

Mark Backé folgt auf Philipp Odermatt bei der BMW (Schweiz) AG als Leiter Marketing.

Backé (44) startete seine Laufbahn – nach seinem Wirtschaftsstudium an der Universität in Augsburg und München – 1993 in der Zentrale der BMW AG in München in der Unternehmenskommunikation mit Ausflügen zu MINI und Rolls-Royce. Er wechselte 2004 ins Zentrale Marketing in die Bereiche Internationale Messen, Produkt Launch Marketing und zeichnete zuletzt verantwortlich als Leiter strategisches Event und Erlebnis Marketing.

Backé folgt auf Odermatt (47), der nach 19-jähriger Tätigkeit bei der BMW (Schweiz) AG eine neue Herausforderung in der Selbständigkeit (Training, Coaching und Consulting) antritt. Odermatt startete seine Karriere als Regionalleiter. In seiner Laufbahn fungierte er ausserdem als Schulungsleiter und Presseverantwortlicher. Zudem war er Mitverantwortlicher für den Umbau der Niederlassung in Dielsdorf, die er von 2005 bis 2007 führte. Seit 2008 leitete er den Bereich Marketing.

Für weitere Informationen:

BMW (Schweiz) AG
Corporate Communications
Axel Schmidt
Industriestrasse 20
8157 Dielsdorf
Tel. 058 269 10 92
Fax 058 269 15 13
E-Mail Axel.AS.Schmidt@partner.bmw.ch
www.press.bmwgroup.com

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.