



Medien-Information

2. Februar 2011

Neues Gesicht für die Metro der Zukunft.

BMW Group DesignworksUSA entwickelt das Design für die Metro Inspiro, die neueste U-Bahn von Siemens / Warschau bestellt 35 Züge im Wert von 270 Mio. Euro..

Los Angeles/München/Singapur. In den Städten nimmt Design immer mehr Fahrt auf. Die Identität von Metropolen wird in besonderem Maße durch die Qualität und den visuellen Eindruck des öffentlichen Nahverkehrs bestimmt. Im Sommer 2010 beauftragte Siemens die BMW Group Tochtergesellschaft DesignworksUSA, für die neue Metro Inspiro das Design zu entwickeln – ein weiteres Kapitel in der langjährigen Kooperation der beiden Partner. Mit der Metro Inspiro will Siemens in dieser Klasse neue Maßstäbe setzen. Für das Designteam galt es, die Anforderungen von Siemens, von potentiellen Betreibern, von Fahrgästen und der Umwelt miteinander zu verbinden. Durch ein intelligentes Zusammenspiel von modernster Technologie und emotionalem Design soll der städtischen Mobilität eine neue und nachhaltige Erlebnisqualität gegeben werden. Siemens beteiligt sich mit dem neuen Design weltweit an Ausschreibungen für innerstädtische Metroflotten. Das globale Wachstumspotential für diesen Mobilitätsbereich wird auf etwa vier Prozent geschätzt.

Erfolgsfaktor Design für Städte im Wettbewerb.

Siemens ist überzeugt davon, dass ein sicherer und schneller öffentlicher Personennahverkehr über die Lebensqualität und die Wettbewerbsfähigkeit in Städten und Regionen rund um den Globus entscheidet. Nachhaltige, vernetzte und optimal kanalisierte Mobilität sei ein Schlüsselthema des 21. Jahrhunderts. Als global arbeitendes Designstudio, mit einer Vielzahl von Kunden, unter anderem aus der Automobil-, Yacht- und Flugzeugindustrie, verfügt DesignworksUSA über branchenübergreifende Erfahrung im nachhaltigen Mobilitätsdesign. Beim Metro-Auftrag des Kunden Siemens lautete die Aufgabe an das Designteam: Gestiegenen Ansprüchen an Fahrkomfort und Raumgefühl gerecht zu werden, die Beförderungskapazität zu optimieren und mehr Möglichkeiten für Individualisierung bei lokalen Verkehrsbetrieben zu schaffen. Prägnante Design-Features sollten Siemens eine unverkennbare Präsenz auf der Schiene geben. „Im Wettbewerb untereinander werden sich Städte durch die Qualität ihrer Verkehrssysteme Vorteile sichern. Die mobilen Möglichkeiten

Firma
BMW Austria
Gesellschaft mbH

Postanschrift
PF 303
5021 Salzburg

Telefon
+43 662 8383 9100

Internet
www.bmwgroup.com

von Megacities mit den Interessen der Menschen zu vernetzen, ist die wichtigste Aufgabe für das Mobilitätsdesign“, fasst Laurenz Schaffer, Präsident von DesignworksUSA, zusammen.

Design-Plattform und intelligente Detail-Lösungen.

Um viel Raum für Individualisierung bei der Metro Inspiro zu gewähren, wurde sie als Plattform designt. Neben Ästhetik und Funktionalität standen die Themen Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Effizienz ganz oben auf der Pflichtenliste des Designstudios: Im Exterieur wird dies unter anderem in der innovativen Türlichtgrafik sichtbar, die nach dem Sanduhr-Prinzip den Fahrgästen wichtige Informationen zur verbleibenden Einstiegszeit gibt. Betreibern wird es dank dieses Konzepts ermöglicht, einen flüssigeren Ein- und Ausstieg zu realisieren, wodurch die Frequenzzeiten erhöht werden können. Gleichsam erhält die neue Siemens Metro durch dieses Designmittel ein wiedererkennbares, unverwechselbares „Gesicht“ – von den Designern als „vertrauensbildende“ Maßnahme in Form gebracht.

Einsteigen und Wohlfühlen: Naturbilder im Interiorbereich.

Zentraler Bestandteil des Interieurs ist das innovative Haltestangenkonzept „Light-Tree“, das an eine Baumstruktur erinnert und eine Reihe funktionaler Vorteile mit sich bringt: Eine Vielzahl von kleineren Haltestangen wächst aus einem Gerüst mit einer baumähnlichen Struktur. Dadurch wird viel Platz zum Festhalten geschaffen. Die Struktur der „Light-Trees“ soll zu viel Tuchfühlung mit anderen Passagieren vermeiden helfen. Neuartige Oberflächentexturen, die durch modernste Materialien möglich werden, sorgen für einen festeren und sicheren Griff. Die an strategischen Punkten aufgestellten „Light-Trees“ ermöglichen es, ebenso wie die Tür-Lichtgrafik im Aussenbereich, Passagierströme besser zu leiten. Ihren Namen verdanken diese Haltestangen neben ihrer Baumstruktur vor allem dem dazugehörigen Lichtkonzept. Durch dezente Beleuchtung von oben werden sie selbst zu atmosphärischen Lichtinseln im Raum. Eine spezielle Steuerung, die dynamisches Licht in wechselnden Farben abgibt, passt den Innenraum der Metro den Lichtverhältnissen eines Tages an: So finden sich morgens mehr Kaltanteile, abends mehr Rotanteile, und der natürliche Tagesablauf wird auch unter Tage reflektiert. Einen nachhaltigen Charakter und eine neue Qualität gibt die Metro

Inspiro dem öffentlichen Nahverkehr jedoch auch durch weite Durchgänge, breite Türen, eine bessere Akustik durch Bodenisolierung mit Kork Blend und über ein anspruchsvolles und ästhetisch ausgereiftes Leichtbau-Sitzkonzept. Betreiber können zwischen kontrastreichem Formholz und frischen Farben wählen, die jeweils für ein warmes, emotionales oder ein technisch orientiertes Interieur-Ambiente stehen. Derzeit nimmt Siemens mit dem Design der Metro Inspiro weltweit an Ausschreibungen zur Erneuerung städtischer Metroflotten teil.

Wachstumsmarkt Osteuropa.

Vor allem in Osteuropa wird das Thema städtischer Identität seit dem Ende der achtziger Jahre immer stärker zum Schlüsselthema und Wettbewerbsvorteil. Warschau steht dabei stellvertretend für viele Städte in dieser Region. Dort wird eine überdurchschnittliche Entwicklung des Metromarktes prognostiziert. Immer mehr Menschen ziehen in die Städte, bestehende Flotten müssen modernisiert und erweitert werden. Dem Bahndesign wird in diesem Prozess eine prägende Rolle zukommen.

Über BMW Group DesignworksUSA.

BMW Group DesignworksUSA ist ein Tochterunternehmen der BMW Group und ein weltweit tätiges Designstudio mit Schwerpunkten im Mobilitäts- und Produktdesign sowie in der strategischen Designberatung. Das Unternehmen, das von der BMW Group 1995 übernommen wurde, unterhält drei Standorte in Europa, Amerika und Asien. Die Geschäfte werden von Präsident Laurenz Schaffer vom Studio in Kalifornien heraus gesteuert. DesignworksUSA agiert gleichsam als Impulsgeber für die Designstudios der drei Marken der BMW Group und als Innovationsmotor für eine Vielzahl namhafter Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen wie der IT- und Unterhaltungselektronik, der Flugzeugtechnik, dem Medizin- und Umwelt- oder dem Lifestyle- und Sportbereich. Zum Kundenportfolio zählen namhafte Marken wie Hewlett Packard, Microsoft, Embraer, Sennheiser oder Neil Pryde. Im Jahr 2010 wurde DesignworksUSA vom amerikanischen Wirtschaftsmagazin „Fast Company“ der Titel „Most Innovative Company in Design“ verliehen und die Beratung wurde als eines der innovativsten Unternehmen 2010 ausgezeichnet.

www.designworksusa.com

Medien-Information
Datum 2.2.2011
Thema Neues Gesicht für die Metro der Zukunft.
Seite 4

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg
Tel.: +43 662 8383 – 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2
4400 Steyr
Tel: +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

◇ ◇ ◇

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 24 Produktionsstätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Die BMW Group setzte im Geschäftsjahr 2010 weltweit rund 1,46 Millionen Automobile und über 98.000 Motorräder ab.

Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,29 Millionen Automobilen und über 87.000 Motorrädern. Der Umsatz belief sich auf 50,68 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 96.000 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 sechs Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.