



## Re-Source 2014: Konferenz der Umweltministerien und Umweltbundesämter Deutschlands, Österreichs und der Schweiz zum Wissensaustausch im Bereich Ressou

Re-Source 2014: Konferenz der Umweltministerien und Umweltbundesämter Deutschlands, Österreichs und der Schweiz zum Wissensaustausch im Bereich Ressourcenschonung. Vom 29. bis 30. April 2014 findet in Wien die Konferenz Re-source 2014 statt. Sie ist die größte länderübergreifende Fachtagung zum Thema "Ressourceneffizienz durch nachhaltige Abfallbewirtschaftung" im deutschsprachigen Raum. Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung diskutieren über nachhaltige Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft. Die Kreativberatung und BMW Group Tochterfirma DesignworksUSA wird auf Einladung des deutschen Umweltbundesamts zum Thema "Nachhaltigkeit und Design" referieren und aus dieser Perspektive Einblicke in die Praxis eines global agierenden Designstudios geben. Ressourcenschonung - von der Idee zum Handeln. Die Re-source stellt die vielfältigen Aspekte einer ökologischen Wertschöpfungskette in das Zentrum des Interesses. Der Bogen spannt sich von der nachhaltigen Produktentwicklung bis zum effizienten Konsum. Sechs aufeinanderfolgende Themenblöcke beschäftigen sich mit Fragen zu Konsumgewohnheiten und Änderungspotenzialen, zur Rolle von Design als Treiber nachhaltiger Produkte, zu Urban Mining und Seltenen Metallen als Aspekte der Kreislaufwirtschaft und zu den Möglichkeiten nachhaltiger Primärrohstoffgewinnung. Etwa 70 Prozent der späteren Umweltauswirkungen eines Produktes werden bereits in der frühen Entwicklungsphase und damit maßgeblich im Design festgelegt. Die Designberatung DesignworksUSA wird die Rolle des Designs bei der nachhaltigen Produktkonzeption und Entwicklung beleuchten. Sie wird ihren Appell für eine intensivere Zusammenarbeit im Bereich Nachhaltigkeit sowohl zwischen Unternehmen aber auch mit der Politik und der Wissenschaft bestärken und verdeutlichen, wie Design mit seiner Fähigkeit, Komplexität zu durchdringen, Kompetenzen zu vernetzen, ganzheitlich zu denken und Wechselwirkungen aufzuzeigen, als Mediator und Katalysator in der Produktentwicklung neue Möglichkeitsräume sichten und eröffnen kann. Die Re-source Konferenz ist eine länderübergreifende Zusammenarbeit des österreichischen und deutschen Umweltbundesamts, des deutschen Bundesumweltministeriums, des Schweizer Bundesamts für Umwelt und des Ministeriums für ein lebenswertes Österreich. Sie findet im 2-Jahresturnus statt. In Vorträgen beleuchten die ReferentInnen nationale Strategien zur Ressourcenschonung und systematische Ansätze für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft und diskutieren sie mit den TeilnehmerInnen. Praktische Beispiele aus der Wirtschaft untermauern die unterschiedlichen Ansätze und zeigen Positivbeispiele sowie künftige Handlungsfelder auf. [www.re-source2014.at](http://www.re-source2014.at) BMW Group DesignworksUSA ist eine Tochtergesellschaft der BMW Group mit Hauptsitz in Kalifornien und einem internationalen Studio-Netzwerk in Europa, Amerika und Asien. Schwerpunkte der Kreativarbeit liegen im Mobilitäts- und Produktdesign sowie in der strategischen Designberatung. Das ehemals selbständige Kreativstudio DesignworksUSA wurde von der BMW Group im Jahr 1995 übernommen und steht heute unter der Leitung von Präsident Laurenz Schaffer. BMW Group DesignworksUSA agiert als Impulsgeber für alle Marken des Mutterkonzerns und als Innovationsmotor für eine Vielzahl namhafter Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen wie der IT- und Unterhaltungselektronik, der Flugzeugtechnik, dem Medizin- und Umweltbereich oder der Lifestyle- und Sportbranche. Zum Kundenportfolio zählen namhafte Marken wie Embraer, Hewlett Packard, Microsoft, Neil Pryde Sennheiser und Siemens. [www.designworksusa.com](http://www.designworksusa.com) Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes. [www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com) Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Birgit Pucklitzsch <mailto:birgit.pucklitzsch@designworksUSA.com> Marketing und Kommunikation <tel:+49 89 548 49361> <tel:+49 89 5484 9399> <mailto:birgit.pucklitzsch@designworksUSA.com> Sophie Seidenath <mailto:sophie.seidenath@designworksUSA.com> BMW Design- und Lifestyle-Kommunikation <tel:+49 89 382 27473> <tel:+49 89 382 20626> <http://www.press.bmwgroup.com> <mailto:presse@bmw.de> 

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

[birgit.pucklitzsch@designworksUSA.com](mailto:birgit.pucklitzsch@designworksUSA.com)

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

[birgit.pucklitzsch@designworksUSA.com](mailto:birgit.pucklitzsch@designworksUSA.com)

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und

Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.