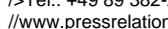




Personelle Veränderungen im Vertrieb Deutschland der BMW Group

Personelle Veränderungen im Vertrieb Deutschland der BMW Group
München. Helmut Käs (48) übernimmt ab 1. Juli 2014 die Leitung der BMW Welt in München. Der bisherige Leiter des BMW Gebrauchtwagenzentrums in München Fröttmaning folgt auf Thomas Muderlak (44), der künftig die BMW Niederlassung in Chemnitz leiten wird. Helmut Käs ist seit 1990 bei der BMW Group und war vor seiner Tätigkeit als Leiter der Filiale Fröttmaning langjähriger Leiter von MINI München. Thomas Muderlak ist seit 2003 für die BMW Group tätig, unter anderem als Launch Manager für die BMW 1er Reihe und als Leiter für internationale Messeauftritte. Seit 2010 war er Hausherr der BMW Welt. Der bisherige Chemnitzer Niederlassungsleiter Ernst von Heyking (55) wird nach München wechseln und dort für den Vertrieb an Mitarbeiter auf dem deutschen Markt verantwortlich sein. Florian Thunn (44) verantwortet ab 1. Juli den Verkauf Gebrauchte Automobile in München Fröttmaning. Aus der BMW Niederlassung München Filiale Solln wechselt Michael Mair (36), Leiter Verkauf Neue Automobile, zunächst als kommissarischer Leiter zu MINI München. Sein Vorgänger Rudolf Leberfing (46) zeichnet künftig verantwortlich für die Vertriebsregion West. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Daria Gotto-Nikitina, BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Sprecherin Marketing und BMW Welt
Tel. +49 89 382-60340
Daria.Gotto-Nikitina@bmw.de
Bernhard Ederer, BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Sprecher Vertrieb Deutschland
Tel.: +49 89 382-28556
Bernhard.Ederer@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@bmw.de


Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.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.