

carit KONGRESS

DIE DIGITALE REVOLUTION DER AUTOMOBILINDUSTRIE

28. September 2016 – IAA Hannover



Dieter May

Senior Vice President Digital Services
und Business Models, BMW



Vita

Dieter May ist im Mai 2014 als Senior Vice President Digital Services und Business Models zu BMW gekommen.

Aus seiner Tätigkeit in globalen Hightech-Unternehmen verfügt er über 23 Jahre Erfahrung in verschiedenen Sparten – unter anderem mobile Produkte, große cloudbasierte Verbraucherservices und Halbleitertechnologie. Hr. May war erfolgreich an der Skalierung, Umwandlung und Neupositionierung globaler Unternehmen beteiligt.

Im Verlauf seiner Karriere hat Hr. May große und hochleistungsfähige Teams in den USA, Europa, Indien und China zusammengestellt und geleitet. Zu seinem Portfolio gehören unter anderem die Einrichtung digitaler Kundendienstleistungen bei Nokia mit mehr als 200 Mio. aktiven Benutzern, wobei der Schwerpunkt auf Wachstumsmärkten liegt, um die nächste Milliarde Kunden mit dem Internet zu verbinden. Außerdem war er Leiter der Emerging Businesses Unit von Nokia und maßgeblich an verschiedenen strategischen Übernahmen beteiligt.

Während seiner Zeit als Leiter Corporate Strategy bei Infineon konnte das Unternehmen wesentliche Fortschritte im System- und Lösungsgeschäft verzeichnen. Hr. May war außerdem für die Neuausrichtung eines der globalen Geschäftsbereiche von Infineon verantwortlich. Zusätzlich zu seinem Berater-Hintergrund bei Booz bekleidete Hr. May Management-Positionen bei Motorola Semiconductors und IBM.

carit CONGRESS

THE DIGITAL REVOLUTION OF THE AUTOMOBILE INDUSTRY

September 28, 2016 – IAA Hanover



Dieter May

Senior Vice President Digital Services
and Business Models, BMW



Vita

Dieter May joined BMW in May 2014 as Senior Vice President Digital Services and Business Models. He has 23 years of experience in global high tech companies, spanning mobile products, large-scale cloud based consumer services and semiconductor technology. Mr. May has a track record in scaling, transforming and re-positioning of global businesses.

During his career, he built and managed large scale and high performance teams in the US, Europe, India and China. His portfolio includes setting-up digital consumer services activities in Nokia with more than 200 M active users and focus on emerging markets, connecting the next billion consumers to the internet. He also ran Nokia's Emerging Businesses Unit and was instrumental in multiple strategic acquisitions.

During Mr. May's Corporate Strategy leadership with Infineon, the company made significant strides into the systems and solutions business and built the basis for its China activities. He was also turning around one of Infineon's global business divisions. In addition to his consulting background with Booz, Mr. May held management positions with Motorola Semiconductors and IBM.