

Presse-Information

05. August 2021

**Intelligente Strategie für flexibles Arbeiten:
BMW (Schweiz) AG bietet ihren Beschäftigten langfristige
Homeoffice-Regelung an.**

Geschäftsführung zieht Schlussfolgerungen aus den pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen und der gelungenen Umsetzung in Zeiten des Lockdowns. Beschäftigte können auch nach Ende der Homeoffice-Empfehlung bis zu 40 Prozent ihrer Arbeitszeit zu Hause oder mobil absolvieren. Neues Modell schafft zeitgemässe Balance zwischen notwendiger Präsenz im Büro und individueller Work-Life-Integration. Unternehmen unterstützt Mitarbeitende finanziell bei der Ausstattung von Heimarbeitsplätzen.

Dielsdorf. Mit einer intelligenten Strategie für flexibles Arbeiten zieht die Geschäftsführung der BMW (Schweiz) AG jetzt die Schlussfolgerungen aus den Erfahrungen, die während der Lockdown-Phase der zurückliegenden Monate gesammelt wurden. Die Beschäftigten des Unternehmens erhalten auch zukünftig, dauerhaft und unabhängig von der Pandemie-Lage die Möglichkeit, bis zu 40 Prozent ihrer Arbeitszeit im Homeoffice beziehungsweise mobil zu absolvieren. «Unsere Mitarbeitenden sind unser wertvollstes Kapital. Deshalb wollen wir ihnen bei der Gestaltung ihrer Arbeitszeit die Flexibilität geben, die sie brauchen», sagt Paul de Courtois, President & CEO der BMW (Schweiz) AG.

Mit dieser Regelung will das Unternehmen dazu beitragen, eine ausgewogene Balance zwischen der notwendigen Präsenz im Büro und einer besseren Vereinbarkeit von Privatleben, Familie und Beruf zu schaffen. «Wir schätzen das gemeinsame Arbeiten, aber wir wissen auch um die Vorteile des Homeoffice», so Paul de Courtois weiter. Flexible Modelle auf diesem Gebiet seien ein wichtiger Faktor für die Attraktivität eines Unternehmens als Arbeitgeber. «Wir sind davon überzeugt, dass unsere neue Regelung einen wichtigen Beitrag zur Work-Life-Integration leistet.»

Für viele Beschäftigte der BMW (Schweiz) AG war Homeoffice auch in früheren Zeiten bereits eine Option, die unter gewissen Umständen und in Absprache mit der jeweiligen Führungskraft genutzt werden konnte. Während des pandemiebedingten Lockdowns wurde das Arbeiten in den eigenen vier Wänden für einen Grossteil der Belegschaft zum Normalfall und dank ihres Engagements auch zu einem gelungenen Testlauf für eine langfristige Etablierung von Homeoffice.

Firma
BMW (Schweiz) AG

Ein Unternehmen
der BMW Group

Anschrift
Industriestrasse 20
Postfach
CH-8157 Dielsdorf

Telefonzentrale
+41 58 269-1111

Fax
+41 58 269-1511

Internet
www.bmw.ch
www.mini.ch
www.bmw-motorrad.ch

Unternehmens-ID
CHE-105.974.654 HR
CHE-116.284.140 MWST

Die praktische Ausgestaltung des neuen Homeoffice-Modells wird auch in Zukunft mit der jeweiligen Abteilungsleitung koordiniert. Die Führungskräfte informieren die Beschäftigten auch über die Möglichkeit einer finanziellen Unterstützung für die Büroausstattung daheim. «Nicht für jeden ist der Wechsel ins Homeoffice so einfach möglich», weiss Paul de Courtois. «Oft fehlt es an der technischen Ausstattung wie etwa einem schnellen WLAN für flüssiges Arbeiten oder einem guten Schreibtisch oder Bürostuhl.» Die BMW (Schweiz) AG unterstützt daher jeden Mitarbeitenden mit einer einmaligen finanziellen Flexibilisierungs-Vergütung. «Damit wollen wir uns an den Kosten für die Ausstattung im Homeoffice beteiligen», sagt Paul de Courtois. Anspruch auf die volle Vergütung haben alle Beschäftigten, deren Arbeitspensum 60 Prozent und mehr beträgt. Bei einem niedrigeren Arbeitspensum wird der Betrag anteilig berechnet.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Switzerland
Sandro Kälin, Corporate Communications
Email: sandro.kaelin@bmw.ch
Tel.: +41 58 269 10 92
Media-Website: www.press.bmwgroup.com

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 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>