

René Diekmann

Corporate Social Responsibility in der Automobilbranche

Analyse von Entwicklungstrends und Veränderungen
anhand der Nachhaltigkeitsberichte der BMW Group
zwischen 2014 und 2019

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346488794

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1128773>

René Diekmann

Corporate Social Responsibility in der Automobilbranche

Analyse von Entwicklungstrends und Veränderungen anhand der Nachhaltigkeitsberichte der BMW Group zwischen 2014 und 2019

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

**Corporate Social Responsibility in der
Automobilbranche -**
Analyse von Entwicklungstrends und Veränderungen an-
hand der Nachhaltigkeitsberichte der BMW Group zwischen
2014 und 2019

Bachelorarbeit
zur Erlangung des akademischen Grades eines
Bachelor of Arts

Verfasser: René Noel Diekmann

Ausgabetermin: 28.07.2020

Abgabetermin: 27.11.2020

Abstract

In dieser Bachelorarbeit wird Brandmanagement und Corporate Social Responsibility am Beispiel des Automobilherstellers BMW thematisiert. Das Ziel ist es, Entwicklungstrends der Nachhaltigkeitsberichte des Unternehmens aus den Jahren 2014 und 2019 zu analysieren und zu vergleichen. Um die Implementierung von Nachhaltigkeit in das Brandmanagement und die Unternehmensphilosophie bewerten zu können, werden Ziele und Maßnahmen ausgewertet. Die Forschungsfrage wird mittels einer qualitativen Forschung und einem deduktiven Vorgehen beantwortet. Gewonnene Erkenntnisse bezüglich Nachhaltigkeit in der Automobilindustrie zeigen auf, dass Brandmanagement sich an gesellschaftliche, ökonomische und ökologische Aspekte ausrichten muss. Wissenschaftlich relevante Quellen, sowie Nachhaltigkeitsberichte und wesentliche Sekundärliteratur werden zur ganzheitlichen Betrachtung der Thematik verwendet. Es kann die erfolgreiche Weiterentwicklung der BMW Group an aktuelle Trends festgestellt werden und mithilfe von zentralen Aspekten, wie der Elektromobilität und der Reduzierung von CO₂-Emissionen, die weitestgehende Verbesserung von Nachhaltigkeit im Vergleich zu 2014 bei der BMW Group erkannt werden.

This bachelor thesis deals with brandmanagement and corporate social responsibility using the automobile manufacturer BMW as an example. The goal is to analyze and compare development trends in the company's sustainability reports from 2014 and 2019. In order to evaluate the implementation of sustainability in brandmanagement and corporate philosophy, goals and measures are identified. The research question is answered by applying qualitative research and a deductive approach. Gained insights regarding sustainability in the automotive industry show that brandmanagement has to be oriented towards social, economic and ecological aspects. Scientifically relevant sources, as well as sustainability reports and essential secondary literature are used for a holistic view of the topic. The successful further development of the BMW Group in line with current trends can be determined and with the help of central aspects such as electric mobility and the reduction of CO₂-emissions, a largely improvement in sustainability compared to 2014 can be identified at the BMW Group.