



April 2015

BMW GROUP NACHHALTIGKEITS-BERICHTERSTATTUNG

BMW GROUP NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

**BMW
GROUP**



DER BERICHT.

INHALT

EINFÜHRUNG

> Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	3
> Unser Standpunkt	4
> BMW Group im Überblick	5

ANHANG

> Stakeholdererwartungen	141
> Nachhaltigkeitsziele	142
> Über diesen Bericht	146
> Prüfbescheinigung	148
> GRI Index	151
> Impressum/Kontakt	157

1 STRATEGIE



1.1 > Unser Managementansatz	11
1.2 > Stakeholderengagement	18

2 NACHHALTIGE UNTERNEHMENSFÜHRUNG



2.1 > Unser Managementansatz	26
2.2 > Wirtschaftliche Effekte	28
2.3 > Compliance und Antikorruption	34
2.4 > Risikomanagement	37
2.5 > Menschenrechte	40

3 PRODUKTVERANTWORTUNG



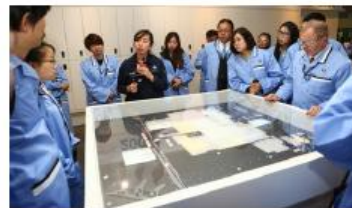
3.1 > Unser Managementansatz	46
3.2 > Effiziente Mobilität	49
3.3 > Produktsicherheit	55
3.4 > Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft	58
3.5 > Mobilität der Zukunft	61
3.6 > Kundenzufriedenheit	66

4 KONZERNWEITER UMWELTSCHUTZ



4.1 > Unser Managementansatz	72
4.2 > Energie	75
4.3 > CO ₂ -Emissionen	80
4.4 > Abfallwirtschaft	85
4.5 > Wasser	88

5 LIEFERANTENMANAGEMENT



5.1 > Unser Managementansatz	94
5.2 > Risiken minimieren	98
5.3 > Chancen nutzen	102

6 MITARBEITER



6.1 > Unser Managementansatz	108
6.2 > Attraktiver Arbeitgeber	112
6.3 > Arbeits- und Gesundheitsschutz	118
6.4 > Aus- und Weiterbildung	122
6.5 > Diversity & Inklusion	125

7 GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



7.1 > Unser Managementansatz	132
7.2 > Corporate Citizenship	137

Die Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte der in dieser Publikation vorgestellten Fahrzeuge finden Sie auf S. 156.

Berichtsstandard.

Der SVR 2014 folgt GRI 3.1 und erfüllt A+.

Prüfung.

Alle Daten und Fakten und Aussagen sind extern geprüft (ISAE 3000).

Inhalte.

Die Themen des SVR 2014 orientieren sich an einer strukturierten Materialitätsanalyse.

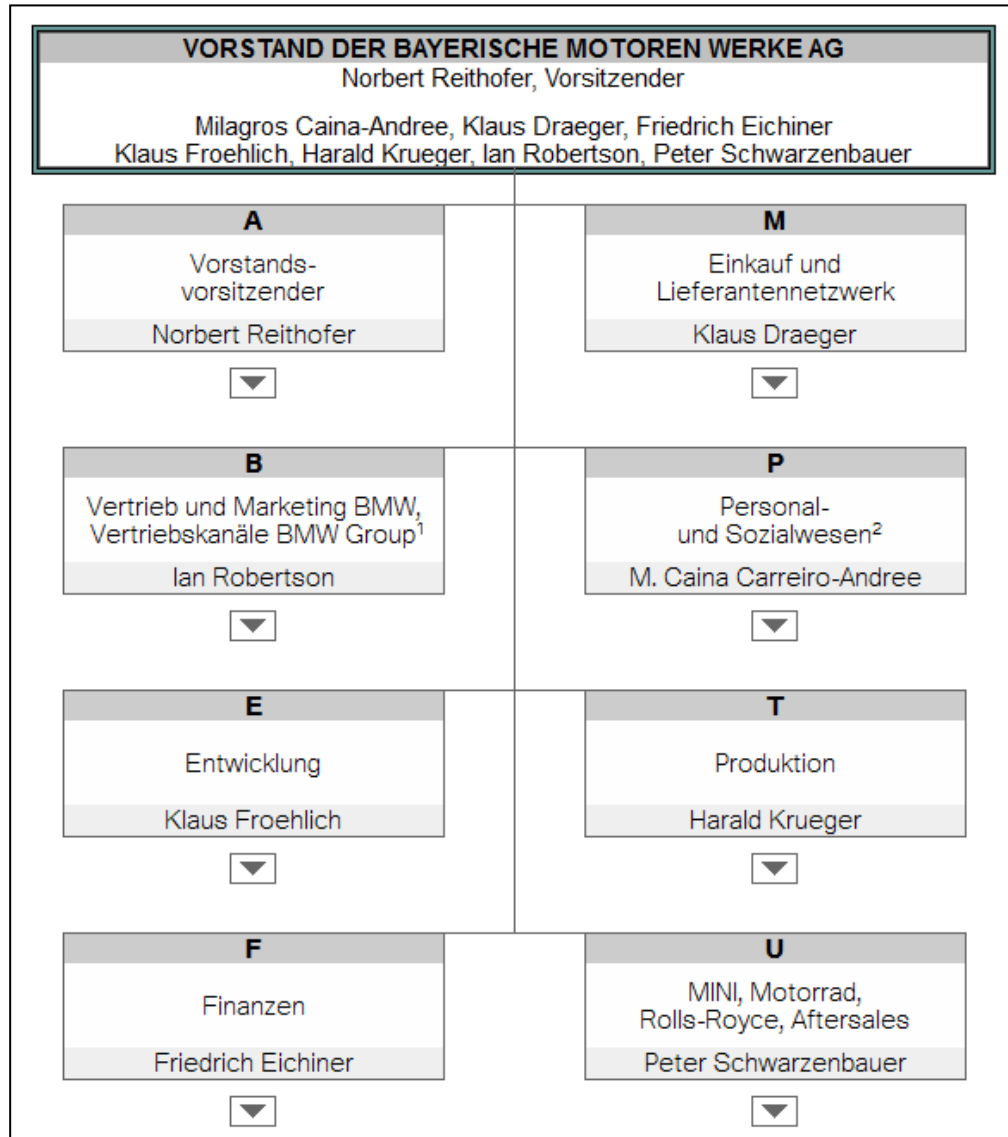
Professionalität.

Zur Erstellung eines SVR wird auch externes Know-how eingekauft.

Veröffentlichung.

Der SVR 2014 wurde erstmals zeitgleich mit dem Geschäftsbericht 2014 veröffentlicht.

DIE ORGANISATION.



Die Organisation der BMW Group folgt dem Geschäftsmodell des Unternehmens und keinen Berichtsstandard.

Ein Nachhaltigkeitsbericht ist für Fachstellen immer eine Anforderung on-top, zusätzlich zum umfangreichen Tagesgeschäft.

Die Verantwortung der KPIs im Nachhaltigkeitsbericht ist nicht immer eindeutig zuzuordnen.

Die BMW Group ist ein nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen, aber keine Reporting Company.

DAS TEAM.

Kapitel	1. Nachhaltiges Wirtschaften	2. Produktverantwortung	3. Konzernweiter Umweltschutz	4. Lieferkette	5. Mitarbeiter	6. Gesellschaftl. Engagement	Daten- und Fakten
Verantwortung Gesamtkapitel	<u>AU-6</u> , Hilmer	<u>AK-13</u> , Zöbelein	<u>AU-6</u> , Hilmer	<u>AU-6</u> , Yokoyama	PZ-S-2, L. Krammer	<u>AK-13</u> , Vohrer	<u>AU-6</u> , Berger
Abstimmung & Freigabe aus <u>Komm. Sicht</u>	AK-13, Kai Zöbelein	AK-21, C. Frankenberg / AK-20, R. Huber / AK-25, M. Grunert	AK-33, Sabine Essbauer / Andreas Klugescheid	AK-13, Frank Wienstroth	AK-13, Jochen Frey	AK-13, Milena Pighi	AU-6, Edgar Berger
Abstimmung & Freigabe aus <u>fachlicher Sicht</u>	<u>Kernteam:</u> AU-6, Hilmer / Nick	<u>Kernteam:</u> AU-6, Kluge AU-2, Boeres /Hajesch AM-2, T. Klaiss EG-50, V. Wagner	<u>Kernteam:</u> AU-6, Witschnig AU-6, Lehnert PA-13, Beisbart	<u>Kernteam:</u> MZ-10, Geckeler AU-6, Yokoyama	<u>Kernteam:</u> (tbd) PZ-11, Feldmann PS-5, Klyszcz PS-4, Ring / Löchel PZ-3, Hoffmann AU-6, Saager	<u>Kernteam:</u> AK-13, Vohrer AK-13, Pighi AK, Hatzel	AU-6, Berger Inkl. 4-Augenprinzip
Weitere Experten / Inputgeber	AU-6, Nick / Witschnig / Hoyer / Yokoyama / Whitaker FF-2, T. Schüssler / C. Wollmann AJ-C J. Liebhardt / R. Ratay FC-14, Nüsslein AK-40, Konert ...	AU-2, Meerwaldt EG-30, Martinez von Bülow EL-50, Breitenberger UD, Douglas/ Kottmann LI-P, Lempa-Kindler UA-76, Noor UA-76, Hang, Lehnert AK-21, Stewens AK-21, Poschenrieder AK-40, Konert ...	TN-2, Degenhart ML-241, Dierks AU-6, Lippoldt AU-6, Kaltwasser PA-13, Riedmaier / Strasser UA-72, Noor ...	MZ-10, C.Tobescu (weitere je nach Thema)	PZ-12, M. Starringer PZ-2, B. Stainer PZ-30, Mendius, Kurz PZ-31, A. Taube PZ-40, M. Tremmel PZ-41, M. Grönninger PS-1, M. Albrecht PS-3, R. Urlinger PS-40, M. Lange PW-54, N. Bieschke ...	EKS, B. Schroeer BSHQ, Hipp / Müller (Stiftungen) PZ-11, L. Krammer (Corp.Volunteering) PZ-30, M. Storim (Hochschulkooperationen) AK-13,T. Girst (Kultur) ...	Ca. 30-40 Netzwerkpartner

Projektmanagement: AK-13, K. Zöbelein / AU-6, M. Hilmer (intern) / BSD Consulting (extern)

An der Erstellung des SVR 2014 waren deutlich über 100 Kollegen aus allen Bereichen beteiligt.

DIE ERFAHRUNGEN.

„Müsliriegel und Peitsche“.

- Prozesse klar kommunizieren.
- Genauen Zeitplan vorgeben.
- Eindeutige Erwartungen kommunizieren (welche Informationen werden wie benötigt).
- Flexibilität und Härte ausgewogen einsetzen.

Prüfung.

- Eine strengere Prüfung schafft auch intern größeren Respekt vor dem Bericht.
- Der SVR wird inzwischen gleichberechtigt zum Geschäftsbericht verstanden.

Dank des Berichts wird das Thema Nachhaltigkeit auch intern besser verstanden.

- Nachhaltigkeit kostet nichts. Es ist stattdessen eine Investition in die Zukunft und bringt Profit.
- Nachhaltigkeit ist kein Charity-Programm, sondern muss von Fall zu Fall seinen Nutzen beweisen.

Risiken.

- Mehr Ideen (gut), aber nicht immer in die richtige Richtung (nicht gut).
- Gefahr, dass Nachhaltigkeit zu häufig (und in einem falschen Kontext) verwendet wird.

DAS FAZIT.



Eine gute und strukturierte Nachhaltigkeitsberichterstattung kann einen positiven Effekt für das Thema Nachhaltigkeit nach innen erzeugen!