

bi.vw

E230 Institut für Verkehrswissenschaften

Forschungsbereich für Verkehrsplanung und Verkehrstechnik
Research Center of Transport Planning and Traffic Engineering



*EXKURSION
Brüssel 2010*



Grundlagen der Verkehrsplanung

231.935

Exkursionsprotokoll



BMW- Group



Repräsentanz Brüssel

Haselbauer Katrin

Mat.: 0425815

Stud.: E 066 467

Lobbying-Arbeit BMW in Brüssel



Geschichte und Allgemeines

BMW ist seit 1992 mit 5 Mitarbeitern in Brüssel tätig.

Die Bayrischen Motoren Werke entwickelten sich aus Flugmotoren und Flugzeugfirmen der Flugpioniere Karl Rapp und Gustav Otto. Mit großen Limousinen, Coupés, Cabriolets und dem Roadster wird der Automobilbau im Münchner Stammwerk nach dem Krieg fortgesetzt.



Charakteristiken der Marke sind die typische Doppelniere als Kühlergrill und der Sechszylinder- Reihenmotor unter der Haube.

Zu BMW gehören auch die Marken Rolls- Royce und MINI. Es werden auch Fahrräder, Motorräder und Uhren hergestellt.

BMW beschäftigt um die 100.000 Mitarbeiter. In den letzten Jahren entwickelte sich ein signifikanter Absatzmarkt in China. Die Produktionswerke sind über den gesamten Kontinent verteilt. Die Komponenten und Motorenwerke befinden sich vorwiegend in Europa und hier vor allem in Großbritannien und Deutschland. Die Montagewerke verteilen sich über Südost- Asien und Afrika.

BMW möchte die Nummer 1 werden was die Nachhaltigkeit betrifft. Die Leistungen von BMW diesbezüglich werden auch von externer Seite honoriert. So konnte das Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit zahlreiche Spitzenplätze beim Dow Jones Sustainability Index erreichen und liegt auch auf Platz 4 der attraktivsten technischen Arbeitgeber.

Es konnte der Wasserverbrauch für die Produktion der Fahrzeuge von 900 Liter auf 600 gesenkt werden. Weiters versucht der Hersteller auch bei Bauteilen auf nachhaltige Werkstoffe zu setzen.

32 Modelle der BMW Group liegen bei einem maximalen CO₂ Ausstoß von 140 g CO₂ pro km. Das entspricht bei den neu verkauften Fahrzeugen einem Anteil von 40 Prozent der Flotte. Dies sind vor allem die kleinen Modelle. Große, schwere Geländefahrzeuge wie z.B.: der X5 erreichen diesen Wert bei weitem nicht. Es wurde auch bei der Werbung sehr viel auf die Frage des CO₂ Ausstoßes gesetzt. Eine Selbstverpflichtung von 140 g CO₂ pro Kilometer wurde in Angriff genommen. Es zeigte sich aber, dass sehr viele Kunden aber die großen Modelle X3 und X5 bevorzugen.

BMW Hydrogen7: 5 g	BMW 520d Touring: 5,3l/140g	BMW 520d: 5,1l/136 g	BMW 318d Touring: 4,8 l/125 g	BMW 320d Touring: 4,9l/130 g
				
BMW 320d Coupé: 4,8l/128 g	BMW 320d Cabriolet: 5,3l/140g	BMW 318d: 4,7l /123 g	BMW 320d: 4,8 l/128 g	BMW 116i 5-Türer: 5,8l/139 g
				
BMW 118i 5-Türer: 5,9l/140 g	BMW 118d 5-Türer: 4,5l/119g	BMW 120d 5-Türer: 4,8l/128 g	BMW 123d 5-Türer: 5,2 l/138 g	BMW 116i 3-Türer: 5,8l/139 g
				

Verbrauchsangaben: Liter/100 km im EU-Testzyklus

Abbildung 2: CO₂- Ausstoß der Fahrzeugflotte

Die Verbesserungen beim CO₂ Ausstoß konnten durch die „Start- Stop“ Automatik und Verbesserungen in der Motorentchnik erreicht werden.

Durch die Elektrofahrzeuge möchte man Modelle mit einem Ausstoß von 0 g CO₂ pro Kilometer auf den Markt bringen. Allerdings entstehen bereits bei der Herstellung erhebliche Mengen an CO₂. In den Mitgliedsstaaten gibt es große Unterschiede bei der Förderung von Elektromobilität.

Lobbying

Die BMW Group möchte der Europäischen Union die Sichtweise des Konzerns näher bringen. Auch die Interessen der Auftraggeber sollen an die Institutionen der EU herangetragen werden. Die Ansprechpartner sind hier die Mitarbeiter der Kommission und des Europäischen Parlamentes. Im Vordergrund steht das Networking mit den Entscheidungsträgern (MdEPs und Interessensverbänden)

Auch von Seiten der Institutionen der EU besteht Interesse an der Lobbying- Arbeit einzelner Konzerne und Organisationen. Da viele Gebiete eine enorme Komplexität aufweisen, wird die Expertise dieser Organisationen sehr geschätzt. Dabei ist den Mitarbeitern der Institution durchaus bewusst, welche Interessen hinter welchen Organisationen stehen. Die Entscheidungen über Gesetzesvorschläge müssen

letztendlich die Abgeordneten selbst treffen. Die Argumente werden auch der Kommission vorgebracht. Ob Argumente angenommen werden kann nicht beeinflusst werden. Die Parlamentarier vertreten die Meinungen der einzelnen Fraktionen. Man versucht auf die Auswirkungen von Gesetzesvorschlägen auf die BMW Group aufmerksam zu machen. Im Parlament gibt es einen großen Bedarf an Informationen.

Die BMW Group setzt auch auf den „Spaß-Aspekt“. Es werden Veranstaltungen zu EU-Themen organisiert. Dabei wird versucht auf gewisse Interessen hinzuweisen. Auch die Bewusstseinsbildung und die Weiterbildung sind Ziele dieser Veranstaltungen. So gab es zum Beispiel eine Veranstaltung zum Thema ÖKO-Innovation. Im Bereich der Lobbying-Arbeit gibt es eine sehr offene Diskussionskultur. Der Ablauf sieht so aus, dass ganz offen Termine mit den EU-Parlamentariern vereinbart werden, bei denen die Position des Unternehmens dargestellt werden.

Wenn es um Konzern überschreitende Interessen geht wird auch bei Verbänden wie ACEA und BDI mitgearbeitet. Oft ist ein einzelnes Unternehmen allein nicht durchschlagfähig.

Für das Unternehmen ist es auch wichtig frühzeitig überall dabei zu sein um alle wichtigen Entwicklungen rechtzeitig verfolgen zu können. Dies ist auch für die Planung des Mitarbeiterstabes von Vorteil, da man dadurch den zukünftigen Markt mit seinen Bedürfnissen besser abschätzen kann. So können Mitarbeiter rechtzeitig in bestimmten Sparten verschoben werden. Dies wird durch Monitoring von EU-Gesetzgebungen und Aktivitäten erreicht.

Medienarbeit & Probleme

Für große Konzerne wie die BMW Group, die Tausende von Mitarbeitern beschäftigen, besteht von Seiten der Medien ein verstärktes Interesse. Durch den Druck der Medien ist ein hohes Maß an „Commitment“, was die Arbeitsbedingungen in Entwicklungsländer betrifft notwendig. Aus den Produktionsstandorten kommen vielfach die Meldungen, dass die Mitarbeiter gerne dort arbeiten. AIDS stellt ebenfalls ein beachtliches Problem in Entwicklungsländer dar, da die Ausbildung von Mitarbeitern sehr teuer ist und es zu erhöhten Ausfallsraten kommt.

Künftige Entwicklungen

Die Produktion wird in Zukunft sehr von der Energie- Politik in den Vertriebsländern abhängen. Bei der Elektromobilität spielt vor allem der nationale Energiemix eine Rolle. Wenn es um den CO₂- Ausstoß geht, ist die Herkunft des Stromes z.B. aus Braunkohlekraftwerken ein Nachteil, da die Fahrzeuge in der Benutzungsphase CO₂ frei unterwegs sein sollen. Die Frage welche Art von Energie eingespeist wird, nimmt eine zentrale Position ein.

Elektro- Antrieb:

Ein erheblicher Nachteil des Elektro-Antriebs ist die eingeschränkte Reichweite von 150 km mit einer Akku- Ladung. Im Winter geht der Entladungsprozess schneller vor sich. Im Sommer benötigt man zusätzlich Energie um den Akku zu kühlen. Der Elektro- Antrieb führt auch dazu, dass das Fahrzeuggewicht um ca. 200 kg ansteigt. In Europa gibt es zu Zeit keinen einzigen Lehrstuhl für Batterieforschung.

Hybridantrieb:

Der Hybridantrieb wird wohl eher zu einer Übergangslösung werden. Für die Kunden sind durch ihn die Veränderungen nicht so stark wahrnehmbar.

Wasserstoff:

Der Einsatz von Wasserstoff als Energieträger für den Antrieb hat den Nachteil, dass die Lagerung von Wasserstoff nicht einfach ist, da dieser eine flüchtige Substanz darstellt. Es müsste auch eine eigene Tankstellen- Infrastruktur aufgebaut werden.

Markttrends

Mit Elektro- Autos kann zur Zeit nicht wirklich Geld verdient werden. An dieser Entwicklung wird sich auch in den nächsten Jahren nicht viel ändern. Bei den Fahrzeugflotten geht die Entwicklung eher in Richtung „downsizing“ beim Gewicht. Die Vorschläge der Kommission wirken sich positive auf den Kleinwagensektor aus, führen aber zur Benachteiligung beim Premiumsektor. Man setzt auch auf kleine Autos mit geringem CO₂ Ausstoß um den Flottenwert zu senken. Um den Ausstoß nachhaltig zu senken, müssen alle Fahrzeugklassen effizienter werden.

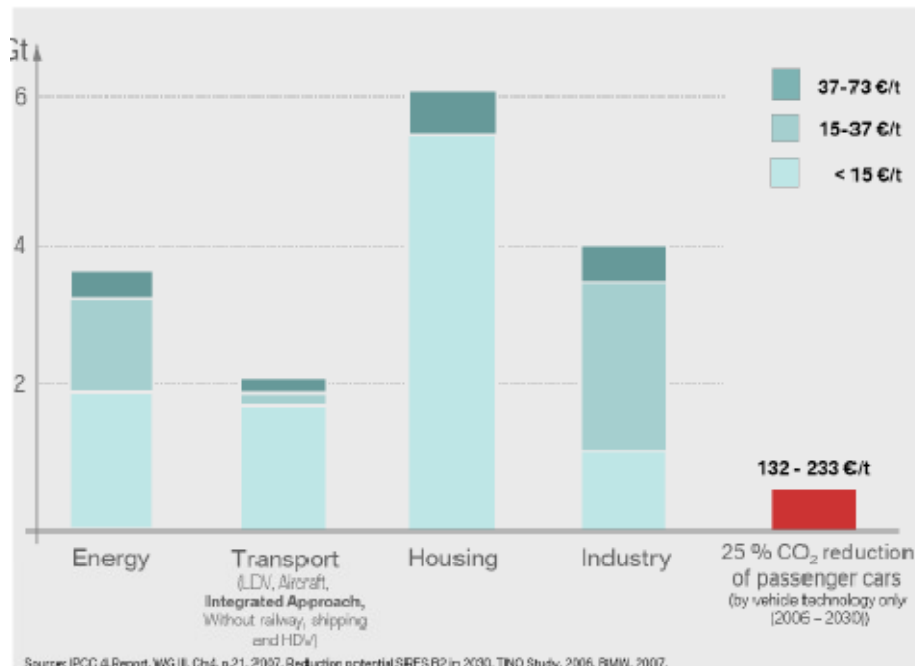


Abbildung 3: CO₂ Maßnahmen in verschiedenen Sektoren.

Die Institutionen müssen auch entscheiden in welchen Bereichen am Stärksten eingespart werden soll. CO₂-Einsparungen haben unterschiedliche Kosten in den einzelnen Bereichen. Gemeint sind die Bereiche Energie, Transport, Wohnen und Industrie. Fahrzeugtechnologien sind überdurchschnittlich teuer. Die Automobilhersteller sind der Auffassung, dass ihr Geschäftszweig hier übermäßig belastet wird.

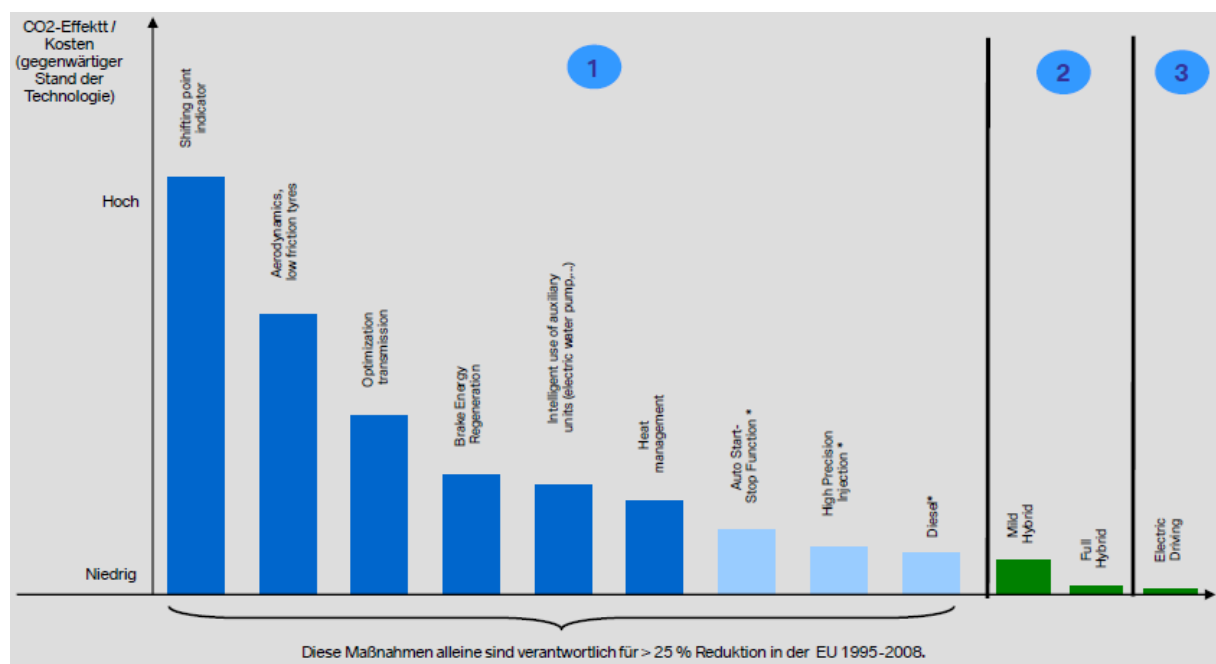


Abbildung 4: Maßnahmen zur CO₂-Reduktion

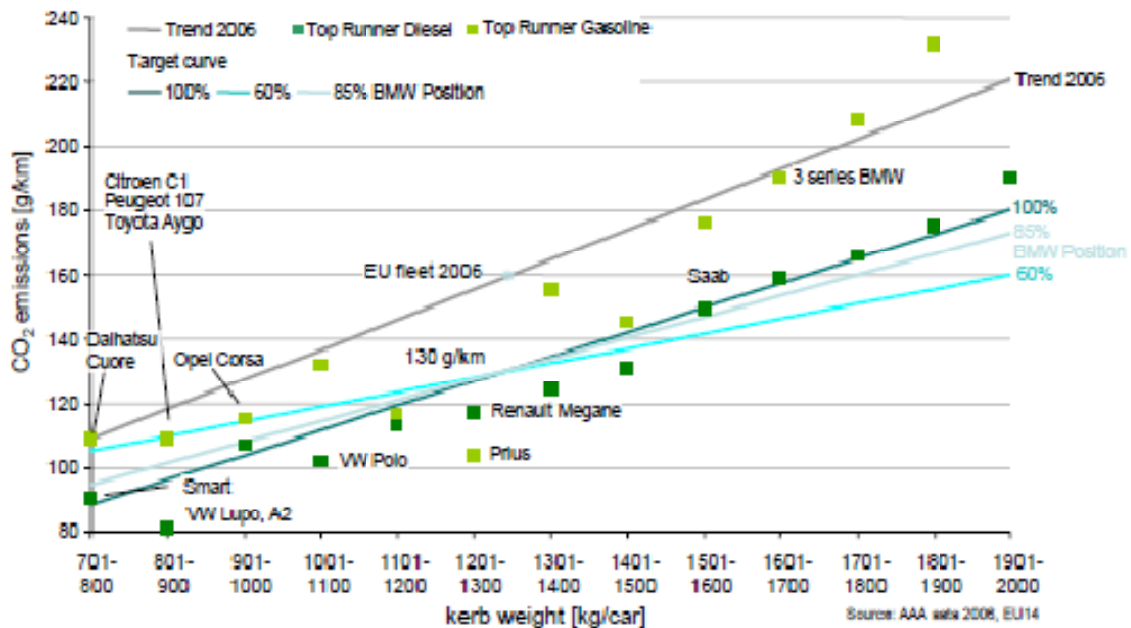


Abbildung 5: CO₂ Ausstoß verschiedener Fahrzeugtypen

Trends weg vom SUV hin zu Fahrzeugen mit weniger Verbrauch sind vernehmbar. Das Ziel der BMW Group ist es auch Fahrzeuge zu entwickeln die Fahrdynamik und Fahrspaß vermitteln aber einen geringen Verbrauch und CO₂ Ausstoß aufweisen. Der CO₂ Ausstoß sollte immer in Relation zum Gewicht gesehen werden.