



Zehn Jahre BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim

Zehn Jahre BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim
Die BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim konnte heute feierlich ihr zehnjähriges Jubiläum begehen. Dr. Herbert Grebenc, Leiter Immobilien, Facility Management und Konzernsicherheit bei der BMW Group, und Joachim Geißler, Leiter Qualifizierung und Retail HR in der BMW Group Trainingsakademie, begrüßten die Gäste. Auch Christoph Böck, Bürgermeister von Unterschleißheim, nahm am Festakt teil. Die BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim setzt weltweit Maßstäbe für alle handelsbezogenen Schulungszentren des Unternehmens. Sie ist zudem Ausgangspunkt für "Future Retail HR", dem globalen Vertriebsprogramm der BMW Group für Personalmanagement im Handel. Modellanläufe, neue Werkstattssysteme, erweiterte Möglichkeiten im Kundenkontakt - Autohäuser und ihre Mitarbeiter müssen bei ihren täglichen Aufgaben stets auf dem aktuellsten Stand sein, um ihren Kunden Premium Service zu bieten. Seit ihrer Eröffnung am 29. Juli 2004 steht die BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim für eine umfassende Qualifizierung der BMW Group Handelsorganisation im technischen Bereich sowie in Management und Verkauf. Für optimale Lernbedingungen sorgt die moderne und offene Architektur der BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim. Alle Schulungsräume sind unter einem Dach und alle Bereiche visuell miteinander vernetzt, so dass hier ein intensiver Austausch stattfinden kann", so Dr. Herbert Grebenc. Die BMW Group hat 2004 mit der Eröffnung der Trainingsakademie in Unterschleißheim weltweit neue Maßstäbe im Bereich Training in der Automobilindustrie gesetzt. Wir freuen uns, dass das Flaggschiff der BMW-Schulungsangebote seither bei uns beheimatet und eines der Aushängeschilder unter unseren ortsansässigen Firmen ist", so der Bürgermeister von Unterschleißheim. In der BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim wird der Takt für das globale Personalmanagement Programm der BMW Group "Future Retail HR" vorgegeben. Damit leisten wir einen wesentlichen Beitrag zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der hohen BMW Händlerstandards und zur Steigerung der Kundenzufriedenheit weltweit", ergänzte Joachim Geißler. Taktgeber für Händlerstandards "Future Retail HR" ist Bestandteil des weltweiten Vertriebsprogramms "Future Retail" der BMW Group, mit dem das Kundenerlebnis verbessert und neue Maßstäbe für den Einzelhandel in der Automobilindustrie gesetzt werden sollen. Es wird von der Konzeption bis in die internationale Umsetzung durch die Trainingsakademie Unterschleißheim begleitet und umgesetzt. Employer Branding und Recruitment, Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung oder Zufriedenheitsbefragungen sind Teil von "Future Retail HR". Die entsprechenden Trainings sind in den Retail Standards der europäischen Händlerverträge der BMW Group verankert. Bereits heute werden die Future Retail HR Services in der Handelsorganisation in Australien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den USA eingesetzt. Weitere Länder folgen. Bilanz: 750.000 Mitarbeiter geschult, 25.000 Seminartage gehalten. Seit 2004 hat die Trainingsakademie Unterschleißheim rund eine dreiviertel Million Mitarbeiter der BMW Group Handelsorganisation aus 80 verschiedenen Ländern geschult und circa 100 Fahrzeuglaunche mit begleitet. 25.000 Seminartage wurden gehalten, im Schnitt finden jährlich 1.000 Veranstaltungen im Bereich des technischen Trainings statt. Die Verbindung von Lernen und Erleben steht bei den Schulungen im Vordergrund. So beläuft sich der Praxisanteil bei technischen Trainings auf 80%. Der Theorieanteil wird unter anderem in interaktiven Online-Formaten vermittelt. In der BMW Group Trainingsakademie Unterschleißheim sind fast 200 Mitarbeiter beschäftigt. Außendienstmitarbeiter, Trainer und Coaches durchlaufen Zertifizierungsprogramme. Weltweit existieren 51 Trainingszentren in allen Kontinenten der Welt. Zwischen der BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim und den internationalen Schulungszentren finden regelmäßige Expertenmeetings und "Train the Trainer" Veranstaltungen statt, um ein weltweit gleichbleibend hohes Niveau der Händlerqualifizierung zu gewährleisten. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Unternehmenskommunikation Bernhard Ederer BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation Sprecher Vertrieb Deutschland Tel.: +49 89 382-28556 Bernhard.Ederer@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 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

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.