




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

BMW Group setzt gesetzlich geforderte Ziele für die Förderung von Frauen in Führungspositionen. 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 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 / Telefon: +49 89 382-61611 / Nikolai Glies / Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation / nikolai.glies@bmwgroup.com / Telefon: +49 89 382-24544 / Internet: www.press.bmw.de / E-Mail: 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 / Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup / Twitter: http://twitter.com/BMWGroup / YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview / Google+: http://googleplus.bmwgroup.com /  [http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_=596653" width="1" height="1"](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_=596653)

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

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.