

Presse-Information
12. Mai 2021

Integriert, global, themenorientiert: BMW Group richtet Konzernkommunikation und Politik für die Zukunft aus

+++ Klare Ausrichtung an Themen und Inhalten +++ Integration interner und externer Kommunikation +++ Verzahnung von Marktkommunikation und Politik +++ Media House ist Drehpunkt für Orchestrierung und digitale Kanäle +++ BMW Group Classic setzt Erfolgsgeschichte fort +++

München. Die BMW Group hat ihren Bereich Konzernkommunikation und Politik zum 1. Mai 2021 neu ausgerichtet. Die zentralen Elemente der Neuausrichtung: Interne und externe Kommunikation werden verknüpft und orientieren sich zielgruppenunabhängig an Themen. Zudem werden Kommunikationsstrategie, Media House, Politik, Außenbeziehungen und Marktkommunikation global noch stärker verzahnt. So erhöht die BMW Group ihre kommunikative Präsenz und Schlagkraft auch international.

Maximilian Schöberl, Generalbevollmächtigter der BMW AG und Leiter des Bereichs Konzernkommunikation und Politik hierzu: „Die BMW Group und ihre Marken stehen im intensiven Dialog mit ganz unterschiedlichen Zielgruppen – intern wie extern. Deshalb ist es für uns essenziell, unsere Kommunikationsaktivitäten ganzheitlich, stringent und zielgruppenübergreifend zu planen. Dazu zählt das Ausspielen über unsere eigenen internen und externen Kanäle. Die Integration von interner und externer Kommunikation sowie die enge Verzahnung von Kommunikationsstrategie, Marktkommunikation und Politik sind innovative Schritte, um unser volles Potenzial ausspielen zu können.“

Zukünftig besteht der Bereich Konzernkommunikation und Politik unter der Leitung von Maximilian Schöberl aus fünf Hauptabteilungen. Die klare Themenorientierung zeigt sich an der Ausgestaltung der beiden Hauptabteilungen „Kommunikation Konzern, Finanzen, Vertrieb, Produkt, Technologie, Design“ und „Kommunikation Personal, Produktion, Einkauf, Nachhaltigkeit“. Diese beiden Hauptabteilungen verantworten zukünftig sämtliche Kommunikationsaktivitäten zu ihren jeweiligen Themen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Journalistinnen und Journalisten sowie weiteren Multiplikatoren. Nikolai Glies leitet die Hauptabteilung „Kommunikation Konzern, Finanzen, Vertrieb, Produkt, Technologie, Design“. Die Hauptabteilung „Kommunikation Personal, Produktion, Einkauf, Nachhaltigkeit“ wird

Presse-Information
Datum 12. Mai 2021
Thema BMW Group richtet Konzernkommunikation und Politik für die Zukunft aus.
Seite 2

zunächst von Alexander Bilgeri kommissarisch geleitet werden. Birgit Hiller, bisher verantwortlich für die Hauptabteilung, verlässt das Unternehmen auf eigenen Wunsch.

Die Hauptabteilung „Politik, Außenbeziehungen, Marktkommunikation Amerika, Asien-Pazifik, Afrika“, die von Glenn Schmidt geführt wird, verantwortet die globale Interessenvertretung gegenüber politischen Stakeholdern und Multiplikatoren. Darüber hinaus umfasst die Hauptabteilung nunmehr auch die Marktkommunikation in den Regionen Amerika, Asien-Pazifik und Afrika. Im Sinne einer ganzheitlichen Kommunikation werden außerdem die Politik- und PR-Funktionen in ausgewählten Märkten zusammengeführt, um den „One Voice“-Kommunikationsansatz weiter auszubauen.

Die Hauptabteilung „Strategie, Services, Media House, Marktkommunikation China, Europa“ übernimmt die Kommunikation für Europa und den größten Einzelmarkt China unter Leitung von Alexander Bilgeri. Außerdem verantwortet die Funktion die Konzernkommunikationsstrategie, die Konzernaussagen und die PR-Veranstaltungen der BMW Group. Das Media House ist ebenfalls Teil dieser Hauptabteilung: Als Zentralfunktion in München orchestriert und entwickelt es das globale Storytelling weiter und betreut die digitalen Kanäle des Unternehmens.

Als fünfte Hauptabteilung bleibt die BMW Group Classic ein integraler Bestandteil des Bereichs Konzernkommunikation und Politik. BMW Group Classic betreut das Archiv, die Sammlung historischer Fahrzeuge, die Classic Services und das BMW Museum. Neuer Hauptabteilungsleiter ist Helmut Käs, der bislang für die BMW Welt verantwortlich war. Er folgt damit Ulrich Knieps, der Ende 2020 in den Ruhestand getreten ist.

Im Rahmen der Neuausrichtung wurde die Zusammenarbeit des Marketings für die Marke BMW und der Unternehmenskommunikation der BMW Group weiter gestärkt und intensiviert. Durch eine gemeinsame Ausrichtung der Agentur- und Dienstleisterlandschaft können externen Zielgruppen des Unternehmens global noch individueller und erfolgreicher angesprochen werden. Ein zentraler Teil der vertieften Kooperation ist die gemeinsame Mandatierung der TheGame Group, die zum 1. April 2021 erfolgte. Die TheGame Group ist

Presse-Information

Datum 12. Mai 2021

Thema BMW Group richtet Konzernkommunikation und Politik für die Zukunft aus.

Seite 3

eine exklusive, auf die Bedürfnisse der BMW Group und der Marke BMW maßgeschneiderte Agentur. So unterstreicht die BMW Group ihren Anspruch, die modernste und innovativste Kommunikationsinfrastruktur im Markt zu entwickeln.

„Wir haben uns in den letzten Monaten intensiv damit auseinandergesetzt, wie wir die Kommunikation der BMW Group in Zukunft gestalten möchten. Moderne Strukturen, klare Verantwortlichkeiten und effiziente Prozesse sind wesentliche Bestandteile unseres Erfolges. Mit unserer neuen Aufstellung und unserem ganzheitlichen Kommunikationsansatz sind wir in einer hervorragenden Position, um den Weg der BMW Group in die Zukunft kommunikativ erfolgreich zu begleiten und den Wandel in unserer Industrie aktiv mitzugestalten“, sagte Schöberl.

Zudem kommt es zum 1. Juni 2021 zu folgenden personellen Veränderungen: Manuel Sattig, bisher Leiter „Kommunikation der Werke Oxford, Swindon, Hams Hall“, verantwortet künftig die „Kommunikation der Werke Dingolfing und Landshut“. Bis zur Nachbesetzung wird Graham Biggs, Leiter Kommunikation Vereinigtes Königreich und Irland, diese Funktion kommissarisch führen. Sattig folgt auf Bernd Eckstein, der die Leitung der Abteilung „Kommunikation Einkauf, Lieferantennetzwerk, Nachhaltigkeit“ übernehmen wird. Der bisherige Stelleninhaber Frank Wienstroth wird Leiter der Abteilung „Kommunikation Innovation, Design, Technologie, Digital Car“. Er folgt auf Benjamin Titz, der zukünftig das Media House verantwortet.

Presse-Information

Datum 12. Mai 2021

Thema BMW Group richtet Konzernkommunikation und Politik für die Zukunft aus.

Seite 4

Die BMW Group

Die BMW Group Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte

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>