI 305 2016 Fortsetzung	305-7 Stickstoffoxide (NO _x), Schwefeloxide (SO _x) und andere signifikante Luftemissionen → Weiterführende Kennzahlen, Seite 159	
GRI 302 2016	Energie 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation → Weiterführende Kennzahlen, Seite 156 302-2 Energieverbrauch außerhalb der Organisation → Kapitel 3.1, Seite 92	
	302-3 Energieintensität → Kapitel 3.1, Seiten 89-90	Keine Angabe des Primärenergieverbrauchs in der Nutzungsphase, da dieser über die CO ₂ -Emissionen pro Kilometer gesteuert wird.
	302-4 Verringerung des Energieverbrauchs → Kapitel 3.1, Seiten 89-90	
	302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen → Kapitel 2.1, Seite 47 → Weiterführende Kennzahlen Flottenverbrauch USA, Seite 154	Die Berechnungen für CO ₂ -Emissionen und Verbräuche unserer europäischen Neufahrzeugflotte basieren seit 2017 auf den Vorgaben und Annahmen der Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedures (WLTP) und vor deren Einführung auf den Vorgaben und Annahmen des Neuen Europäischen Fahrzyklus (NEFZ) bzw. der Selbstverpflichtung der ACEA (European Automobile Manufacturers Association), die Werte für die US-Neufahrzeugflotte auf CAFE (Corporate Average Fuel Economy).

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
	Schadstoffemissionen der Fahrzeuge	
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 2.1, Seite 46 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 2.1, Seiten 46-57 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 2.1, Seite 47	(UNGC 7, 8, 9) ¹
GRI 305 2016	Emissionen → Kraftstoffeffizienz und CO ₂ -Emissionen der Fahrzeuge, Seiten 189–191	
	Alternative Antriebstechnologien	
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 2.2, Seite 59 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 2.1, Seiten 49-50 → Kapitel 2.2, Seiten 59-68 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 2.2, Seite 60	(UNGC 7, 8, 9) ¹
	Jährlicher Absatz elektrischer und elektrifizierter Fahrzeuge → Kapitel 2.2, Seite 60	

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
	Design for Recycling	
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 2.2, Seite 59 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 2.2, Seiten 59-68 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 2.1, Seite 47 → Kapitel 2.2, Seiten 60, 63	(UNGC 7, 8) ¹
GRI 301	Materialien 301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen → Weiterführende Kennzahlen. Seiten 158-159 301-2 Eingesetzte rezyklierte Ausgangsstoffe → Kapitel 3.1, Seite 93	

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang
→ **GRI Content Index****Unser Berichtskonzept****Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers****Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte****Impressum**

GRI Standard

Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl

Auslassungen und Kommentare
**GRI 301
Fortsetzung**

301-3 Wiederverwertete Produkte und ihre
Verpackungsmaterialien
→ **Kapitel 3.1, Seite 94**

Produkte: Die BMW Group stellt eine umweltgerechte Verwertung von Altfahrzeugen sicher. So haben Fahrzeugeigentümer die Möglichkeit, ihr Altfahrzeug bei eigens benannten Rücknahmestellen in ihrer Nähe zurückzugeben. Auch die Rückführung von Komponenten und Materialien in den Rohstoffkreislauf wird über etablierte Systeme sichergestellt. Die BMW Group erfüllt somit alle rechtlichen Anforderungen bezüglich der Rückgabe von Produkten.

Verpackung: Die Auslieferung der Fahrzeuge an den Endkunden erfolgt ohne Verpackung. Für den Transport bis zum Händler verwenden wir heute geschlossene Waggons oder Schutzfolien. Sämtliche Schutzfolien werden nach Gebrauch verwertet. Werden Teile zu regionalen Verteilungszentren versendet, so wird dort das freiwerdende Packmaterial (Packmaterialien im Transport und Teileschutz bei Vereinzeln von Teilen) professionell entsorgt. In der weiteren Versorgungskette von regionalen Verteilungszentren zu den BMW Group Händlern liegt die Entsorgung der anfallenden Verpackungsmaterialien in der Verantwortung der Händler. Kunden, die Ersatzteile oder Lifestyle-Artikel kaufen, haben die Möglichkeit, die Verpackungsmaterialien bei BMW Group Händlern zurückzugeben.

Datenschutz
**GRI 103
2016**
Managementansatz

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre
Abgrenzungen
→ **Kapitel 2.3, Seite 70**

→ **GRI Content Index, Seite 171**

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten
→ **Kapitel 2.3, Seiten 70-72, Seiten 76-79**

103-3 Prüfung des Managementansatzes
→ **Kapitel 2.3, Seiten 70-72**

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
GRI 418 2016	Schutz der Kundendaten 418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	Die Anzahl der Vorfälle unterliegt internen Vertraulichkeitsauflagen.
Vernetztes und autonomes Fahren		
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 2.3, Seite 70 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 2.3, Seiten 70-72, Seiten 76-82 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 2.3, Seiten 71-72	
	–	Wir planen, in den nächsten Jahren einen aussagekräftigen Indikator zu identifizieren.
Mobilitätskonzepte und Dienstleistungen		
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 2.3, Seite 70 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 2.3, Seiten 70-75, Seiten 80-82 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 2.3, Seite 71	(UNGC 9) ¹
	DriveNow- und ReachNow-Nutzer → Kapitel 2.3, Seite 71	

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

- GRI Content Index
 Unser Berichtskonzept
 Vermerk des unabhängigen
 Wirtschaftsprüfers
 Verbrauchs- und
 CO₂-Emissionswerte
 Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
Schadstoffemissionen der Wertschöpfung		
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 3.1, Seiten 83, 86 → Kapitel 3.2, Seite 99 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 3.1, Seiten 86-93, 96-97 → Kapitel 3.2, Seiten 99-103 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 3.1, Seiten 87, 90 → Kapitel 3.2, Seite 100	(UNGC 7, 8, 9) ¹
GRI 305 2016	Emissionen → Kraftstoffeffizienz und CO ₂ -Emissionen der Fahrzeuge, Seiten 189–191	
Energieeffizienz und CO₂-Emissionen der Wertschöpfung		
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 3.1, Seiten 83, 86 → Kapitel 3.2, Seite 99 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 3.1, Seiten 86-93, 97 → Kapitel 3.2, Seiten 99-103 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 3.1, Seiten 87, 90 → Kapitel 3.2, Seite 100	(UNGC 7, 8, 9) ¹
GRI 302 2016	Energie → Kraftstoffeffizienz und CO ₂ -Emissionen der Fahrzeuge, Seiten 189–191	

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
GRI 305 2016	Emissionen → Kraftstoffeffizienz und CO ₂ -Emissionen der Fahrzeuge, Seiten 189–191	
	Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette	
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 3.3, Seiten 83, 105 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 3.3, Seiten 105-113 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 3.3, Seiten 106, 110-111	(UNGC 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10) ¹
GRI 414 2016	Soziale Bewertung der Lieferanten 414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden → Kapitel 3.3, Seite 109 414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen → Kapitel 3.3, Seiten 109-110	Wesentliche negative Auswirkungen in unserem Lieferantennetzwerk sind uns nicht bekannt. Es können keine prozentualen Angaben zur Lieferantenzahl gemacht werden, da diese derzeit nicht zuverlässig erfasst werden können.
GRI 308 2016	Umweltbewertung der Lieferanten 308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden → Kapitel 3.3, Seite 109 308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen → Kapitel 3.3, Seiten 109-110	Wesentliche negative Auswirkungen in unserem Lieferantennetzwerk sind uns nicht bekannt. Es können keine prozentualen Angaben zur Lieferantenzahl gemacht werden, da diese derzeit nicht zuverlässig erfasst werden können.

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 4.1, Seite 118 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 4.1, Seiten 117-127, 163 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 4.1, Seiten 119, 124, 126, 163-166	
GRI 403 2016	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 403-1 Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz → Kapitel 4,1, Seite 123	An fast allen Standorten der BMW Group sind Arbeitsschutzausschüsse mit Vertretungen von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite aktiv. Sie wirken in unterschiedlichen Zusammensetzungen, auch mit Beteiligung der Gewerkschaften. Sie verabschieden sogenannte Betriebsvereinbarungen, die häufig weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausreichen.

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang
→ **GRI Content Index****Unser Berichtskonzept****Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers****Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte****Impressum**

GRI Standard

Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl

Auslassungen und Kommentare
**GRI 403
Fortsetzung**
403-2 Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten,
Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie Zahl
der arbeitsbedingten Todesfälle
→ **Kapitel 4.1, Seiten 119, 123-124**→ **Weiterführende Kennzahlen, Seite 164-166**

Geschlechterspezifische Unterschiede bestehen bezüglich der Arbeitsbedingungen (Arbeitssicherheit) keine. Daher werden die Auswertung und Publikation einer geschlechterspezifischen Darstellung aktuell nicht durchgeführt und sind auch für die Zukunft nicht geplant. Aufgrund unserer BMW Policy berichten wir aktuell keine Unterschiede bezüglich der Arbeitsbedingungen, da alle Mitarbeiter der BMW Group gleichberechtigt behandelt werden.

Berufskrankheiten werden in den einzelnen Regionen unterschiedlich definiert. Im angloamerikanischen Raum werden arbeitsbedingte Erkrankungen erfasst. In Deutschland ist dies aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht zulässig. In Deutschland regelt das Sozialgesetzbuch VII die Definition und das Verfahren zur Anerkennung von Berufskrankheiten. Nach der gesetzlichen Definition der Berufskrankheiten liegt bei der BMW AG die Berufskrankheitsrate im Bereich von 0,1 Promille (Fälle pro Mitarbeiter). Aufgrund der zentralen, von Deutschland ausgehenden Planung sind die Arbeitsbedingungen hinsichtlich des Umgangs mit Gefahrstoffen und der ergonomischen Gestaltung der Arbeitsplätze weltweit in allen Werken identisch. Daher ist in einem Analogieschluss davon auszugehen, dass die Berufskrankheitsrate im Ausland auf ähnlichem Niveau wie in Deutschland liegt.

Die BMW Group erhebt keine Daten von vor Ort tätigen Vertragspartnern, da diese Informationen Vertraulichkeitseinschränkungen unserer Verträge unterliegen. Vor Ort tätige Vertragspartner werden bei Aufnahme der Arbeit bezüglich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz eingewiesen.

In der Unfallstatistik werden Arbeitsunfälle berücksichtigt, die zu mindestens einem Ausfalltag führen.

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang
→ **GRI Content Index****Unser Berichtskonzept****Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers****Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte****Impressum**

GRI Standard

Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl

Auslassungen und Kommentare
**GRI 403
Fortsetzung**

403-3 Mitarbeiter mit hohem Auftreten von oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbindung stehen

Dank unseren Kontrollmechanismen unterliegen die Mitarbeiter der BMW Group grundsätzlich keiner erhöhten Gefährdung: Als das zentrale Element im betrieblichen Arbeitsschutz wenden wir die Gefährdungsbeurteilung an. Sie ist die Grundlage für ein systematisches und erfolgreiches Sicherheits- und Gesundheitsmanagement.

Sofern Gefährdungen erkannt wurden, werden Maßnahmen nach dem sogenannten STOP-Prinzip ergriffen (Substitutions-, Technische-, Organisatorische-, Personenbezogene-Maßnahmen). Im Anschluss wird eine Betriebsanweisung erstellt und über deren Inhalte eine Unterweisung der Mitarbeiter durchgeführt. Der verantwortliche Arbeitsmediziner ist in den Prozess der Gefährdungsbeurteilung eingebunden und kann somit sicherstellen, dass krankheitsbedingte Gefährdungen frühzeitig erkannt werden und entsprechend gesteuert werden kann.

In Ländern mit hohem Infektionsrisiko, beispielsweise Südafrika, werden zudem Präventionsprogramme, wie kostenlose HIV-Tests angeboten. In Ländern mit hohem Infektionsrisiko durch Mücken, wie im Beispiel des ZIKA-Virus in Brasilien, werden vom lokalen BMW Gesundheitsdienst Präventionsaktionen durchgeführt.

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

- GRI Content Index
 Unser Berichtskonzept
 Vermerk des unabhängigen
 Wirtschaftsprüfers
 Verbrauchs- und
 CO₂-Emissionswerte
 Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
GRI 403 Fortsetzung	403-4 Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden → Kapitel 4.1, Seite 123	<p>Der Arbeitsschutz ist über das deutsche Arbeitsschutzgesetz gesetzlich geregelt. Es bestehen keine weltweiten formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften zu Arbeitsschutzthemen. Die BMW Group regelt Arbeitsschutzthemen in Zusammenarbeit mit den Betriebsräten vor Ort. Beispielsweise wurden in Deutschland Betriebsvereinbarungen zu folgenden Themen geschlossen:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Betriebsvereinbarung zur Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastung — Betriebsvereinbarung zur Durchführung von arbeitsmedizinischen Eignungsuntersuchungen für Mitarbeiter mit Fahr-, Steuer- oder Überwachungstätigkeiten — betriebliches Eingliederungsmanagement — stufenweise Wiedereingliederung — Hilfe für suchtmittelgefährdete oder -abhängige Mitarbeiter
<hr/> Attraktiver Arbeitsplatz, Talentfindung und -bindung <hr/>		
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 4.2, Seite 129 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 4.2, Seiten 128-135 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 4.2, Seiten 130, 132, 134-135, 167, 169	

Einführung

1

Fundamente

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
WirtschaftsprüfersVerbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard

Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl

Auslassungen und Kommentare
**GRI 401
2016**
Beschäftigung
401-1 Neu eingestellte und Angestelltenfluktuation

→ Kapitel 4.2, Seite 135

→ Weiterführende Kennzahlen, Seite 166

Die Zahl der Neueinstellungen für die BMW AG und BMW Group sowie deren Verteilung auf Altersgruppen sind aus wettbewerbsrelevanten Gründen vertrauliche Informationen und werden deshalb nicht berichtet.

Frauenanteil bei Neueinstellungen BMW AG: 22 %

Eine Aufschlüsselung der Neueinstellungen nach Geschlecht und Regionen für die BMW Group ist nicht möglich, da wir diese Daten nicht systemisch erfassen können. Eine manuelle Abfrage nach diesen Kategorien würde einen unverhältnismäßig hohen Aufwand bedeuten.

Die Fluktuationsrate für die BMW AG und damit für rund 70 % aller Mitarbeiter wird zentral erhoben.

Die Fluktuationsrate an einzelnen internationalen Standorten wird ebenfalls ermittelt, jedoch nicht auf BMW Group Ebene konsolidiert. Die absoluten sowie prozentualen Werte der Austritte, heruntergebrochen auf Region, Alter und Geschlecht, werden derzeit ebenfalls systembedingt nicht erfasst.

Wir planen diesen Indikator bis 2018 in unseren Datenerfassungsprozess zu integrieren.

401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden

→ Kapitel 4.2, Seite 131

Unsere Grundsätze gelten für alle Mitarbeiter. Es gibt keine Unterscheidung zwischen Vollbeschäftigten und Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten. Bei Teilzeitbeschäftigung gilt der Grundsatz der anteiligen Vergütung, wobei einige Zusatzleistungen sogar weiterhin auf Vollzeitbasis gewährt werden.

401-3 Elternzeit

→ Kapitel 4.2, Seite 132

Systembedingt wird aktuell nur die Anzahl der Mitarbeiter der BMW AG (rund 70 % der Mitarbeiter der BMW Group) in Elternzeit berichtet. Wir planen die detaillierte Erfassung der Daten in der BMW Group bis 2018 in unseren Datenerfassungsprozess zu integrieren. Annähernd 100 % der Rückkehrer führen die Beschäftigung länger als 12 Monate fort.

Einführung
1**Fundamente****2****Produkte
und Dienstleistungen****3****Produktion
und Wertschöpfung****4****Mitarbeiter
und Gesellschaft****Weiterführende
Kennzahlen****Anhang**→ **GRI Content Index****Unser Berichtskonzept****Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers****Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte****Impressum****GRI Standard****Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl****Auslassungen und Kommentare****Mitarbeiterentwicklung, Aus- und
Weiterbildung****GRI 103
2016****Managementansatz****103-1** Erklärung der wesentlichen Themen und ihre
Abgrenzungen→ **Kapitel 4.2, Seite 129**→ **GRI Content Index, Seite 171****103-2** Der Managementansatz und seine Komponenten→ **Kapitel 4.2, Seiten 128-135**→ **Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen
in der BMW Group****103-3** Prüfung des Managementansatzes→ **Kapitel 4.2, Seiten 130, 132, 134-135, 167, 169****GRI 404
2016****Aus- und Weiterbildung****404-1** Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und
Weiterbildung pro Jahr und Angestellten→ **Kapitel 4.2, Seite 130**→ **Weiterführende Kennzahlen, Seite 169****404-2** Programme zur Verbesserung der Kompetenzen
der Angestellten und zur Übergangshilfe→ **Kapitel 4.2, Seite 133**

Wir berichten die durchschnittlichen Aus- und Weiterbildungstage für Mitarbeiter in der BMW Group. Eine Aufteilung nach Mitarbeiterkategorien können wir systembedingt nur für die Umfänge der Bildungsakademie der BMW AG (über 50 % der Weiterbildungen) vornehmen.

Eine Aufteilung nach Geschlecht ist nicht möglich, da die Geschlechteraufteilung in den Trainingsteilnahmen systembedingt zurzeit nicht erfasst wird. Geschlechterspezifische Unterschiede bezüglich Weiterbildungsangeboten bestehen im Allgemeinen jedoch nicht.

Aufgrund aktueller Priorisierung anderer Themen kann eine geeignete Instrumentenerweiterung zur Erfassung dieser Daten frühestens ab 2018 definiert und über die BMW Group schrittweise implementiert werden.

Durch unseren jährlich wiederkehrenden Kompetenzanalyseprozess, der auch als Basis für die unternehmensweite und individuelle Bildungsplanung dient, unterstützen wir unsere Mitarbeiter über ihre gesamte Berufsbiografie hinweg beim Kompetenzaufbau bzw. -erhalt. Für den Ausstieg aus dem Berufsleben bieten wir darüber hinaus Seminare an.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

- GRI Content Index
- Unser Berichtskonzept
- Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers
- Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte
- Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
GRI 404 Fortsetzung	404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten → Kapitel 4.2, Seite 130	
Vielfalt und Chancengleichheit		
GRI 103 2016	Managementansatz 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen → Kapitel 4.3, Seite 137 → GRI Content Index, Seite 171 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten → Kapitel 4.3, Seiten 136-141 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group 103-3 Prüfung des Managementansatzes → Kapitel 4.3, Seiten 138-141, 167-169	(UNGC 6) ¹
GRI 405 2016	Vielfalt und Chancengleichheit 405-1 Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten → Kapitel 4.3, Seiten 138-141 405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern → Kapitel 4.3, Seite 131	Die Verteilung der Angestellten nach Altersgruppe steht aktuell nur für die BMW AG zur Verfügung. Das effektive Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen gegenüber Männern wird aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht.
GRI 406 2016	Gleichbehandlung 406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen → BMW Group Geschäftsbericht 2017 → Bericht des Aufsichtsrats → Compliance in der BMW Group	Die BMW Group ist derzeit nicht in Gerichts- oder Schiedsverfahren verwickelt, die nach Einschätzung des Unternehmens einen erheblichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns haben könnten. Weitere Angaben zu Diskriminierungsvorfällen unterliegen internen Vertraulichkeitsauflagen.

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

→ GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

 Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers

 Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

GRI Standard	Managementansatz und Indikatoren, Seitenzahl	Auslassungen und Kommentare
GRI 203 2016	Indirekte ökonomische Auswirkungen 203-1 Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen → Kapitel 1.1, Seiten 19-20	Die Investitionen in die öffentliche Infrastruktur durch die BMW Group sind teilweise kommerzieller, teilweise nichtkommerzieller Natur.
	203-2 Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen → Kapitel 1, Seiten 16, 19-20	

¹ UNGC: Referenzen zu den Global-Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen

Alle GRI-relevanten Inhalte wurden in die Berichtsprüfung einbezogen. Verweise auf den BMW Group Geschäftsbericht 2017 wurden mit dem geprüften Teil desselben abgestimmt.

UNSER BERICHTSKONZEPT

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

GRI Content Index

→ Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

Mit dem Sustainable Value Report (SVR) 2017 informiert die BMW Group ihre Stakeholder über die Nachhaltigkeitsstrategie und die Fortschritte bei der Verankerung von Nachhaltigkeit im Unternehmen. Aus den Anforderungen des deutschen CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR RUG) leitet sich für die Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft (BMW AG) für das Berichtsjahr 2017 erstmals die Pflicht zur Veröffentlichung einer nichtfinanziellen Erklärung auf Gesellschafts- und Konzernebene ab. Diese wird gemeinsam als zusammengefasster gesonderter nichtfinanzieller Konzernbericht innerhalb des vorliegenden Sustainable Value Reports veröffentlicht. Die gesetzlich erforderlichen Informationen werden in den Unterkapiteln der freiwilligen Berichterstattung nach GRI vorangestellt und entsprechend gekennzeichnet. Sofern Informationen nur für Teile des BMW Konzerns zutreffend sind (zum Beispiel für die BMW AG), wird darauf hingewiesen. Der SVR wurde in Übereinstimmung mit der umfassenden Option der Global Reporting Initiative (GRI) Standards erstellt. → GRI 102-54 Dies ist die höchste bei den GRI Standards vorgesehene Transparenzstufe.

CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz

Wesentliche Themen

Die für die Gesetzeserfüllung wesentlichen Sachverhalte haben wir basierend auf den Ergebnissen der 2015 durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse nach GRI zusammengestellt sowie aus den aktuellen, langfristigen Nachhaltigkeitszielen der BMW Group abgeleitet. Dabei wurden sowohl die eigene Geschäftstätigkeit als auch Geschäftsbeziehungen (zum Beispiel entlang der Lieferkette) sowie Produkte und Dienstleistungen berücksichtigt. Die Sachverhalte mit hoher Relevanz werden im zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht dargestellt. Eine Ausnahme bildet das Thema Kundenzufriedenheit, das zwar gemäß GRI eine hohe Relevanz hat, aber im gewählten Themenzuschnitt für die Berücksichtigung des CSR RUG nicht inkludiert ist, da es aus unserer Sicht das Ergebnis der beschriebenen wesentlichen Aktivitäten darstellt. Die Reihenfolge der beschriebenen Sachverhalte orientiert sich an den langfristigen Nachhaltigkeitszielen der BMW Group. Die gesetzesrelevanten Informationen zu den wesentlichen Sachverhalten werden zu Beginn jedes Unterkapitels in einem Überblick dargestellt. Hier haben wir entsprechend der gesetzlichen Wesentlichkeitsvorgabe jeweils diejenigen Angaben zusammengestellt, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage der BMW Group erforderlich sind und die Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit auf die im Gesetz genannten nichtfinanziellen Aspekte deutlich machen.

Risiken

Im Rahmen des Berichtsprozesses haben wir geprüft, ob Risiken bestehen, die mit unserer eigenen Geschäftstätigkeit, den Geschäftsbeziehungen sowie den Produkten und Dienstleistungen verknüpft sind und die sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die im Gesetz genannten nichtfinanziellen Aspekte haben oder haben werden. Auf Grundlage dieser Nettorisikobewertung sowie der allgemeinen gesetzlichen Vorgabe zur Auswahl der wesentlichen Berichtsinhalte haben wir keine Risiken im Sinne des CSR RUG zu berichten.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

GRI Content Index

→ Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

Zusammenhang mit Beträgen im Jahresabschluss

Für jeden Sachverhalt wurde geprüft, ob es Beträge im Jahresabschluss gibt, die für das Verständnis der nichtfinanziellen Erklärung erforderlich und auszuweisen sowie zu erläutern sind. Die Prüfung ergab, dass keine entsprechenden Angaben zu machen sind.

BMW Bank

Entsprechend der neuen Gesetzeslage haben wir Angaben zu den Finanzdienstleistungen der BMW Group aufgenommen. Die im Kapitel 1.3 aufgeführten wesentlichen Themen wurden 2017 in einem internen Workshop ermittelt.

→ Siehe
Kapitel 1.3

Externe Prüfung

Die Beauftragung eines unabhängigen Prüfdienstleisters für die gesetzesrelevanten Informationen im zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht erfolgt durch den Aufsichtsrat der BMW Group. Die externe Prüfung durch den Wirtschaftsprüfer PwC unterstützt den Aufsichtsrat bei der Erfüllung seiner Prüfpflicht im Rahmen des CSR RUG.

Verweise auf Angaben außerhalb des zusammengefassten Lageberichts sind weiterführende Informationen und nicht Bestandteil des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts.

Einführung
1

Fundamente
2

**Produkte
und Dienstleistungen**
3

**Produktion
und Wertschöpfung**
4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

**Weiterführende
Kennzahlen**

Anhang

GRI Content Index

→ Unser Berichtskonzept
**Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers**
**Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte**
Impressum

UNSER BERICHTSKONZEPT IM DETAIL

Berichtsgliederung

Die Berichtsgliederung orientiert sich an den langfristigen Nachhaltigkeitszielen der BMW Group. Die Gewichtung der berichteten Inhalte basiert auf den Ergebnissen unseres Materialitätsprozesses. Diese Ergebnisse bilden auch die Grundlage für eine Ableitung der für die BMW Group wesentlichen Sachverhalte gemäß dem deutschen CSR RUG. Der Berichtsumfang und die Aufteilung der Themen blieben im Vergleich zum SVR 2016 weitestgehend unverändert. → GRI 102-49

Am Anfang jedes Kapitels haben wir auf einer Seite die wichtigsten Leistungsindikatoren zusammengefasst. Die Unterkapitel beginnen jeweils mit einem Überblick, der die Informationen gemäß CSR RUG enthält. Detaillierte Angaben entsprechend den GRI Standards, die über die Berichtspflicht des CSR RUG hinausgehen, führen wir auf den darauffolgenden Seiten weiter aus. Dort stellen wir auch weitere aktuelle und geplante Aktivitäten der BMW Group dar.

Der Bericht beinhaltet die wichtigsten Kennzahlen, mit deren Hilfe die Nachhaltigkeitsleistung der BMW Group gemessen und gesteuert wird. Wo es sinnvoll erscheint, verweisen wir auf ergänzende Informationen im Geschäftsbericht oder auf weitere Internetseiten der BMW Group. Darüber hinaus berichten wir, zusätzlich zu den im Hauptteil dargestellten wesentlichen Indikatoren, weiterführende Nachhaltigkeitskennzahlen.

Der Bericht wird auf Deutsch und Englisch veröffentlicht. Um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten, haben wir auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen verzichtet und stattdessen die männliche Schreibweise gewählt.

Geltungsbereich

Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2017. Stichtag aller Daten und Fakten ist der 31.12.2017. → GRI 102-50 Der Sustainable Value Report erscheint jährlich. → GRI 102-52 Der letzte Bericht wurde im März 2017 als interaktives PDF veröffentlicht und deckte das Geschäftsjahr 2016 ab. → GRI 102-51

Die Aussagen zur BMW Group im Sustainable Value Report 2017 beziehen sich grundsätzlich auf den Konsolidierungskreis des Geschäftsberichts 2017. Bei Abweichungen davon haben wir den Betrachtungsumfang in den Fußnoten der jeweiligen Tabellen und Grafiken kenntlich gemacht. → GRI 102-45 Hinweise zu den Berechnungsmethoden stehen in Fußnoten bei den jeweiligen Grafiken. Im Abschnitt „Weiterführende Kennzahlen“ sind in der Regel die Werte der Kennzahlen für die Jahre 2013 bis 2017 abgebildet (ausgenommen Kennzahlen, die erst nach 2013 relevant wurden). Sie beziehen sich auf die gesamte BMW Group. Eine Ausnahme bilden Zahlen zu standortspezifischen Themen und zu lokal gesteuerten Nachhaltigkeitsaktivitäten. In diesen Fällen haben wir die Angaben um den entsprechenden Geltungsbereich, zum Beispiel BMW AG, ergänzt. Wesentliche Änderungen der Organisation der BMW Group oder ihrer Lieferkette gab es im Berichtszeitraum nicht. → GRI 102-10

Der BMW Group Sustainable Value Report 2017 wird online zusammen mit dem Geschäftsbericht auf der Website der BMW Group veröffentlicht. Der nächste Sustainable Value Report erscheint im Frühjahr 2019.

UN Global Compact – Fortschrittsbericht

Die BMW Group hat sich 2001 zu den Prinzipien des → **Global Compact** der Vereinten Nationen verpflichtet und informiert mit diesem Bericht erneut über Fortschritte bei der Erfüllung dieser Prinzipien. Die Verweise auf die Global-Compact-Prinzipien wurden in den → **GRI Content Index** integriert.

→ Siehe
Kapitel 1

→ Siehe
Weiterführende
Kennzahlen

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

GRI Content Index

→ Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

Externe Prüfung

Der gesamte Bericht (alle Kapiteltexte sowie weiterführende Kennzahlen) inklusive der gesetzlich geforderten Informationen am Anfang eines jeden Kapitels (zusammengefasster gesonderter nichtfinanzieller Bericht) wurden von der PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, mit Limited Assurance nach ISAE3000 (revised), geprüft. → **Prüfbescheinigung** → GRI 102-56 Zusätzlich wurden unsere Managementsysteme in den Bereichen Umweltschutz und Arbeitssicherheit basierend auf ISO 14001, EMAS und OHSAS von externen Auditoren und Gutachtern überprüft.

Die Auswahl des unabhängigen Prüfdienstleiters für den Sustainable Value Report – mit Ausnahme der Prüfung der CSR-RUG-relevanten Informationen, die durch den Aufsichtsrat der BMW AG beauftragt wird – erfolgt durch die Bereiche Konzernberichtswesen sowie Konzernkommunikation und Politik sowie Konzernplanung und Produktstrategie. Die fachliche und kommunikative Freigabe erfolgt durch Frau Ursula Mathar, Leiterin Nachhaltigkeit und Umweltschutz, und Herrn Dr. Thomas Becker, Leiter Politik und Außenbeziehungen. Die Gesamtverantwortung trägt der Vorstand der BMW Group. Mit der externen Prüfung wollen wir die Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit der angegebenen Informationen für die Öffentlichkeit nachvollziehbar dokumentieren. Außerdem erhalten wir im Berichtsprozess Impulse für Verbesserungen und Innovationen. → GRI 102-56, GRI 102-32

Zukunftsgerichtete Aussagen

Der Sustainable Value Report 2017 der BMW Group enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf den aktuellen Annahmen und Prognosen der BMW Group beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, die Entwicklung oder die Leistung des Unternehmens wesentlich von hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Die BMW Group übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

→ Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit von nichtfinanziellen Informationen und Nachhaltigkeitsinformationen

An die BMW AG, München

Wir haben die im „Sustainable Value Report“ der BMW AG, München, (im Folgenden die „Gesellschaft“) für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 (im Folgenden der: „Sustainable Value Report“) enthaltenen Angaben zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (im Folgenden die „Nachhaltigkeitsangaben“) und den farblich abgegrenzten und den jeweiligen Kapiteln vorangestellten zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht i.S.d. §§ 289 b Abs. 3 und 315 b Abs. 3 HGB (im Folgenden der „nichtfinanzielle Bericht“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung der Nachhaltigkeitsangaben in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden die „GRI-Kriterien“) und des nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 315 b und 315 c i.V.m. 289 c bis 289 e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung und Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben und nichtfinanziellen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Nachhaltigkeitsberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards 1

„Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW QS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die Nachhaltigkeitsangaben und die Angaben in dem nichtfinanziellen Bericht abzugeben.

Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im Sustainable Value Report verwiesen wird.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass

- die Nachhaltigkeitsangaben im Sustainable Value Report der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind

und

- der im Sustainable Value Report enthaltene nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315 b und 315 c i.V.m. 289 c bis 289 e HGB aufgestellt worden ist.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

Weiterführende Kennzahlen

Anhang

GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

→ Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u. a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung von Mitarbeitern, die in die Aufstellung des Sustainable Value Reports einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über Angaben im Sustainable Value Report
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben im Sustainable Value Report
- Durchführung von Vor-Ort-Besuchen im Rahmen der Untersuchung der Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation ausgewählter Angaben:
 - in der Konzernzentrale in München
 - im Werk Regensburg (Deutschland)
 - im Werk München (Deutschland)
 - bei BMW Brilliance Automotive (BBA) in Dadong (China)
 - bei BMW Brilliance Automotive (BBA) in Tiexi (China)
 - in der BMW Brilliance Automotive (BBA) Engine Plant in Tiexi (China)
- analytische Beurteilung von Angaben im Sustainable Value Report
- Befragung der Mitarbeiter, die für die im Bericht enthaltenen Angaben zu Flottenemissionen und Kraftstoffverbräuchen verantwortlich sind, sowie Abgleich einzelner Angaben zu Flottenemissionen und Kraftstoffverbräuchen mit den offiziellen Kraftstoffverbrauchs- und Emissions-Typprüfwerten des Kraftfahrt-Bundesamtes
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Jahresabschluss und Lagebericht
- Beurteilung der Darstellung der Angaben

Urteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass

- die Nachhaltigkeitsangaben im Sustainable Value Report der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind

und

- der im Sustainable Value Report enthaltene nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315 b und 315 c i. V. m. 289 c bis 289 e HGB aufgestellt worden ist.

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage der mit der Gesellschaft geschlossenen Aufträge. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt.

Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

München, den 26. Februar 2018

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Andreas Fell	Hendrik Fink
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer

Einführung

1

Fundamente

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und GesellschaftWeiterführende
Kennzahlen

Anhang

GRI Content Index

Unser Berichtskonzept

Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers→ Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

VERBRAUCHS- UND CO₂-EMISSIONSWERTE DER IN DIESER PUBLIKATION VORGESTELLTEN FAHRZEUGE

Modell	Innerorts (l/100 km)	Außerorts (l/100 km)	Kombiniert (l/100 km)	CO ₂ -Emissionen kombiniert (g/km)	Stromverbrauch kombiniert (zusätzlich zum Kraftstoffverbrauch) (kWh/100 km)
BMW i3 (94 Ah) mit Range Extender	Entfällt	Entfällt	0,6	14 – 13	11,9 – 11,5
BMW i3 (94 Ah)	Entfällt	Entfällt	0	0	13,6 – 13,1
BMW i3s (94 Ah) mit Range Extender	Entfällt	Entfällt	0,7	14	12,5
BMW i3s (94 Ah)	Entfällt	Entfällt	0	0	14,3

Modell	Innerorts (l/100 km)	Außerorts (l/100 km)	Kombiniert (l/100 km)	CO ₂ -Emissionen kombiniert (g/km)	Stromverbrauch kombiniert (zusätzlich zum Kraftstoffverbrauch) (kWh/100 km)
BMW 530e iPerformance	Entfällt	Entfällt	2,1 – 1,9	49 – 44	14,1 – 13,1
BMW 740e iPerformance Limousine	Entfällt	Entfällt	2,2 – 2,1	50 – 49	13,3 – 13,1
BMW 740Le iPerformance Limousine	Entfällt	Entfällt	2,2 – 2,1	51 – 49	13,3 – 13,1
BMW 740Le xDrive iPerformance Limousine	Entfällt	Entfällt	2,5 – 2,4	56 – 54	13,9 – 13,7
BMW i8 Coupé	Entfällt	Entfällt	1,9	42	14
BMW i8 Roadster	Entfällt	Entfällt	2,1	46	14,5
BMW X5 xDrive40e iPerformance	Entfällt	Entfällt	3,4 – 3,3	78 – 77	15,4 – 15,3
MINI Cooper S E Countryman ALL4	Entfällt	Entfällt	2,3 – 2,1	52 – 49	14,0 – 13,2

Modell	Innerorts (l/100 km)	Außerorts (l/100 km)	Kombiniert (l/100 km)	CO ₂ -Emissionen kombiniert (g/km)	Stromverbrauch kombiniert (zusätzlich zum Kraftstoffverbrauch) (kWh/100 km)
BMW 320d EfficientDynamics Edition Touring	5,5 – 5,0 (5,3 – 4,8)	3,9 – 3,6 (3,9 – 3,5)	4,5 – 4,1 (4,4 – 4,0)	118 – 107 (116 – 104)	Entfällt
BMW 530i Limousine	7,3 – 6,9	5,2 – 4,7	5,9 – 5,5	136 – 126	Entfällt
BMW 750d xDrive Limousine	6,9 – 6,6	5,3 – 5,1	5,9 – 5,7	154 – 149	Entfällt

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Die Angaben beziehen sich auf ein Fahrzeug in Basisausstattung in Deutschland, die Spannbreiten berücksichtigen Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße und der optionalen Sonderausstattung.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei → <https://www.dat.de/angebote/verlagsprodukte/leitfaden-kraftstoffverbrauch.html> unentgeltlich erhältlich ist.

WIR FREUEN UNS AUF IHRE KONTAKTAUFNAHME

An diesem Sustainable Value Report 2017 haben zahlreiche Mitarbeiter der BMW Group mitgewirkt. Gerne beantworten wir Ihre Fragen und leiten sie bei Bedarf an die zuständigen Fachstellen weiter.

Wenn Sie über Nachhaltigkeit bei der BMW Group immer auf dem Laufenden bleiben wollen, können Sie sich → gleich hier für den Sustainability Newsletter registrieren.

Projektteam Sustainable Value Report 2017



→ Kai Zöbelein → Martina Hilmer → Edgar Berger

Kontakt Pressesprecher Nachhaltigkeit

Kai Zöbelein

Kommunikation Nachhaltigkeit

Telefon: +49 89 382-21170

E-Mail: Kai.Zoebelein@bmwgroup.com

BMW Group

Petuelring 130

80788 München

+49 89 382-0

→ www.bmwgroup.com

Mehr von der BMW Group

→ www.bmwgroup-classic.com

→ www.bmw-welt.com

Social Media

 www.facebook.com/BMWGroup

 www.twitter.com/BMWGroup

 www.youtube.com/BMWGroupview

Die Marken der BMW Group im Internet

→ www.bmw.com

→ www.mini.com

→ www.rolls-roycemotorcars.com

→ www.bmw-motorrad.com