

Presseinformation  
30. September 2015

## **BMW Group setzt gesetzlich geforderte Ziele für die Förderung von Frauen in Führungspositionen**

**München.** Bereits seit 2011 hat sich die BMW Group zum Ziel gesetzt, den Anteil von Frauen in Führungspositionen im Unternehmen zu steigern. Als einer der Mitinitiatoren der freiwilligen Selbstverpflichtung der 30 DAX Konzerne hat die BMW Group in den letzten Jahren eine Vielzahl von Maßnahmen umgesetzt, um Frauen gerade in technischen Berufen zu fördern und den Frauenanteil in Führungspositionen sowie im gesamten Unternehmen zu erhöhen. Jetzt hat der Automobilhersteller auch Ziele auf Basis des „Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen“ in Deutschland festgelegt. Nach dem am 1. Mai 2015 in Kraft getretenen Gesetz müssen in börsennotierten oder mitbestimmten Unternehmen bis 30. September 2015 der Aufsichtsrat für den Vorstand sowie der Vorstand für die erste und zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands Zielgrößen festlegen und Fristen für die Zielerreichung setzen.

Für den Aufsichtsrat der BMW AG gilt ab dem 1. Januar 2016 die gesetzlich vorgesehene Frauenquote von 30 Prozent. Gegenwärtig gehören dem Aufsichtsrat der BMW AG sechs Frauen an, davon drei Vertreterinnen der Arbeitnehmer und drei Vertreterinnen der Anteilseigner. Der Aufsichtsrat der BMW AG hat 20 Mitglieder. Das bedeutet, dass die gesetzlich vorgesehene Frauenquote von 30 Prozent bereits erfüllt wird.

Als Ziel für den Frauenanteil im Vorstand bis zum 31. Dezember 2016 hat der Aufsichtsrat der BMW AG festgelegt, dass dem Vorstand weiterhin mindestens eine Frau angehören soll. Dies entspricht bei einer Besetzung des Vorstands mit weiterhin acht Mitgliedern einem Anteil von mindestens 12,5 Prozent. Der Aufsichtsrat hält es für wünschenswert, den Vorstand auch mit einem höheren Frauenanteil besetzen zu können, und unterstützt deshalb die Aktivitäten des Vorstands, dafür den Frauenanteil auch auf den höchsten Führungsebenen im Unternehmen weiter zu steigern.

Für die erste Führungsebene unterhalb des Vorstands hat der Vorstand der BMW AG als Zielgröße festgelegt, dass der Frauenanteil bis zum 31. Dezember 2016 10 -12 Prozent betragen soll. Derzeit beträgt der Anteil von Frauen auf dieser Führungsebene 10 Prozent (Stand Juni 2015). Für die zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands wurde

Presseinformation  
Datum 30. September 2015  
Thema BMW Group setzt gesetzlich geforderte Ziele für die Förderung von Frauen in Führungspositionen  
Seite 2

eine Zielgröße von 6,0 - 8,0 Prozent bis zum 31. Dezember 2016 festgelegt. Der aktuelle Frauenanteil beträgt hier 5,1 Prozent (Stand Juni 2015).

Der Frauenanteil in der Gesamtbelegschaft der BMW AG in Deutschland betrug Ende Juni 2015 15,3 Prozent.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

**Unternehmenskommunikation**

Micaela Sandstede, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, [micaela.sandstede@bmwgroup.com](mailto:micaela.sandstede@bmwgroup.com)  
Telefon: +49 89 382-61611

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation, [nikolai.glies@bmwgroup.com](mailto:nikolai.glies@bmwgroup.com)  
Telefon: +49 89 382-24544

Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)  
E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)  
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>  
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>  
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>  
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>