



Detlef Schmelz wird neuer Leiter der BMW Niederlassung Dortmund

Detlef Schmelz wird neuer Leiter der BMW Niederlassung Dortmund

München. Detlef Schmelz (51) übernimmt zum 01. September 2013 die Leitung der BMW Niederlassung Dortmund. Sein Vorgänger Gotthold Heim (52) hat zum 01. Juni 2013 die Leitung der BMW Niederlassung Kassel übernommen.
Detlef Schmelz ist seit mehr als 30 Jahren für die BMW Group tätig und startete seine Laufbahn bei BMW als Auszubildender zum Groß- und Außenhandelskaufmann in der Niederlassung Bonn. Anschließend folgten verschiedene Funktionen innerhalb der deutschen BMW Niederlassungen. Zuletzt leitete Schmelz den Verkauf Gebrauchte Automobile im Niederlassungsverbund Sachsen sowie die BMW Filiale am Werk Leipzig.
Detlef Schmelz, der den Niederlassungsverbund NRW aus seiner Zeit als Leiter Gebrauchte Automobile in Düsseldorf und Bonn kennt, zu seiner neuen Aufgabe in Dortmund: "Ich freue mich sehr auf die neue Herausforderung und bedanke mich für das Vertrauen, welches mir in der neuen Position entgegengebracht wird."
Gotthold Heim, der seit 2007 die BMW Niederlassung Dortmund leitete, ist bereits seit 27 Jahren für die BMW Group tätig. Nach einigen Stationen im Vertrieb wurde er zum Leiter Verkauf Außendienst in Stuttgart, anschließend Gesamtverkaufsleiter in Dresden. Nachdem er bis 2006 die Filiale Rosenheim der Niederlassung Stuttgart leitete, kam er an die Spitze der BMW Niederlassung Dortmund. Seit Juni leitete er die BMW Niederlassung Kassel.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Birgit Hiller, Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Birgit.Hiller@bmw.de
Telefon: +49 89 382-39169, Fax: +49 89 382-24418
Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
 Alexander.Bilgeri@bmw.de
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418
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. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indices.
 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

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.